

PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO TUGU GEDE MAYONG

*THE EFFECT OF PRODUCT COMPLETENESS, PRICE AND
SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT THE
TUGU GEDE MAYONG STORE*

Wardhatul Mufidah²

¹Program Studi Manajemen/Fakultas Ekonomi

rizalirawan@unisla.ac.id¹

[wardatulmufidah46@gmail.com²](mailto:wardatulmufidah46@gmail.com)

Website:

Abstrak

Kata Kunci:

*Kelengkapan Produk,
Harga dan Kualitas
Pelayanan*

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hasil pengujian regresi baik berpengaruh secara parsial maupun simultan, dan untuk mengetahui variabel yang paling dominan diantara variabel kelengkapan produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada toko tugu gede mayong. Metode penelitian yang digunakan adalah. Alat analisis yang digunakan yaitu uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, korelasi berganda, koefisien determinasi, uji t dan uji F.

Dari analisis data dapat disimpulkan bahwa berdasarkan uji t, variabel kelengkapan produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen, sedangkan berdasarkan uji F variabel kelengkapan produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen dan variabel yang paling dominan adalah variabel harga.

Keywords :

Completeness Of The
Product, Price And
Quality Of Service

Abstract

This study aims to determine the results of regression testing both partially and simultaneously effect, and to determine the most dominant variable among the variables of product completeness, price and service quality on consumer satisfaction at the Tugu Gede Mayong store. The research method used is. The analytical tools used are validity test, reliability test, classical assumption test, multiple

linear regression test, multiple correlation, determination coefficient, t test and F test.

From the data analysis, it can be concluded that based on the t test, the variables of product completeness, price and service quality partially affect consumer satisfaction, while based on the F test, the variables of product completeness, price and service quality have a simultaneous effect on customer satisfaction and the most dominant variable is the variable price

PENDAHULUAN

Dalam pengembangan tingkat hidup masyarakat, pertumbuhan zaman sendiri memberikan pengaruh yang beraneka ragam, termasuk gaya hidup serta keperluan masyarakat yang harus berkembang. Saat ini masyarakat Indonesia adalah konsumen yang berwawasan ke depan. Mereka menghadapi penawaran berbagai barang maupun jasa, sehingga mereka akan menentukan barang maupun jasa yang paling selaras pada kebutuhannya serta tingkat penghasilannya mereka. Saat ini konsumen dapat lebih bebas memilih produk atau jasa yang mereka konsumsi dan orang yang membeli produk tersebut.

Konsumen sekarang memiliki kualitas yang lebih luas dan bermacam-macam sebab banyaknya pilihan dari barang maupun jasa yang dipasarkan. Sehingga kondisi tersebut memaksa penjual untuk bisa menyediakan barang berkualitas. Konsumen pun akan merespon terkait kelengkapan produk. Jika toko bisa menyediakan produk yang konsumen dengan cepat memperoleh produk yang diinginkannya harga juga akan berpengaruh pada konsumen, harga yang rendah akan meningkatkan minat konsumen, begitu pula sebaliknya. Kualitas pelayanan juga mempunyai pengaruh dalam menentukan kepuasan konsumen saat berbelanja di toko, karena jika petugasnya melayani dengan baik maka konsumen akan merasa puas

Toko Tugu Gede merupakan usaha yang bergerak dalam perdagangan. Usaha toko Tugu Gede ini sangat berkembang pesat dengan melayani berbagai kebutuhan masyarakat. Dalam perkembangannya toko ini terus berinovasi untuk bertahan di tengah persaingan yang ketat.

Berdasarkan hal tersebut diatas, penulis tertarik untuk menelitindan menulis judul “Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Tugu Gede Mayong”

METODE PENELITIAN

Penelitian dilakukan di Toko Tugu Gede Mayong dengan menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Alat analisis yang digunakan ialah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, korelasi berganda, koefisien determinasi, uji t

dan uji F menggunakan program SPSS 20.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Tabel 1 uji validitas

Variabel	Item dalam kuesione r	Koefesien s i korelasi (r) Hitung	Nilai kritis (r) Tabel	Taraf sig 5% (a = 0,05)	Keterrangan ($r_{hitung} > r_{tabel}$)
Kelengkapan produk (X_1)	X _{1.1}	0,738	0,196	0,05	Valid
	X _{1.2}	0,719	0,196	0,05	Valid
	X _{1.3}	0,768	0,196	0,05	Valid
	X _{1.4}	0,742	0,196	0,05	Valid
Harga (X_2)	X _{2.1}	0,789	0,196	0,05	Valid
	X _{2.2}	0,723	0,196	0,05	Valid
	X _{3.3}	0,689	0,196	0,05	Valid
	X _{4.4}	0,716	0,196	0,05	Valid
Kualitas Pelayanan (X_3)	X _{2.1}	0,797	0,196	0,05	Valid
	X _{2.2}	0,771	0,196	0,05	Valid
	X _{2.3}	0,773	0,196	0,05	Valid
	X _{2.4}	0,816	0,196	0,05	Valid
	X _{2.5}	0,765	0,196	0,05	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y ₁	0,888	0,196	0,05	Valid
	Y ₂	0,825	0,196	0,05	Valid
	Y ₃	0,715	0,196	0,05	Valid
	Y ₄	0,907	0,196	0,05	Valid

Sumber : Pengolahan Data SPSS

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan pada masing-masing variabel penelitian, nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ jadi seluruh item pertanyaan terbukti valid.

2. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Uji reliabilitas

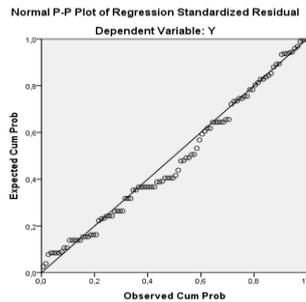
Variabel	Cronbach Alpha (a)	Nilai Kritis	Keterangan
Kelengkapan Produk (X_1)	0,726	0,60	Reliabel
Harga (X_2)	0,794	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X_3)	0,854	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,857	0,60	Reliabel

Sumber : Pengolahan Data SPS

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa uji reliabilitas variabel dalam penelitian ini nilai Cronbach Alpha > 0,60. Oleh karena itu, seluruh pertanyaan dalam kuesioner ini adalah reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas



Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25

Gambar 1. Grafik p-plot

Dari hasil gambar menunjukkan bahwa titik-titik menyebar mengikuti garis diagonal pada grafik normal plot. Artinya bahwa semua variabel pada penelitian ini memenuhi normalitas dari model regresi.

Tabel 3. Uji normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	,95390756
Most Extreme Differences	Absolute	,096
	Positive	,096
	Negative	-.055
Test Statistic		,965
Asymp. Sig. (2-tailed)		,310

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,310 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

b) Uji Multikolinieritas

Tabel 4. Uji multikolinieritas
Coefficients^a

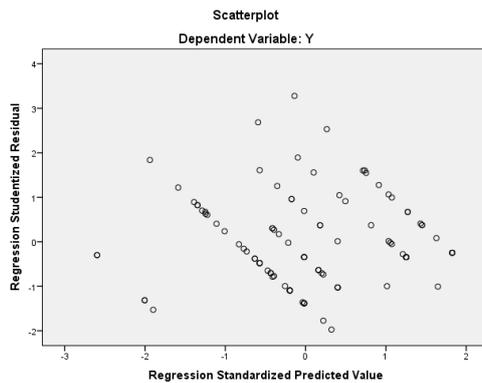
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Coefficients Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-,608	1,120		-,542	,589		
	X1	,311	,072	,292	4,322	,000	,612	1,633
	X2	,375	,052	,455	7,200	,000	,701	1,426
	X3	,281	,064	,293	4,407	,000	,636	1,573

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25

Dari hasil pengujian nilai *tolerance* untuk variabel kelengkapan produk (X₁), harga (X₂), kualitas pelayanan (X₃) mempunyai nilai lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF < 10. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas dalam model regresi.

c) Uji Heteroskedastisita



Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20

Gambar 2. Grafik scatterplot

Dari hasil grafik *scatterplot* menunjukkan bahwa titik-titik data menyebar di atas dan dibawah atau disekitar angka 0. Dengan demikian dapat kita simpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas, hingga model regresi yang baik dan ideal dapat terpenuhi.

Tabel 5. Uji Heteroskedastisitas Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,608	1,120		-,542	,589
	X1	,311	,072	,292	4,322	,000
	X2	,375	,052	,455	7,200	,000
	X3	,281	,064	,293	4,407	,000

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20

Hasil pengujian diketahui nilai signifikansi (Sig) untuk variabel kelengkapan produk (X₁), harga (X₂) dan kualitas pelayanan (X₃) lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi

d) Uji Autokorelasi

Tabel 6. Uji autokorelasi Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,855 ^a	,731	,723	,969	1,925

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20

Dari hasil uji autokorelasi diketahui nilai Durbin-Watson (DW) adalah sebesar 1,925. Maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji durbin watson, DW berada di antara dU yakni 1,736 dan kurang dari (4 – dU) 4-1,736 = 2,264 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau gejala autokorelasi.

4. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 7. Uji regresi linier berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

Wardhatul Mufidah

1	(Constant)	-,608	1,120	-,524	,589
	X1	,311	,072	,292	4,322
	X2	,375	,052	,455	7,200
	X3	,281	,064	,293	4,407

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui persamaan regresi linier berganda yang terbentuk adalah :

$$Y = -,608 + 0,311 X_1 + 0,375 X_2 + 0,281 X_3$$

5. Korelasi Berganda

Tabel 8. Uji korelasi berganda
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,855 ^a	,731	,723	,969

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20

Dari hasil pengujian didapat besarnya hubungan antara variabel kelengkapan produk (X_1), harga (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) terhadap variabel Y adalah 0.855. Maka variabel kelengkapan produk, harga dan kualitas pelayanan memiliki hubungan kuat terhadap variabel kepuasan kosnumen

6. Koefisien Determinasi

Tabel 9 . Uji koefisien determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,855 ^a	,731	,723	,969

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25

Hasil pengujian diketahui nilai koefisien determinasi atau *R Square* yang diperoleh sebesar 0,731 atau (73,1%). Hal ini berarti variabel bebas bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat sebesar (73,1%). Sedangkan sisanya 26,9% dijelaskan oleh variabel yang lain diluar variabel yaitu Lokasi Nur Fitriyah dini (2016), Kualitas Pelayanan Nurus Safa'atillah (2019), ketetapan waktu Fahmi majid Attamimi (2020), Promosi Febriano Clnto Pola (2018) dan variabel keputusan pembelian oleh Deni Setiawan (2018).

Uji t

Tabel 10. Hasil Uji t
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,608	1,120		-,542	,589
	X1	,311	,072	,292	4,322	,000
	X2	,375	,052	,455	7,200	,000
	X3	,281	,064	,293	4,407	,000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20

Dari hasil pengujian hasil $t_{hitung} > t_{tabel}$. Hal tersebut menunjukkan jika H_0 ditolak dan H_1 diterima. Nilai variabel kelengkapan produk (X_1) yakni 4,322 > 1,660, variabel harga (X_2) sebesar 7,200 > 1,660, dan variabel kualitas pelayanan (X_3) yaitu 4,407 > 1,660. Sehingga ketiga variabel kelengkapan

produk (X_1), harga (X_2) dan kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen.

Uji F

Tabel 11. Hasil Uji F ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	244,956	3	81,652	87,014	.000 ^b
	Residual	90,084	96	,938		
	Total	355,040	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 20

Berdasarkan tabel diatas nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($87,014 > 2,70$), dan signifikansi penelitian $0,000 < 0$, jadi kesimpulan yang diperoleh variabel kelengkapan produk (X_1), harga (X_2), dan kualitas pelayanan (X_3) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Pembahasan

1. Dari hasil pengujian bahwa variabel kelengkapan produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen, hasil pengujian menunjukkan bahwa kelengkapan produk (X_1) yaitu $7,200 > 1,660$, harga (X_2) sebesar $7,200 > 1,660$ dan kualitas Pelayanan (X_3) sebesar $4,407 > 1,660$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
2. Hipotesis ketiga dalam penelitian ini menduga bahwa adanya yang signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen, ini dibuktikan dengan uji F diperoleh $F_{hitung} 87,817 > F_{tabel} 2,70$.
3. Dari perhitungan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda di atas, maka dapat diketahui yang lebih dominan adalah variabel harga (X_2) dengan koefisien regresi sebesar 0,375 dan standar koefisien bertanya adalah 0,455 yang mempengaruhi kepuasan konsumen (Y) dibandingkan dengan variabel kelengkapan produk (X_1) 0,311 standar koefisien 0,292 dan kualitas pelayanan (X_3) sebesar 0,281 standar koefisien beta 0,293.

KESIMPULAN

Kesimpulan

Berdasarkan pengujian analisis data yang dilakukan pada konsumen Toko Tugu Gede Mayong, dapat disimpulkan:

1. Kelengkapan Produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen pada toko tugu gede mayong.
2. Kelengkapan produk, harga dan kualitas pelayanan, berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada toko tugu gede mayong.
3. Dari ketiga variabel bebas yaitu kelengkapan produk, harga dan kualitas pelayanan hanya variabel harga yang paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada toko tugu gede mayong.

Saran

Sebagai implikasi dari penelitian ini dapat dikemukakan beberapa saran berikut :

1. Penulis berharap untuk menerapkan teori yang telah dipelajari selama ini sehingga dapat diketahui sejauh mana teori-teori itu mampu mengatasi permasalahan-permasalahan yang terjadi diperusahaan.
2. Peneliti selanjutnya berharap untuk dapat menambah referensi apabila ingin membuat penelitian dengan topic yang sama, namun menghasilkan penelitian yang lebih baik dari positif dari penelitian sebelumnya.
3. Pengelola perusahaan harus mengembangkan kelengkapan produk, harga dan kualitas pelayanan lebih baik lagi agar dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang baik untuk proses pemasaran

DAFTAR PUSTAKA

- Anjarwani, M., 2017. Pengaruh Kelengkapan Produk, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toserba DM Baru 1 Pleret Bantul Yogyakarta. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(3), 48-59.
- Attamimi, F. M., Hufron, M., & Rahman, F. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Ketepatan waktu terhadap Kepuasan Kosumen (studi pada konsumen jne kota malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 9(16).
- Darmawan, K. G., Yulianthini, N. N., & Mahardikha, A. N. Y. M. 2020. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Citra Toko Terhadap Kepuasan Konsumen. *Prospek: Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 2(1), 74-82.
- Fitriyani, N., Pratiwi, D., & Rafani, Y. (2016). Analisis Pengaruh Lokasi, Kelengkapan Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Mini Market Acing Jaya Pangkalpinang). *Jurnal Progresif Manajemen Bisnis*, 13(2), 42-52.
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuamtitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Safa'atillah, N. (2019). Analisis Pengaruh Faktor Kelengkapan Produk, Kualitas Produk dan Citra Produk terhadap Loyalitas Konsumen Basmalah Market Karanggeneng. *PROFIT: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 3(1), 45-51.
- Polla, F. C., Mananeke, L., & Taroreh, R. N. (2018). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT. Indomaret Manado Unit Jalan Sea. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 6(4).
- Setiawan, D., & Maskan, M. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Toko Semoga Jaya Kediri. *Jurnal Aplikasi Bisnis*, 3(1), 62-67.
- Tombeng, B., Roring, F., & Rumokoy, F. S. 2019. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Raja Oci Manado. *Jurnal EMBA:*

Wardhatul Mufidah

Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi, 7(1).

Wibowo, T. J. K. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Merek Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 9(4).

