



PENGARUH HARGA, KELENGKAPAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN SAMBI SWALAYAN KEDIRI

Yuliko Lismawati¹, Anita Sumelvia Dewi², Angga Permana Mahaputra³

Universitas Islam Kediri

Abstrak

ARTICLE INFO

Article history:

Received September 2023

Revised September 2023

Accepted September 2023

Available online September 2023

Kata kunci: harga, kelengkapan produk, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Triwikrama

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan membuktikan hipotesis mengenai adakah pengaruh harga, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sambu Swalayan Kediri. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan metode kuantitatif dengan Teknik pengambilan sampel yaitu *non probability sampling* dengan metode *Accidental sampling* dengan jumlah populasi sebanyak 533 pelanggan dan sampel sebanyak 84 pelanggan. Teknik analisis yang digunakan adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t (parsial) dan uji F (simultan) serta koefisien determinasi (R^2) yang diolah menggunakan program SPSS versi 25. Hasil yang diperoleh bahwa kesimpulan bahwa variabel harga tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai signifikan t sebesar $0,119 > 0,05$. variabel kelengkapan produk tidak berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai signifikan t sebesar $0,321 > 0,05$. variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai signifikan t sebesar $0,035 < 0,05$. harga, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Sambu Swalayan Kediri dengan melihat dari nilai signifikan F sebesar $0,022^b < 0,05$.

1. LATAR BELAKANG

Maraknya bisnis yang ada di era saat ini menyebabkan para pelaku usaha harus mampu menciptakan kebaruan agar tidak ketinggalan zaman. Hal ini berbanding terbalik dengan kondisi masa lampau dimana aktivitas ekonomi masih bersifat produksi dan konsumsi, serta belum ada teknik marketing dalam menarik minat pelanggan (Alma, 2017). Keberadaan marketing saat ini sudah menjadi bagian yang wajib dipelajari oleh pelaku usaha untuk menjangkau pasar nasional dan internasional.

Pelaku usaha harus mampu mempertahankan usahanya agar tidak mengalami penurunan keuntungan dengan cara melakukan strategi pemasaran. Pelaku usaha di era sekarang banyak yang merambah dengan membuka pasar swalayan untuk memenuhi tuntutan kebutuhan sehari-hari masyarakat. keberadaan pasar swalayan merupakan



bentuk modernisasi pada pasar yang ada. Kota Kediri juga menjadi salah satu kota yang sudah banyak terdapat pasar swalayan. Banyaknya pelaku usaha yang membuka pasar swalayan menyebabkan para pelaku usaha tersebut harus mampu menciptakan ide agar tidak kalah saing dengan orang lain.

Salah satu swalayan yang ada di Kediri adalah Sambi Swalayan. Lokasi swalayan tersebut berada di Jl. Surya No.50, Petung, Sambi, Ringinrejo kab. Kediri. swalayan ini menjadi swalayan yang mampu bertahan dan menarik pengunjung karena sangat memperhatikan kepuasan pelanggan dalam mengambil keputusan.

Harga merupakan aspek yang sangat penting diperhatikan perusahaan dan kaitanya dengan Pelanggan, hal ini menyangkut kemampuan atau daya beli pelanggan dimasa yang akan datang. Untuk itu perusahaan dalam menentukan harga harus mempertimbangkan faktor-faktor yang mempengaruhi harga tersebut. uang yang diberikan kepada hasil dari produk atau jasa disebut sebagai harga (Kotler & Amstrong (2008:354). terkait dengan permasalahan yang terjadi mengenai harga pada Sambi Swalayan adalah ada beberapa konsumen yang pernah melakukan pembelian pada Sambi Swalayan mengeluh akan harga nya tidak sinkron karena harga yang tertera pada rak tidak sama dengan yang ada di kasir.

Kelengkapan produk merupakan faktor yang paling penting untuk menarik pelanggan. Semakin lengkap pasar swalayan maka semakin memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan . Dengan begitu pelanggan tidak perlu berpindah-pindah tempat ketika kebutuhan dan keinginan sudah terpenuhi di satu tempat saja. Sehingga bisa menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Kelengkapan produk merupakan suatu upaya pemenuhan kebutuhan pelanggan (Kotler & Armstrong, 2004:345). Terkait dengan permasalahan yang terjadi mengenai kelengkapan produk pada swalayan sambi adalah kurangnya pengontrolan pada produk sehingga berdasarkan observasi awal peneliti masih banyak kebutuhan produk yang kosong sehingga menyebabkan pelanggan kecewa.

Pelaku usaha dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan menjadi faktor penting untuk menarik pelanggan. Pelanggan akan mempercayai sebuah pelaku usaha dalam menjual jasa-jasanya dengan baik dan mampu menjawab problem yang dihadapi oleh masyarakat. Terkait permasalahan tentang kualitas pelayanan di swalayan sambi adalah perilaku karyawan yang kurang memuaskan, karena ketika ada konsumen yang bingung mencari letak barang pramuniaganya hanya diam saja selain itu juga kurang ramah pada konsumen. Hal tersebut nantinya akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam hal membeli barang.

Pelanggan akan memberikan nilai setelah melakukan kegiatan konsumsi pada sebuah produk atau jasa yang ditawarkan oleh pelaku usaha disebut kepuasan (Irawan,2002:3) hal ini sejalan dengan riset Richard Oliver (dalam Zeithaml dkk 2018) yang menguraikan bahwa reaksi yang diberikan oleh pelanggan terhadap barang atau jasa yang sudah dipakai. Terkait dengan permasalahan yang terjadi mengenai kepuasan pelanggan adalah harapan yang tidak sesuai dengan ekspektasi sehingga pelanggan merasa kurang puas dengan apa yang didapatkannya ketika berbelanja.



Berdasarkan paparan latar belakang yang telah dijelaskan peneliti tertarik membahas secara mendalam dengan fokus pembahasan mengenai **“Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sambi Swalayan Kediri”**

2. Tinjauan Pustaka

Harga

Harga adalah pelanggan harus membayarkan sejumlah nilai untuk memiliki hak guna sebuah produk. Dengan adanya harga seseorang dapat mengambil alih hak guna produk untuk diri sendiri. Sejumlah ukuran yang harus diberikan kepada pemilik barang untuk dapat memegang barang atau jasa (Tjiptono, 2012). Seorang pelanggan yang ingin mengantongi sebuah produk harus memberikan sejumlah nilai diberikan kepada perusahaan.

Seorang pelanggan akan mempertikaran estimasi harga sebelum melakukan pembelian terhadap segala sesuatu. Estimasi harga yang dilakukan konsumen mencakup harga sejumlah budget konsumen, harga di periode selanjutnya, harga terakhir beli, harga eceran paling mahal, dan harga pada produk pesaing (Suryati, 2019). Sehingga dapat dipahami bahwa harga dapat dimaknai sebagai kisaran uang yang harus dikeluarkan untuk menikmati sebuah jasa atau barang yang diproduksi oleh sebuah perusahaan.

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan (Swastha, 2000) terdapat beberapa indikator yang merupakan indikator harga suatu produk antara lain:

1. keterjangkauan harga
2. Kesesuaian harga dengan kualitas dan manfaat produk
3. Daya saing harga

Kelengkapan Produk

Keberadaan produk menjadi unsur utama dalam kaitannya melakukan penawaran pada pasar pembeli (Suharsono & Sutarsono, 2010). Segala hal yang ditawarkan di pasar untuk menarik kepuasan seorang pelanggan disebut sebagai produk (Arif., 2012:8). Produk berkaitan dengan berbagai barang secara fisik, jasa, dan sarana yang memberikan kepuasan kebutuhan dan keinginan seorang pelanggan.

Jumlah ketersediaan barang yang menjadi penawaran untuk dibeli oleh pelanggan dari hasil produksi perusahaan disebut sebagai kelengkapan suatu produk (Kotler, 2009). Pelanggan akan melakukan pembelian kepada sebuah produk karena membutuhkan dan ingin mendapatkan manfaat dari produk tersebut. Dari definisi diatas dapat di Tarik kesimpulan keberadaan kelengkapan produk merupakan variasi produk yang diproduksi oleh sebuah perusahaan dan cadangan produk tersebut di sebuah toko.

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah (Kotler & Armstrong, 2011, p. 354)

- a). Merek produk : merupakan banyaknya jenis merek produk yang ditawarkan.
- b). Kelengkapan produk: sejumlah kategori barang yang berbeda didalam toko.
- c). Ukuran produk atau keberagaman : yaitu sejumlah kualitas umum dalam kategori toko dengan keberagaman yang luas.



d). Kualitas produk : merupakan standar kualitas umum dalam kategori barang yang berkaitan dengan kemasan. ketahanan suatu produk, jaminan bagaimana produk dapat memberikan manfaat.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2009:59) kelebihan dan upaya pencapaian keunggulan untuk mewujudkan kebutuhan pelanggan. Tingkat kecepatan dan keberhasilan seseorang dalam mewujudkan kelebihan pelayanan disebut sebagai *service excellent* (Tjiptono dan Chandra, 2009:119). Indikator yang penting guna menciptakan upaya pelayanan yang extra disebut sebagai kualitas pelayanan (Arianto (2018:83).

Seorang pelanggan akan merasa puas apabila pelayanan yang diberikan telah sesuai dengan keinginan mereka. Sedangkan ketika pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak baik maka masyarakat akan kecewa. Oleh karena itu diperlukan pelayanan yang bermutu agar banyak masyarakat yang merasa puas dan bahagia dengan produk dan perusahaan tersebut. Sehingga dapat dimaknai bahwa kualitas pelayanan sebagai upaya pelaku usaha dalam menciptakan kebahagiaan di hati pelanggan.

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah (Tjiptono, 2017: 159) sebagai berikut :

1. Reabilitas (*reability*)
2. Daya Tanggap (*responsiveness*)
3. Jaminan atau (*assurance*)
4. Empati (*empaty*)
5. Bukti fisik (*tangibles*)

Kepuasan Pelanggan

Menurut (Irawan,2002:3) menguraikan kepuasan adalah penilaian pelanggan ketika telah melakukan penawaran terhadap produk atau jasa. Hal ini sejalan dengan Richard Oliver (Zeithaml dkk 2018) :“reaksi yang diberikan seseorang setelah melakukan pembelian terhadap produk tertentu. Menurut Tjiptono (2005:366) sebagai bentuk penilaian dari pelanggan terhadap produk yang diproduksi oleh pelaku usaha. Kondisi hati yang berkaitan dengan

Berdasarkan uraian di atas maka dapat dijelaskan bahwa kepuasan pelanggan diartikan sebagai kebahagiaan pelanggan ketika menggunakan produk atau jasa tertentu yang sesuai dengan harapan. Ketika kinerja produk yang diberikan melampaui dari harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa sangat bahagia dan memiliki prasangka yang baik terhadap kualitas pelayanan.

Indikator yang digunakan adalah Tjiptono (2005:36) yaitu :

1. Kepuasan konsumen keseluruhan (*Overall Cust Satisfaction*)
2. Minat pemakaian ulang (*Repurchase Intent*)
3. Kesiediaan Untuk merekomendasikan (*Willingness Recommend*)
4. Menciptakan rekomendasi dari mulut ke mulut (*Word-of-mouth*)

3. Metode Penelitian



Jenis Penelitian

Ruang lingkup pada penelitian ini adalah menjelaskan permasalahan mengenai pengaruh harga, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada sambal swalayan kediri. jenis penelitian yang digunakan menggunakan model penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif.

Populasi dan Sampel

Adapun yang menjadi data populasi populasinya adalah seluruh pembeli pada Sambal Swalayan Kediri pada bulan April 2023 adalah sebanyak 533 pembeli yang tercatat pada struk penjualan. Teknik , penelitian ini menggunakan teknik *Non Probability Sampling* dengan metode *Accidental sampling*, . *Non Probability Sampling* merupakan cara peneliti dalam mengambil sampel dengan memberikan kesempatan yang sama pada populasi agar menjadi sampel (Sugiyono ,2019:122). Sampel pada penelitian ini menggunakan rumus slovin berjumlah 84 responden yang merupakan pembeli dari sambal swalayan kediri.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik Pengumpulan data ialah suatu usaha untuk memperoleh data yang dibutuhkan dalam penelitian. teknik pengumpulan data pada penelitian ini yaitu:

1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi
4. Angket / Kuisisioner
5. Studi Pustaka

Teknik Analisis Data

Uji Validitas

Sugiyono (2016) berfungsi untuk mengetahui valid tidaknya suatu kuesioner penelitian. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan korelasi pearson. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai *correlated item – total correlation* atau dengan *r* hitung pada setiap butir pertanyaan terhadap nilai *r* tabel. Pernyataan akan valid apabila memiliki tingkat signifikan berada dibawah 0,05.

Uji Realibilitas

Sugiyono (2019) merupakan alat untuk mengetahui kuesioner sebagai indikator dari keberadaan variabel dalam penelitian. Kuesioner yang reliabel ketika memiliki konsistensi setiap periodenya. Hal ini dapat dibuktikan dengan *crobach's alpha* > 0,60 dan dikatakan tidak reliabel jika *cronbach's alpha* < 0,60.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2018) uji normalitas dilakukan untuk mengetahui data pada model dapat terdistribusi sesuai disitribusi normal atau tidak. Uji normalitas data dapat dilakukan dengan menggunakan *One Sample Kolmogorov-Smirnov* yaitu dengan membuat hipotesis :

- 1). Jika nilai signifikansi > 0,05 maka nilai residual berkontribusi normal.
- 2). Jika nilai signifikansi < 0,05 maka nilai residual berkontribusi tidak normal.

2. Uji Muktkolonieritas



Uji ini menjadi faktor penting dari regresi untuk melihat korelasi yang seberapa besar di antara variabel yang ada. Jika pada suatu model regresi memuat gejala multikolinier maka dapat disimpulkan bahwa korelasi yang ada memang sempurna. Nilai yang dipakai untuk menunjukkan adanya gejala multikolinearitas yaitu adalah nilai $VIF < 0,10$ dan nilai $Tolerance > 0,10$ (Ghozali, 2018).

3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini untuk melihat apakah model regresi memiliki persamaan.. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali 2018).

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independent Harga (X_1), kelengkapan produk (X_2) Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap variabel dependent Kepuasan Pelanggan (Y). Teknik ini bertujuan untuk mengukur apakah variabel terikat akan dipengaruhi oleh variabel bebas . Penelitian ini menggunakan analisis linier berganda karena jumlah variabel bebas terdiri lebih dari satu.

Uji Signifikan Parsial (uji t)

Uji T bertujuan melihat antara variabel bebas apakah dapat mempengaruhi secara signifikan dan individual kepada variabel terikat. (Ghozali, 2018) Pengujian dilakukan dengan menggunakan signifikansi level 0,05 ($\alpha=5\%$). Penerimaan atau penolakan hipotesis dilakukan dengan kriteria:

1. jika $t \text{ hitung} > \text{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
2. jika $t \text{ hitung} < \text{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Peneliti dalam penelitian ini menggunakan uji t untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas harga, kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan terhadap variabel terikat kepuasan konsumen secara parsial.

Uji Signifikan Simultan (uji statistic F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas yang secara simultan mempengaruhi variabel terikat, (Ghozali, 2018). Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai F hitung dengan F tabel dan melihat nilai signifikansi 0,05 dengan cara sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikansi $f < 0,05$ maka secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai signifikansi $f > 0,05$, maka secara simultan variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui untuk mengukur kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat. Jika nilai *Adjusted* R^2 mendekati 1, artinya variabel bebas mampu hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. nilai *Adjusted* R^2 mendekati 0 artinya kemampuan variabel bebas untuk memprediksi variabel terikat sangat terbatas (Ghozali, 2018).

4. Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Tabel 4.8
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Korelasi	Nilai Korelasi (Person Correlation)	Probabilitas Korelasi (Sig.(2-tailed))	Keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,586	0,000	Valid
	X1.2	0,476	0,000	Valid
	X1.3	0,674	0,000	Valid
	X1.4	0,492	0,000	Valid
Kelengkapan Produk (X2)	X2.1	0,451	0,000	Valid
	X2.2	0,612	0,000	Valid
	X2.3	0,578	0,000	Valid
	X2.4	0,692	0,000	Valid
	X2.5	0,502	0,000	Valid
	X2.6	0,512	0,000	Valid
	X2.7	0,331	0,002	Valid
	X2.8	0,422	0,000	Valid
Kualitas Pelayanan (X3)	X3.1	0,312	0,004	Valid
	X3.2	0,703	0,000	Valid
	X3.3	0,589	0,000	Valid
	X3.4	0,484	0,000	Valid
	X3.5	0,429	0,000	Valid
	X3.6	0,562	0,000	Valid
	X3.7	0,421	0,000	Valid
	X3.8	0,367	0,001	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,564	0,000	Valid
	Y.2	0,492	0,000	Valid
	Y.3	0,413	0,000	Valid
	Y.4	0,290	0,008	Valid
	Y.5	0,506	0,000	Valid
	Y.6	0,559	0,000	Valid
	Y.7	0,485	0,000	Valid
	Y.8	0,562	0,000	Valid

Sumber : Hasil Output Spss Versi 25 (2023) pada lampiran

Berdasarkan tabel 4.8 dapat dilihat hasil pengujian validitas pada nilai korelasi (*person correlation*) semua item pernyataan diatas dinyatakan valid karena nilai Sig < 0,05.

Uji Reliabilitas



Uji ini merupakan alat ukur dari variable yang bertujuan untuk melihat indikator jika nilai Cronbach's Alpha (α) $\geq 0,6$. Hasil uji reliabilitas yang dilakukan dengan menggunakan program SPSS dapat dilihat pada tabel 4.11 Sebagai berikut :

Tabel 4.9
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Standar Reliabel	Keterangan
Harga	0,680	0,60	Reliabel
Kelengkapan Produk	0,713	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,697	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,696	0,60	Reliabel

Sumber : Hasil Output Spss versi 25 (2023) pada lampiran

Berdasarkan dari tabel 4.9 diatas hasil pengujian reliabilitas bahwa semua item variable mempunyai *cronbach's alpha* $> 0,60$ maka data diatas reliabel.

Hasil Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui model regresi penelitian apakah berdistribusi normal dengan menggunakan uji one sample *kolmogrov-smirnov test*. Nilai sig 0,05, maka distribusi data normal, sedangkan jika nilai sig $< 0,05$ maka distribusi tidak normal. Tabel dibawah ini adalah hasil pengujian normalitas, sebagai berikut :

Tabel 4.10
Hasil Uji Normalitas

Nilai Asymp. Sig (2-tailed)	Kriteria	Keterangan
0,200	0,05	Normal

Sumber : Hasil Output Spss Versi 25 (2023)

Berdasarkan pada tabel 4.10 dari hasil uji normalitas di atas diperoleh signifikasinya sebesar 0,200. maka dapat diartikan bahwa nilai residualnya berdistribusi normal, karena nilai signifikasinya $> 0,05$.

2. Hasil Uji Linieritas

Pengujian linieritas digunakan untuk melihat spesifikasi model yang telah digunakan apakah sudah bersifat linier atau tidak. cara untuk mengetahui hubungan antar variable apakah bersifat linier atau tidak dilihat dari Sig. *deviation from linierity*.



apabila Sig. pada *deviation from linierity* $< 0,05$ maka bersifat tidak linier. Tabel dibawah ini merupakan hasil uji linieritas sebagai berikut:

Tabel 4.11

Hasil Uji Linieritas

No	Variabel	Sig. (Deviation From Linierity)	Standart Linier	Keterangan
1.	Harga (X1) – Kepuasan Pelanggan	0,090	0, 05	Linear
2.	Kelengkapan Produk (X2) – Kepuasan Pelanggan	0,596	0,05	Linear
3.	Kualitas Pelayanan (X3)- Kepuasan Pelanggan	0,560	0,05	Linear

Sumber : Hasil *Ouput* Spss versi 25 (2023) pada lampiran

Berdasarkan pada tabel 4.11 di atas hasil uji Linieritas di atas diperoleh untuk variable Harga (X1) memiliki nilai Sig 0,090 untuk variable Kelengkapan Produk (X2) memiliki nilai Sig 0,596 untuk variabel Kualitas Pelayanan (X3) memiliki nilai Sig 0,560. maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antar variabel Harga (X1), Kelengkapan Produk (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) dengan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) bersifat linier.

3. Hasil Uji Multikolonearitas

Uji ini bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi dalam variabel bebas. Untuk mengetahui adanya multikolineritas atau tidak dapat dilihat dari nilai VIF (Variance Inflation Factor). Jika $VIF < 10$, tingkat kolinieritas dapat ditoleransi. Uji multikolineritas dilakukan dengan menggunakan program pengolahan data SPSS 16.0 (Statistical Product And Service Solution).

Tabel 4.12

Hasil Uji Multikolenearitas

No	Variabel	Tolerance	VIF	Standar Multikolineritas	Keterangan
1.	Harga (X1)	0,903	1,107	10	Bebas Multikolineritas
2.	Kelengkapan Produk (X2)	0,824	1,214	10	Bebas Multikolineritas



3.	Kualitas Pelayanan (X3)	0,753	1,328	10	Bebas Multikolinearitas
----	-------------------------	-------	-------	----	--------------------------------

Sumber : Hasil Output Spss versi 25 pada lampiran

Berdasarkan dari hasil tabel diatas diperoleh variabel harga (X1) nilai VIF sebesar $1,107 < 10$ untuk variabel kelengkapan produk (X2) sebesar $1,214 < 10$ dan untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 1,328 dapat disimpulkan karena nilai VIF pada semua variabel $(X) < 10$ maka tidak terjadi multikolinearitas antara variabel harga (X1) dengan kepuasan pelanggan (Y), kelengkapan produk (X2) dengan kepuasan pelanggan (Y), dan kualitas pelayanan (X3) dengan kepuasan pelanggan (Y).

4. Hasil Uji Heterokedasitas

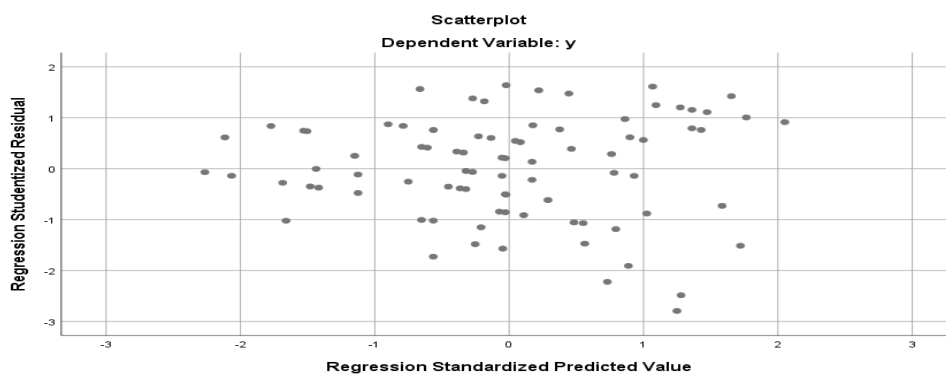
Uji ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan yang lainnya. Uji ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis grafik (*satter plot*) dengan syarat tampilan *scatter plot* menyebar acak. Berikut adalah hasil uji heterokedasitas, sebagai berikut:

Tabel 4.13

Hasil Uji Heterikedasitas

scatterplot

dependent variable : Y



Sumber : Hasil Output Spss versi 25 (2023)

Berdasarkan pada tabel 4.13 data (titik-titik) menyebar secara merata diatas dan dibawah garis 0 dan tidak membentuk suatu pola tertentu sehingga bisa disimpulkan bahwa pada uji regresi tidak terdapat masalah heterokedasitas.

Hasil Regresi Linier Berganda

Uji analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat, yaitu harga (X1), kelengkapan produk (X2), dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Tabel dibawah ini merupakan hasil uji regresi linear berganda, sebagai berikut :

Tabel 4.14
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variabel	Koefisien Regresi (b)	t Hitung	Sig.	Keterangan
Harga (X1)	0,175	1,576	0,119	Ha : Ditolak
Kelengkapan Produk (X2)	-0,116	-0,999	0,321	Ha : Ditolak
Kualitas Pelayanan (X3)	0,261	2,150	0,035	Ha : Diterima
Konstanta (a)	15,628	4,696	0,000	

Sumber : Hasil Spss versi 25 (2023) pada lampiran

Berdasarkan dari tabel 4,14 maka dapat diperoleh persamaan, sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + e$$

$$Y = 15,628 + 0,175 X_1 + -0,116 X_2 + 0,261 X_3 + e$$

Persamaan dari regresi diatas dapat dijelaskan terkait pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat, sebagai berikut :

1. Nilai Konstanta (a)

Nilai konstanta sebesar 15,628 artinya apabila tidak ada pengaruh dari variabel harga, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan, maka variabel kepuasan pelanggan memiliki nilai sebesar 15,628 dengan asumsi variabel lain konstan.

2. Koefisiensi Harga (X₁)

Variabel harga (X₁) memiliki nilai koefisien sebesar 0,175. apabila variabel harga (X₁) naik 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan naik sebesar 0,175 dengan asumsi variabel lain konstan.

3. Koefisiensi Kelengkapan Produk (X₂)

Variabel kelengkapan produk (X₂) memiliki nilai koefisien negative sebesar -0,999. apabila variabel kelengkapan produk (X₂) naik 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan turun sebesar -0,999 dengan asumsi variabel lain konstan.

4. Koefisiensi Kualitas Pelayanan (X₃)

Variabel kualitas pelayanan (X3) memiliki nilai koefisien sebesar 2,150 apabila variabel kualitas pelayanan (X3) naik 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan turun sebesar 2,150 dengan asumsi variabel lain konstan.

Hasil Uji t (Parsial)

Uji t (parsial) digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas yang secara individual dalam menguraikan variabel terikat. jika nilai signifikasinya < dari 0,5 maka suatu variabel independent berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. hipotesis bisa diterima jika taraf signifikansi < 0,05 dan hipotesis ditolak jika taraf signifikan > 0,05. Tabel dibawah ini adalah hasil uji t (parsial), sebagai berikut :

Tabel 4.18
Hasil Uji Secara Parsial
Coefficients

Model	Standardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	15,628	3,328		4,696	.000
Harga	0,292	0,186	0,75	1,576	.119
Kelengkapan Produk	-0,122	0,112	-0,116	-0,999	.321
Kualitas Pelayanan	0,268	0,124	0,261	2,150	.035

Sumber : Hasil Output Spss versi 25 (2023) pada lampiran

Berdasarkan table diatas dapat dilihat hubungan antara masing-masing variable bebas terhadap variable terikat dapat dilihat dari nilai signifikasinya.

Maka dapat disimpulkan bahwa :

1.Variabel harga memiliki Sig. 0,119 > 0,05. maka dapat disimpulkan Ha ditolak, secara parsial variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

2.Variabel kelengkapan produk memiliki nilai Sig. 0,321 > 0,05 maka dapat disimpulkan Ha ditolak. secara parsial variabel kelengkapan produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



3. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai Sig. $0,035 < 0,05$ maka dapat disimpulkan H_a diterima secara parsial variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil Uji F (Simultan)

Uji F (Simultan) digunakan untuk membuktikan apakah ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan. cara melihat nilai signifikasi jika nilai Sig $< 0,05$ maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. hasil uji F (Simultan) dapat dilihat pada table dibawah ini, sebagai berikut :

Tabel 4.16

Hasil Uji F

Model	Sum of Square	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	82.773	3	27.591	3.396	.022 ^b
Residual	650.036	80	8.125		
Total	732.810	83			

Sumber : Hasil Output Spss versi 25 (2023)

Berdasarkan pada table 4.16 menunjukkan bahwa f hitung sebesar 3.396 signifikan $0,022^b$ lebih kecil dari 0,05 dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ $3,396 > 2,7$ yang menyatakan bahwa H_a diterima yang artinya memiliki pengaruh signifikan secara simultan antara variabel harga, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi bertujuan untuk mengukur kemampuan variabel independen terhadap variabel bebas. Berikut adalah tabel hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini, sebagai berikut :

Tabel 4.17

Hasil Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,336 ^a	0,113	0,080	2.851

Sumber : Hasil Output Spss versi 25 pada lampiran

Berdasarkan dari table diatas 4.17 dapat dilihat kontribusi variabel harga,(X1), Kelengkapan Produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) terhadap kualitas pelayanan (Y) pada hasil pengujian data didapatkan nilai $R^2 = 0,113$ yang berarti sebesar 11,3%



sedangkan sisanya sebesar 88,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengaruh Secara Parsial Harga (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan di Sambi Swalayan Kediri.

Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat dilihat bahwa harga memiliki $0,119 > 0,05$, dengan demikian variabel Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. arah pengaruh variabel tersebut adalah negative yang berarti semakin tinggi nilai harga, maka akan semakin menurun kepuasan pelanggan. dengan demikian hipotesis yang menyatakan “Diduga Harga secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan” dinyatakan terbukti dan diterima keberadaannya.

Penelitian ini sejalan dengan riset Lukman Fauji (2015) dengan judul skripsi “Pengaruh Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen pada Distributor PT. Candradimuka Jaya Kediri”.

Pengaruh Secara Parsial Kelengkapan Produk (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan di Sambi Swalayan Kediri.

Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat dilihat bahwa kelengkapan produk memiliki $0,321 > 0,05$, dengan demikian variabel kelengkapan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. arah pengaruh variabel tersebut adalah negative yang berarti semakin tinggi nilai kelengkapan produk, maka akan semakin menurun kepuasan pelanggan. dengan demikian hipotesis yang menyatakan “Diduga kelengkapan produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan” dinyatakan terbukti dan diterima keberadaannya.

Hasil Penelitian ini sejalan dengan riset Ardana (2010) dengan judul skripsi “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Studi Kasus Pada Bengkel Caesar Semarang”.

Pengaruh Secara Parsial Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan di Sambi Swalayan Kediri.

Berdasarkan hasil uji hipotesis dapat dilihat bahwa kualitas pelayanan memiliki $0,035 < 0,05$, dengan demikian variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. arah pengaruh variabel tersebut adalah positif yang berarti semakin kuat kelengkapan produk, maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan. dengan demikian hipotesis yang menyatakan “Diduga kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan” dinyatakan terbukti dan diterima keberadaannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan riset Widodo (2016) dengan judul skripsi “Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. (Studi Kasus pada Swalayan Ada Baru Di Kota Salatiga)”.



Pengaruh Secara Simultan Harga (X1), Kelengkapan Produk (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Kepuasan Pelanggan Sambi Swalayan Kediri

Berdasarkan dari hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel harga (X1), kelengkapan produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) secara simultan memiliki nilai Sig. 0,022^b < 0,05 maka Ha diterima, secara simultan variabel harga (X1), kelengkapan produk (X2) dan kualitas pelayanan (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). dengan demikian hipotesis yang menyatakan “diduga terdapat pengaruh signifikan antara harga, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sambi Swalayan Kediri secara simultan” dinyatakan kebenarannya.

Hasil penelitian ini sejalan dengan riset Nugroho (2011) dengan judul skripsi tentang “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer. (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unnes Fakultas Ekonomi)”.

5. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan tentang pengaruh harga, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Sambi Swalayan Kediri, maka dapat diambil kesimpulan :

1. Hasil dari penelitian menunjukkan variabel harga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan pelanggan. terbukti dengan hasil uji t diperoleh nilai Sig. 0,119 > 0,05.
2. Dari hasil yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa variabel kelengkapan produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. terbukti dengan hasil uji t diperoleh nilai Sig. 0,321 > 0,05.
3. Dari hasil yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan terbukti dengan hasil uji t diperoleh nilai Sig. 0,035 < 0,05.
4. Dari hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa variabel harga, kelengkapan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh simultan dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Sambi Swalayan Kediri dengan hasil uji F diperoleh nilai Sig. 0,022^b < 0,05.

Daftar Referensi

- Alma, Bukhori. 2017. *Pengantar Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Arif, M.Nur Rianto Al. 2010. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Fauji, Lukman. 2015. “Pengaruh Promosi Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Distributor PT. Candradimuka Jaya Kediri.” *Universitas Islam Kediri*.
- Ghozali, Hervan Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM*



- SPSS 25. *Statistik Deskriptif Dan Regresi Linier Berganda Dengan SPSS*. Semarang: Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Irawan, Handi. 2002. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Mulyapradana, Aria, and Atik Indah Lazulfa. 2018. "Tata Kelola Administrasi Untuk Meningkatkan Kualitas Pelayanan Administrasi Di PT.BAM Kabupaten Tegal." *Institusi Politeknik Ganesha Medan 1*.
- Nugroho, Eriyanto Prasetyo. 2011. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Notebook Acer (Studi Kasus Pada Mahasiswa Unnes Fakultas Ekonomi)." *Universitas Negeri Semarang*.
- Philip, Kotler, and Armstrong Garry. 2004. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- . 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jilid satu. Jakarta: Erlangga.
- . 2011. *Principle Of Marketing*. Prentice H. New Jersey.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV.
- . 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: ALFABETA CV.
- Suharno, and Yudi sutarsono. 2010. *Marketing in Pratice*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suryati, Lili. 2019. *Manajemen Pemasaran Suatu Startegi Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan*. Sleman: CV Budi Utama.
- Swastha, Basu. 2000. *Manajemen Pemasaran Modern*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Startegi Pemasaran*. Edisi kedu. Yogyakarta: Andi Offset.
- . 2009. *Startegi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV andi.
- . 2012. *Startegi Pemasaran*. Edisi Ket. Yogyakarta: Andi.
- . 2017. *Startegi Pemasaran*. Edisi 4. Yogyakarta: Andi.
- Widodo, Tri. 2016. "Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian." *STIE AMA Salatiga 19 no 17*.