

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA INDOMARET WONOREJO SELATAN KOTA
SURABAYA**

PUTRI MAYANG MARGARETA

1211800181

Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

putrimayangmargareta@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian yang dilaksanakan bertujuan untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pada Indomaret Wonorejo Selatan Kota Surabaya secara simultan maupun parsial. Data primer merupakan data yang digunakan pada penelitian ini. Data diperoleh langsung dari objek penelitian dengan cara mengisi kuesioner yang telah disebarkan kepada para responden. Metode asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif digunakan sebagai metode dalam penelitian. Teknik pengumpulan data menggunakan angket atau kuesioner yang berjumlah 100 sampel responden. Metode analisis data yang digunakan berupa analisis regresi linier berganda dengan *software* SPSS versi 28.

Teknik analisis dengan analisis regresi linier berganda digunakan sebagai uji hipotesis. Sedangkan untuk uji asumsi klasik dengan menggunakan Uji Normalitas, Uji Multikolinearitas, dan Uji Heteroskedastisitas. Pada penelitian ini, indikator yang digunakan sudah valid (dikarenakan koefisien $> 0,1654$ dengan tingkat signifikansi $< 0,05$) serta reliabel (karena nilai koefisien *Cronbach Alpha* $> 0,70$). Penelitian ini menunjukkan hasil dari uji asumsi klasik bahwa penelitian telah memenuhi beberapa hal, yaitu 1.) Residual dari kedua model regresi normal dalam distribusi. 2.) Tidak terikatnya kedua model dengan multikolinieritas, 3.) Heteroskedastisitas tidak terjadi. Hasil keseluruhan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa kelengkapan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh dengan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Indomaret Wonorejo Selatan Kota Surabaya. Kelengkapan produk dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar 73,6%.

Kata Kunci : *Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*

I. Pendahuluan

Pertumbuhan perekonomian di Indonesia yang sangat pesat mendorong timbulnya persaingan dalam dunia bisnis khususnya di bidang usaha ritel. Selain itu, perkembangan teknologi dan gaya hidup masyarakat pada zaman modern juga menjadi salah satu hal yang perlu di pertimbangkan supaya dalam persaingan bisnis yang begitu ketat ini perusahaan mampu untuk tetap bertahan. Dilihat dari banyaknya perusahaan yang ikut terlibat dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga berdampak pada kepuasan konsumen.

Usaha ritel merupakan suatu bisnis yang terus meningkat bersamaan dengan bertambahnya jumlah penduduk di Indonesia. Munculnya bisnis ritel minimarket merupakan modernisasi dari pasar tradisional sehingga mayoritas masyarakat dapat merasakan atmosfer berbelanja dengan fasilitas dan juga pelayanan yang berbeda. Ketatnya tingkat persaingan ada pada bisnis ritel minimarket tersebut menuntut perusahaan untuk terus mampu berkembang dengan menggunakan strategi pemasaran yang tepat dengan tujuan meningkatkan keputusan pembelian pada minimarket tersebut. Perusahaan harus dapat mengembangkan strategi pemasaran dengan suportif supaya konsumen tetap bertahan dan tidak beralih pada pesaing bisnis yang lain.

Perilaku konsumen yang lebih banyak mementingkan kenyamanan dan keefektifan waktu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari cenderung lebih memilih berbelanja di minimarket dibandingkan berbelanja di pasar. Banyaknya minimarket yang muncul di perkotaan maupun di pedesaan mengakibatkan persaingan yang tinggi antar minimarket maupun dengan pedagang pasar.

Indomaret dikenal sebagai jaringan minimarket yang menyediakan hampir seluruh kebutuhan, dimulai dari kebutuhan pokok hingga kebutuhan sehari-hari. Tahun 1998 merupakan

pendirian Indomaret yang didirikan oleh PT. Indomarco Prismatama, toko pertama yang dibuka di wilayah Ancol, Jakarta Utara dan di Kalimantan sebagai cikal bakal awal. Pada berbagai tempat tentunya kita dengan mudah menemui Indomaret, Indomaret memiliki banyak gerai, faktor - faktor yang diperhatikan oleh Indomaret antara lain kelengkapan produk, kualitas produk dan pelayanan kepada konsumen.

Menarik konsumen untuk berbelanja di minimarket dengan kelengkapan produk merupakan salah satu faktor penting. Meskipun minimarket tersebut memiliki harga penjualan yang lebih tinggi dari minimarket lain, jika memiliki kelengkapan produk yang dijual maka minimarket ini banyak menarik para konsumen. Minimarket yang memiliki produk lengkap maka memiliki peluang yang besar untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, dari hal ini konsumen akan memutuskan untuk membeli produk sebagai bentuk memenuhi kepuasan konsumen. Fenomena yang terjadi pada kelengkapan produk di Indomaret Wonorejo selatan Surabaya adalah pada umumnya masih ada kelengkapan produk yang kurang yaitu ketika barang habis tidak langsung ada penggantinya. Berdasarkan dari survei yang dilakukan pada di Indomaret Wonorejo selatan Surabaya terdapat beberapa konsumen yang merasa bahwa terdapat produk yang dijual tidak sesuai dengan harapan konsumen serta jumlah ketersediaan barang yang semakin berkurang. Apalagi ketika sedang ada diskon beli satu gratis satu seringkali barangnya kosong atau tinggal satu pada rak barang. Hal ini sering terjadi pada minuman-minuman maupun makanan ringan. Oleh karena itu, kelengkapan produk di indomaret wonorejo selatan perlu ditingkatkan sesuai dengan harapan konsumen.

Kualitas pelayanan merupakan variabel pemasaran ritel diantara banyaknya variabel yang berperan sangat penting bagi penentuan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan berguna sebagai

penolong dalam memenuhi kebutuhan yang selama ini diinginkan oleh konsumen. Selain itu kualitas pelayanan yang baik pada perusahaan mempengaruhi pendapatan perusahaan, kualitas pelayanan berkontribusi besar dalam meningkatnya pendapatan jangka panjang tergantung kemampuan perusahaan dalam melayani konsumen, baik secara maksimal ataupun sebaliknya. Pada Indomaret Wonorejo Selatan Kota Surabaya kualitas pelayanan yang diberikan dapat dikatakan bahwa pelayanannya yang kurang, hal ini dapat dilihat dari pramuniaganya yang kurang ramah, terkadang juga ada yang melayani konsumen dengan mengobrol bersama rekan kerja. Padahal seharusnya bisa membuka kasir baru daripada hanya mengobrol dengan teman kasir. Tindakan ini dapat menyebabkan antrian yang panjang hingga depan ATM membuat jalan hanya bisa dilewati oleh satu orang. Dengan dibukanya satu kasir, antrian di depan kasir lebih bisa rapi lagi.

Faktor penting lainnya yang harus diperhatikan oleh perusahaan adalah kepuasan konsumen. Apabila suatu jasa atau barang yang ditawarkan tidak sesuai dengan harapan maka konsumen akan merasa tidak puas, dan apabila suatu jasa atau produk sesuai dengan harapan mereka maka konsumen akan merasa puas. Peluang konsumen berkeinginan untuk membeli produk itu kembali sangat besar apabila konsumen merasakan kepuasan akan sebuah produk yang telah didapatkan.

Pada penelitian ini, terdapat perbedaan dengan penelitian lain, yaitu perbedaan variabel bebas dan objek penelitian. Terdapat dua variabel bebas yang saya gunakan untuk mengukur kepuasan konsumen. Oleh sebab itu, penulis memilih judul “Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Indomaret Selatan Kota Surabaya”.

Rumusan Masalah

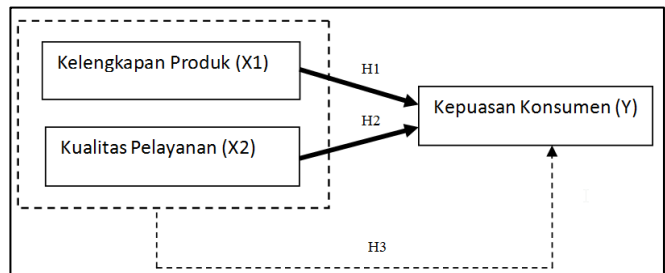
1.) Apakah ada pengaruh kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen

pada Indomaret Wonorejo Selatan Kota Surabaya ?

2.) Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Indomaret Wonorejo Selatan Kota Surabaya?

3.) Apakah ada pengaruh kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Indomaret Wonorejo Selatan Kota Surabaya?

II. Kerangka Konseptual dan Hipotesis



H1 : Kelengkapan Produk (X1) secara parsial memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Indomaret Wonorejo Selatan Kota Surabaya

H2 : Kualitas Pelayanan (X2) secara parsial memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Indomaret Wonorejo Selatan Kota Surabaya

H3 : Kelengkapan Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan(X2) secara simultan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Indomaret Wonorejo Selatan Kota Surabaya

III. Metode penelitian

Desain Penelitian

Dalam penelitian ini digunakan metode asosiatif kausal dengan pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif sendiri merupakan penelitian yang menggunakan data primer.

Tempat dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian yang dituju oleh peneliti adalah wilayah Indomaret Wonorejo Selatan Surabaya yang dilaksanakan pada bulan April hingga Juni tahun 2022.

Populasi

Populasi penelitian ini adalah konsumen Indomaret Wonorejo selatan Surabaya, dengan pertimbangan bahwa konsumen tersebut pernah belanja di Indomaret Wonorejo selatan kota Surabaya.

Sampel

Sampel merupakan sebuah bagian dari seluruh jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik *Non-Probability Sampling* dipilih dalam penelitian ini.

Karena populasi anggota tidak diketahui secara pasti jumlahnya, ukuran sampel diperhitungkan dengan rumus Cochran (Sugiyono, 2019:136) :

$$n = \frac{z^2 pq}{e^2}$$
$$n = \frac{(1,96)^2 (0,5)(0,5)}{(0,10)^2}$$
$$n = 96,04$$

Keterangan :

n = sampel

z= harga dalam kurve normal untuk simpangan 5%, dengan nilai 1,96

p = peluang benar 50% = 0,5

q= peluang salah 50% = 0,5

e = margin error 10%

Dari hasil diatas menunjukkan jumlah sampel 96,04 yang merupakan pecahan dan menurut Sugiyono (2019:143) pada perhitungan yang menghasilkan pecahan (terdapat koma) sebaiknya dibulatkan ke atas. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini menjadi 100 orang responden.

Teknik Pengumpulan Data

Angket atau kuisisioner digunakan dalam penelitian ini sebagai metode pengumpulan data. Teknik kuisisioner tertutup dipilih oleh peneliti karena cara pengumpulan datanya hanya dengan memberikan dan menyebarkan beberapa daftar pertanyaan kepada responden.

Konsumen yang pernah berbelanja di Indomaret Wonorejo selatan Kota Surabaya merupakan responden dalam penelitian ini.

Definisi Variabel

Suatu variabel yang di tetapkan peneliti yang berguna untuk dipelajari dengan segala sesuatu yang berbentuk apa saja sehingga dapat diperoleh suatu informasi tentang apa yang diharapkan peneliti hingga kemudian dapat ditarik kesimpulannya disebut variabel penelitian. Dalam penelitian ini terdiri atas 2 variabel bebas yaitu kelengkapan produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan 1 variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y).

Proses Pengolahan Data

Proses perhitungan atau transformasi data yang di input menjadi informasi yang mudah di mengerti ataupun sesuai dengan apa yang di inginkan penulis disebut sebagai pengolahan data. Tahap-tahap yang dilakukan dalam proses pengolahan data adalah :

1. *Scoring*
2. *Tabulasi*

Metode Analisis Data

Analisis Regresi Linier Berganda

Agar dapat memprediksikan berubahnya suatu nilai variabel tertentu apabila variabel lain berubah maka dapat digunakan suatu analisis yaitu analisis regresi linear berganda. Apabila terdapat minimal 2 variabel independen maka analisis regresi berganda dapat dilakukan. Rumus regresi linier berganda, Sugiyono (2019:258) :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Dimana :

Y = Kepuasan konsumen

α = Konstanta regresi

β_1 = Koefisien regresi kelengkapan produk

β_2 = Koefisien regresi kualitas pelayanan

X_1 = Kelengkapan produk

X_2 = Kualitas pelayanan

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Menurut Ghozali, (2021:66) Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuisioner. Suatu kuisioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuisioner ini mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuisioner tersebut.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali, (2021:61) Uji reliabilitas merupakan sebuah alat untuk mengukur suatu kuisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2021:196) Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal.

2. Uji Multikolinearitas

Menurut Ghozali, (2021:157) Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (variabel independent).

3. Uji Heterokedastisitas

Menurut Ghozali (2021:178) Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain.

Teknik Pengujian Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan variabel Y secara parsial atau dapat dikatakan uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi-variasi dependen (Ghozali, 2011 : 98).

2. Uji F (Simultan)

Uji F dilakukan untuk mengetahui apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel terikat, (Ghozali, 2021).

3. Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel terikat. Besarnya koefisien determinasi adalah nol sampai dengan satu. Jika nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat amat terbatas . Dan sebaliknya jika nilai yang mendekati satu, berarti variabel-variabel bebas memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel-variabel terikat.

IV. Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Berdasarkan hasil uji validitas, setiap pertanyaan memiliki respon positif r hitung $>$ r tabel. Menurut daftar ini, pertanyaannya dinyatakan valid

2. Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil uji reliabilitas dapat disimpulkan bahwa variabel eksperimen yang digunakan dalam penelitian ini sudah memenuhi kriteria reliabilitas karena dari hasil perhitungan diperoleh nilai Cronbach Alpha $>$ 0,70. Dalam hal ini, semua variabel yang bersangkutan dianggap reliabel.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui bahwa tingkat signifikansi $>$ 0,05 menunjukkan bahwa nilai residual berdistribusi normal.

2. Uji Multikolinieritas

Menurut studi multikolinieritas, dapat dipahami bahwa multikolinieritas tidak terjadi ketika tingkat toleransi untuk variabel X1 dan VIF masing-masing lebih dari atau sama dengan >0,10 dan <10,00. Sebaliknya, multikolinieritas tidak terjadi bila variabel toleransi $X2 > 0,10$ dan $VIF < 10,00$.

3. Uji heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil penelitian, jika tingkat signifikansi untuk variabel "Kelengkapan Produk (X1)" $> 0,05$, maka heteroskedastisitas tidak menjadi masalah. Namun, jika tingkat signifikansi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X2) $> 0,05$, masalah heteroskedastisitas tidak ada. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tidak memiliki masalah yang signifikan secara heteroskedastis ketika diuji dengan tingkat signifikansi lebih tinggi dari 0,05.

Analisis Data

Analisis Regresi Linier Berganda

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2$$

Keterangan: $Y = 5,202 + 0,401 (X_1) + 0,413 (X_2)$

α = Bilangan konstanta

Jika angka konstan (α) lebih besar dari 5.202 dan semua variabel bebas yang terdiri dari kualitas produk (X1) dan kualitas layana (X2) sama dengan atau lebih besar dari 0 (nol), maka perubahan daya beli konsumen (Y) minimal 5.202.

β_1 = Koefisien regresi dari variabel Kelengkapan Produk (X1)

Nilai koefisien dari variabel kelengkapan Produk (X1) layak koefisien positif sebesar 0,401, dapat menghasilkan dampak terhadap kegiatan Konsumen Temuan positif dari regresi menunjukkan hubungan yang erat antara X1 dan .

β_2 = Koefisien regresi dari variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Jika koefisien determinasi untuk variabel Kualitas Pelayanan (X2) positif dan mendekati 0,413 maka dapat dikatakan bahwa jika terjadi kenaikan

tertentu untuk variabel "Kualitas Pelayanan (X2)" dan mendekati 1 maka itu dapat memberikan dampak terhadap peningkatan "Kepuasan Konsumen (Y)" yang mendekati 0,413. Umpan balik positif dari koefisien regresi menunjukkan hubungan yang erat antara X2 dan Y.

Pengujian Hipotesis

Uji t (Uji Parsial)

Uji digunakan untuk mengetahui apakah signifikansi suatu variabel relatif terhadap variabel lain dapat ditentukan secara parsial, serta untuk mengidentifikasi variabel yang paling dominan. Jika nilai signifikansi $> 0,05$, H_0 akan menjadi ditolak dan H_a diterima. Sebaliknya, jika tingkat signifikansi $< 0,05$, dikatakan H_0 diterima, dan H_a adalah ditolak.

1. Dapat Jelas dari variabel Kelengkapan Produk (X1) bahwa kekuatan sinyal adalah 0,001. H_{01} akan menjadi tolak dan H_{a1} akan benar jika sig lebih kecil dari nilai untuk probabilitas 0,05 atau sig untuk 0,001 hingga 0,05. Variabel X1 memiliki t hitung sebesar 4,058 dibandingkan dengan t tabel 1,9852. Hasilnya, dapat disimpulkan dari tabel bahwa variabel Kelengkapan Produk (X1) memiliki korelasi yang berarti dengan kerugian konsumen.
2. Dapat diketahui dari variabel Kualitas Pelayanan (X2) menunjukkan nilai sig $< 0,001$. Nilai sig lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai $< 0,001 < 0,05$, maka H_{02} ditolak H_{a2} diterima. Variabel X2 mempunyai t hitung yakni 5,432 dengan t tabel 1,9852. Jadi t hitung $>$ t tabel dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pengaruh konsumen.

Uji F (Uji Simultan)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah hipotesis yang di ajukan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kelengkapan produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen, maka dari itu dapat dilihat

terbukti kebenarannya atau tidak dengan menggunakan Uji F dengan derajat kepercayaan yang digunakan adalah 0,05.

Berdasarkan hasil uji diperoleh nilai F hitung 57,475 dengan nilai probabilitas (sig) = <0,001. Nilai F hitung (57,475) > f tabel (2,70), dan nilai sig. lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05 atau nilai <0,001 < 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti ada pengaruh kelengkapan produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Analisis Korelasi dan Koefisien Determinasi (R²)

Nilai koefisien korelasi (R) menunjukkan seberapa erat hubungan antara variabel kelengkapan produk (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) dengan variabel kepuasan konsumen (Y), besarnya nilai koefisien korelasi adalah 0,736. Nilai tersebut menunjukkan bahwa hubungan variabel kelengkapan produk (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) dengan variabel kepuasan konsumen (Y) adalah sangat erat atau sangat kuat yaitu sebesar 73,6%.

Nilai koefisien determinasi atau R² digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel tak bebas atau variabel terikat (Y) yaitu variabel kepuasan konsumen. Hasil dari perhitungan SPSS diperoleh nilai R² = 0,542 yang berarti bahwa sebesar 54,2% kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh variabel kelengkapan produk (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂). Sedangkan sisanya 45,8% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model yang diteliti.

Pembahasan

1. Analisis Regresi Berganda

$$Y = 5,202 + 0,401 (X_1) + 0,413 (X_2)$$

Berdasarkan dari hasil analisis regresi linier berganda, dapat diketahui adanya pengaruh kelengkapan produk dan kualitas

pelayanan terhadap kepuasan konsumen, hal ini dapat dilihat dari persamaan garis regresi linier berganda yang diperoleh yaitu sebesar $Y = 5,202 + 0,401 (X_1) + 0,413 (X_2)$. Dengan ini nilai konstanta sebesar 5,202 menyatakan bahwa kelengkapan produk dan kualitas pelayanan sama dengan 0 (nol), maka besarnya perubahan kepuasan konsumen (Y) adalah 5,202.

2. Uji t (Uji Parsial)

Berdasarkan dari hasil Uji t, menyatakan bahwa variabel kelengkapan produk (X₁) secara parsial memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini diketahui dari hasil perhitungan analisa dimana variabel kelengkapan produk (X₁) pada tabel uji parsial di atas diperoleh t_{hitung} untuk variabel X₁ sebesar 4,058. Dengan demikian kriteria pengambilan keputusan adalah t hitung 4,058 > t tabel 1,9852 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada pengaruh kelengkapan produk (X₁) secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan nilai signifikan > 0,001 yang berarti bahwa ada pengaruh signifikan kelengkapan produk (X₁) secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y).

H_{a1} : Terdapat pengaruh kelengkapan produk secara parsial terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan Uji t, menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X₂) secara parsial memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini diketahui dari hasil perhitungan analisa dimana variabel kualitas pelayanan (X₂) pada tabel hasil uji parsial diperoleh t_{hitung} untuk variabel X₂ sebesar 5,432. Dengan demikian kriteria pengambilan keputusannya adalah t hitung 5,432 > t tabel 1,9852 sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti ada pengaruh kualitas pelayanan (X₂) secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan nilai signifikan >0,001 yang berarti bahwa ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan (X₂) secara parsial terhadap kepuasan konsumen (Y).

Ha2 : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan secara parsial terhadap kepuasan konsumen

3. Uji F (Uji Simultan)

Berdasarkan Uji F, menyatakan bahwa variabel kelengkapan produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini diketahui dari hasil perhitungan analisa dimana variabel kelengkapan produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) pada tabel hasil uji simultan diperoleh f hitung untuk variabel kelengkapan produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) sebesar 57,475. Dengan demikian kriteria pengambilan keputusan adalah f hitung 57,475 > f tabel 2,70 sehingga H_{03} ditolak H_{a3} diterima yang berarti ada pengaruh variabel kelengkapan produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan nilai signifikan $>0,001 <0,05$ yang berarti bahwa ada pengaruh signifikan variabel kelengkapan produk (X₁) dan kualitas pelayanan (X₂) terhadap kepuasan konsumen (Y).

H_{a3} : Terdapat pengaruh kelengkapan produk dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

Implikasi Penelitian

Berdasarkan dari hasil penelitian data, secara simultan (Uji F) terdapat pengaruh yang signifikan antara Kelengkapan Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Sedangkan dalam uji parsial (Uji t) kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kelengkapan produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara signifikan, namun yang lebih dominan dalam kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan (X2).

Maka implikasi dari penelitian ini untuk perusahaan adalah kelengkapan produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) yang diberikan oleh perusahaan harus dipertahankan dan dikembangkan agar dapat membawa dampak yang positif terhadap kepuasan konsumen (Y), karena hal tersebut merupakan

nilai tambahan untuk meningkatkan kepuasan konsumen (Y).

Penulis juga memberikan bukti empiris mengenai kelengkapan produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada perusahaan. Selain itu penelitian ini juga dapat dijadikan sarana dalam menerapkan dan mempraktekan ilmu yang diperoleh di dalam perkuliahan dan membandingkan dengan keadaan sebenarnya dilapangan.

Keterbatasan Penelitian

1. Masih banyak faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen selain variabel yang diteliti dalam penelitian ini, penelitian ini terdiri dari dua (2) variabel, kelengkapan produk(X1) dan kualitas pelayanan (X2).
2. Penelitian dengan menggunakan angket atau kuesioner cenderung adanya keterbatasan yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh responden tidak menunjukkan keadaan yang sesungguhnya.

V. Penutup Simpulan

Dari hasil analisis yang telah dilakukan, dapat di tarik kesimpulan sebagai berikut;

1. Berdasarkan hasil dari Uji t diketahui bahwa variabel Kelengkapan Produk (X1) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y), hal ini dapat dilihat dari besarnya nilai signifikansi variabel Kelengkapan Produk (X1) < 0,05 sehingga hipotesis yang diajukan peneliti terbukti kebenarannya.
2. Berdasarkan hasil dari hasil Uji t diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X2) secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y),hal ini dapat dilihat dari besarnya nilai signifikansi variabel Kualitas Pelayanan (X2) < 0,05 sehingga hipotesis yang diajukan peneliti terbukti kebenarannya.
3. Berdasarkan hasil dari hasil Uji F diketahui bahwa variabel bebas yang terdiri dari kelengkapan produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara simultan

memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terikat, hal ini dapat dilihat dari besarnya nilai signifikansi variabel $< 0,05$. Sehingga hipotesis yang diajukan oleh peneliti terbukti kebenarannya. Namun kualitas pelayanan (X2) memiliki pengaruh lebih dominan terhadap kepuasan konsumen.

Saran

Dengan memperhatikan simpulan di atas, maka dapat disampaikan saran sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan

Untuk mempertahankan dan meningkatkan kepuasan konsumen pada Indomaret Wonorejo Selatan Kota Surabaya, maka sebaiknya pihak manajemen perusahaan harus lebih memperhatikan kelengkapan produk dan kualitas pelayanan.

2. Bagi peneliti

Untuk peneliti selanjutnya diharapkan dapat menambah variabel-variabel lain yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, peneliti selanjutnya juga diharapkan agar dapat menggunakan konteks lainnya seperti perusahaan ritel lainnya.

Daftar Pustaka

- Fandy Tjiptono & Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran Esesi dan Aplikasi*, Andi Offset, Yogyakarta.
- Ghozali, I. 2021. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS ,Versi 26*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilbert, David. 2003. *Retail Marketing Management*. New Jersey: PrenticeHall.
- Hardiyansyah, 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Gaya Media
- Indriantoro, Nur dan Bambang Soepomo. 2002. *Metode Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. BPFE. Yogyakarta.
- Kotler, Philip. 2016. *Marketing Management*. Jakarta : PT. Indeks.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ketiga Belas, Jilid 2, PT. Gelora Aksara Pratama, Jakarta.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta. Bandung.