

## **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konter Abian Cell Store**

*Ahmad Fithoni<sup>1</sup>, Irfan Widyanto<sup>2</sup>*

*Program Studi Manajemen, Universitas Graha Karya Muara Bulian Jambi  
Jl. Gajah Mada Muara Bulian, Telp. (0741) 23022  
E-mail: [ahmadfithoni69@gmail.com](mailto:ahmadfithoni69@gmail.com)*

### **Abstract**

*The research aims to determine the effect of service quality and product completeness on consumer satisfaction at the Abian Cell Store counter in Batang Hari Regency. The research was conducted in a quantitative descriptive manner with a total of 30 respondents. The test equipment used includes the t-test (partial test), f-test (simultaneous test and coefficient of determination ( $R^2$ )), which is intended to find the extent and how much influence the independent variable has on the dependent variable both separately and together using with the help of the SPSS application. The results of the research show that service quality and product completeness influence consumer satisfaction, both partially and simultaneously, meaning that the null hypothesis is accepted. Meanwhile, for the coefficient of determination, the result is 0.912 or 91.2 percent for the independent variable influences the dependent variable while the remaining 8.8 percent is influenced by other factors which are not included in the research variables.*

**Keywords : Consumer Satisfaction; Product Completeness; Service Quality**

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dampak dari mutu layanan dan kesempurnaan produk terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Konter Abian *Cell Store* di Kabupaten Batang Hari. Penelitian dilakukan secara Deskriptif Kuantitatif dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Alat uji yang digunakan meliputi uji t (uji parsial), uji f (uji simultan dan koefisien determinan ( $R^2$ )), hal ini dimaksudkan untuk mencari sejauh mana dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen baik secara terpisah maupun secara bersama-sama dengan menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Temuan dari penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kelengkapan produk, baik secara parsial (terpisah) maupun secara simultan (bersama-sama) artinya Hipotesis nol diterima. Sedangkan untuk koefisien determinasi didapat hasil sebesar 0,912 atau 91,2 persen variabel independen mempengaruhi variabel dependen sementara sisanya sebesar 8,8 persen dipengaruhi faktor lain yang tidak termasuk dalam variabel penelitian.

**Kata kunci : Kelengkapan Produk; Kepuasan Konsumen; Kualitas Pelayanan**

### **1. Pendahuluan**

Kemajuan di sektor industri, jasa, dan perdagangan memiliki peran krusial dalam perekonomian global, memberikan dampak signifikan pada kehidupan masyarakat. Perubahan dalam kondisi ekonomi Indonesia berkontribusi pada pertumbuhan yang meningkat di berbagai sektor usaha. Hal ini ditandai dengan banyaknya usaha yang bermunculan.

Adanya globalisasi juga menjadi faktor kunci dalam timbulnya permintaan atau peningkatan permintaan terhadap barang dan jasa. Gaya hidup menjadi salah satu elemen kehidupan masyarakat yang terpengaruh oleh fenomena ini. Oleh karena itu, banyak pelaku usaha besar memantau perkembangan globalisasi, terutama perubahan yang memengaruhi kehidupan masyarakat contohnya seperti perkembangan teknologi.

Kemajuan teknologi digital yang semakin pesat saat ini mengakibatkan transformasi besar-besaran dalam skala global. Munculnya berbagai inovasi teknologi digital yang terus berkembang telah memicu pergeseran yang dikenal sebagai transformasi digital. Berbagai kalangan kini dapat dengan mudah mengakses informasi melalui berbagai sarana, dan mereka dapat menikmati fasilitas teknologi digital dengan bebas dan terkendali.



Dalam era saat ini, teknologi digital menjadi faktor krusial untuk kelangsungan hidup manusia. Oleh karena itu, banyak bermunculan toko-toko yang menjual barang-barang elektronik, seperti konter, sebagai respons terhadap kebutuhan yang semakin meningkat..

Konter adalah tempat di mana aktivitas jual-beli barang elektronik dilakukan, salah satunya *Handphone*. Perkembangan yang signifikan terjadi dalam bisnis jual-beli barang elektronik saat ini, dan fenomena ini tidak terbatas hanya pada kota-kota besar saja, melainkan merambah ke tempat atau kota kecil seperti di Kelurahan Teratai. Ini menunjukkan semakin bertambahnya kesadaran masyarakat akan pentingnya teknologi digital. sebagai tolak ukur keberhasilan bisnis jual-beli barang elektronik terutama *Handphone* adalah kepuasan konsumen.

Kepuasan konsumen memiliki dampak pada keinginan untuk mengunjungi kembali konter yang sama. Kepuasan menciptakan pengalaman yang tertanam dalam ingatan pelanggan, yang selanjutnya mempengaruhi keputusan untuk membeli kembali produk yang sama. Pelayanan optimal termanifestasi dalam keunikan dan kualitas layanan yang dapat dirasakan dan dinikmati langsung oleh pelanggan.

Kepuasan merujuk pada rasa senang atau kecewa yang dirasakan seseorang, yang timbul dari perbandingan antara pengalaman mereka dengan kinerja atau hasil suatu produk dan harapan yang mereka miliki. Dampaknya adalah tingginya tingkat loyalitas pelanggan. Perkembangan ilmu dan teknologi mendorong masyarakat untuk meningkatkan kemajuan mereka, dengan tujuan meningkatkan kualitas hidup. Maka, pemerintah perlu memperhatikan ketersediaan usaha jual-beli barang elektronik bagi masyarakat sebagai langkah dalam pembangunan sektor teknologi.

Peran yang sangat krusial dalam kelangsungan hidup, pertumbuhan dan perolehan laba perusahaan dipegang oleh kegiatan pemasaran. Pemasaran adalah inti dari serangkaian kegiatan bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menetapkan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang-barang, dengan tujuan memenuhi keinginan konsumen, baik yang telah menjadi pelanggan maupun yang berpotensi menjadi pelanggan di masa mendatang.

Dalam perspektif pemasaran, menurut Fithoni (2021) Kualitas pelayanan yang unggul memerlukan respons yang berasal dari masyarakat (konsumen konter) sebagai dasar untuk pengembangan lebih lanjut. Hal ini bertujuan agar faktor-faktor yang berkontribusi pada kepuasan konsumen dapat diidentifikasi dan dipahami, sehingga misi dan tujuan yang ditetapkan dapat tercapai.

Kualitas bisa didefinisikan sebagai totalitas keunggulan dan karakteristik suatu produk atau jasa yang mendukung kemampuan produk atau jasa tersebut untuk memuaskan dan memenuhi kebutuhan.

Penjualan yang memiliki mutu tinggi dimulai dengan penerapan standar etika manajemen yang tinggi. Dalam konteks ekstrem, dikemukakan bahwa kualitas adalah faktor fundamental yang memengaruhi preferensi konsumen terhadap berbagai jenis layanan yang sedang berkembang pesat saat ini. Terdapat lima indikator kualitas pelayanan yang dapat diuraikan sebagai berikut: Keandalan (*reliability*), Daya Tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Empati (*emphaty*), Berwujud (*tangibles*). Fithoni yang dikutip dari Pandi Tjiptono (2021)

Menurut Fithoni (2022), kelengkapan produk merupakan ketersediaan seluruh jenis produk yang diproduksi oleh suatu produsen dan ditawarkan untuk dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi oleh konsumen. Sementara itu, menurut Engels sebagaimana diungkapkan dalam Fithoni (2022), keragaman produk mencakup aspek-aspek seperti kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan, termasuk ketersediaan produk tersebut di toko pada setiap waktu.

Dewasa ini, konsumen menuntut nilai yang lebih tinggi dan beragam karena mereka dihadapkan pada berbagai pilihan barang dan jasa yang dapat diperoleh. Dalam konteks ini, penjual harus mampu menyediakan produk dengan kualitas yang baik. Selain itu, kelengkapan produk yang ditawarkan, seperti variasi (*variety*), juga memiliki dampak besar terhadap minat beli konsumen. Produk, yang merupakan hasil dari kegiatan produksi, memiliki bentuk dan sifat fisik tertentu. Tambahan pula, terdapat jarak waktu antara produksi produk tersebut dan konsumsi oleh pelanggan.

Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen Pada Konter Abian *Cell Store* Di Kelurahan Teratai Kabupaten Batanghari.



## 2. Metode Penelitian

### 2.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penulisan ini adalah penelitian *Survey*. Menurut Sugiyono (2020). Penelitian survei merupakan metode penelitian yang digunakan untuk mengumpulkan data yang mencerminkan keadaan pada masa lalu atau saat ini. Tujuannya adalah untuk mendapatkan informasi tentang keyakinan, pendapat, karakteristik, perilaku dan hubungan antar variabel. Metode ini juga digunakan untuk menguji hipotesis-hipotesis terkait variabel dari sampel yang diambil dari suatu populasi tertentu. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan teknik pengamatan yang tidak mendalam, seperti wawancara dan kuesioner, diman hasil penelitian cenderung untuk dapat digeneralisasikan.

### 2.2. Jenis dan Sumber Data Penelitian

Data yang diperoleh berasal dari studi kepustakaan dengan mengumpulkan informasi yang diperlukan, sebagaimana dijelaskan oleh Sugiyono (2020), mengenai tipe data yang umumnya digunakan dalam penelitian. Adapun jenis data dalam penelitian ini meliputi data kualitatif (data yang diperoleh dari hasil wawancara dengan responden) dan data kuantitatif (data yang diperoleh dari pengisian kuesioner, berbentuk angka yang dapat dihitung). Selanjutnya, sumber data terdiri dari Data Primer, yang merupakan informasi yang diperoleh oleh peneliti melalui observasi atau pengamatan langsung di lokasi dan lingkungan sekitar. Metode pengumpulan data ini melibatkan observasi, penggunaan kuesioner dan wawancara secara langsung dengan objek penelitian. Sementara itu, Data Sekunder adalah informasi yang diperoleh secara tidak langsung, yaitu data yang diambil oleh peneliti dari dokumen-dokumen, literatur, atau sumber tertulis lainnya yang memberikan informasi terkait dengan aspek yang relevan dalam kegiatan penelitian.

### 2.3. Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2020), langkah yang paling penting dalam penelitian adalah teknik pengumpulan data, karena tujuan utama dari penelitian adalah untuk mendapatkan data. Oleh karena itu, untuk memberikan jawaban yang tepat dan akurat terhadap permasalahan penelitian, digunakanlah teknik pengumpulan data sebagai langkah awal, yaitu Penelitian Kepustakaan (*Library Research*) dan Penelitian Lapangan (*Field Research*) dengan cara observasi, wawancara, serta angket (*kuesioner*).

### 2.4. Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Konter Abian cell Store di Kelurahan Teratai, dimana rata-rata pelanggan yang datang dalam waktu 1 bulan atau 30 hari, yaitu sekitar 300 pelanggan. Data tersebut didapat dari hasil wawancara singkat terhadap pimpinan Konter Abian *Cell Store* di Kelurahan Teratai. Sedangkan, penentuan sampel dalam penelitian ini adalah dengan metode *accidental sampling*, yang juga dikenal sebagai metode penarikan sampel tanpa sengaja, melibatkan peneliti dalam pengambilan sampel yang secara kebetulan ditemui pada saat tertentu. sampai memenuhi target jumlah sampel. Menurut Arikunto (2013:109), penentuan jumlah sampel jika jumlah responden kurang dari 100 orang, seluruh responden akan diambil sebagai sampel. Namun, jika jumlah responden melebihi 100 orang, pengambilan sampel dapat dilakukan sekitar 10%-15% atau 20%-25% atau lebih dari total populasi, sesuai dengan panduan yang disebutkan oleh Arikunto (2013). Sehingga jumlah sampel pada penelitian ini adalah 10% dari 300 populasi yaitu sebanyak 30 orang.

### 2.5. Analisis Data

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis data Deskriptif Kuantitatif. Digunakan skala likert untuk menghitung frekuensi skor setiap item pertanyaan yang dipergunakan untuk mengukur sikap atau persepsi responden penelitian, dengan ketentuan sebagai berikut:

**Tabel 1. Skoring Atas Tanggapan Responden Penelitian**

No.	Rentang Skala	Skor
1	Sangat Tidak Setuju (STS)	1
2	Tidak Setuju (TS)	2
3	Cukup Setuju (CS)	3
4	Setuju (S)	4
5	Sangat Setuju (SS)	5

*Sumber: Arikunto (2013)*



Selain itu, kami juga menggunakan alat analisis data berupa uji validitas dan uji reliabilitas untuk menguji kevalidan dan seberapa stabilnya pertanyaan dari kuesioner dapat dipertanggungjawabkan. Selanjutnya, untuk mengukur secara kuantitatif pengaruh perubahan suatu kejadian pada variabel independen terhadap variabel dependen, kami menerapkan analisis statistik, yaitu Analisis Regresi Linear Berganda, Uji T (Uji Parsial), Uji F (Uji Simultan), dan Uji Koefisien Determinasi ( $R_2$ ).

### 3. Hasil Penelitian

#### 3.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengevaluasi keabsahan suatu kuesioner. Dasar pengambilan keputusan dilakukan dengan membandingkan nilai-nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ , pada sampel 30 orang dengan tingkat signifikan 0,05 maka nilai  $r_{tabel}$  adalah 0,2960.

**Tabel 2. Uji Validitas Atas Variabel Independen (X1 dan X2)**

Variabel	No. Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket
Kualitas Pelayanan (X1)	1	0,754	0,2960	Valid
	2	0,726	0,2960	Valid
	3	0,627	0,2960	Valid
	4	0,825	0,2960	Valid
	5	0,492	0,2960	Valid
Kelengkapan Produk (X2)	1	0,800	0,2960	Valid
	2	0,735	0,2960	Valid
	3	0,592	0,2960	Valid
	4	0,785	0,2960	Valid
	5	0,890	0,2960	Valid

*Sumber: Data diolah dengan SPSS*

**Tabel 3. Uji Validitas Atas Variabel Dependen (Y)**

Variabel	No. Item	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Ket
Kualitas Konsumen (Y)	1	0,720	0,2960	Valid
	2	0,662	0,2960	Valid
	3	0,573	0,2960	Valid
	4	0,732	0,2960	Valid
	5	0,703	0,2960	Valid
	6	0,709	0,2960	Valid
	7	0,597	0,2960	Valid
	8	0,575	0,2960	Valid
	9	0,742	0,2960	Valid
	10	0,656	0,2960	Valid

*Sumber: Data diolah dengan SPSS*

Berdasarkan tabel 2 dan 3, diketahui bahwa nilai  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka dapat disimpulkan semua item pertanyaan dalam indikator variabel kualitas pelayanan (X1), kelengkapan produk (X2), dan kepuasan konsumen (Y) menunjukkan hasil yang valid.

#### 3.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk membuktikan bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian meliputi variabel dan indikatornya memiliki kehandalan (reliabel), sehingga dapat diujikan kembali atau digunakan oleh pihak lain dimasa yang akan datang.



**Tabel 4. Uji Reliabilitas**

Variabel	Nilai Alpha	Taraf Signifikan	Ket
Kualitas Pelayanan (X1)	0,847	0,6	Reliabel
Kelengkapan Produk (X2)	0,770	0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0,676	0,6	Reliabel

*Sumber: Data diolah dengan SPSS*

Dari tabel 4 diatas, diketahui dilihat bahwa semua nilai variabel penelitian memiliki *Crombach's Alpha* > taraf signifikan (0,6). Maka dengan demikian, keseluruhan variabel dapat dikatakan reliabel.

### 3.3. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh variabel independen, seperti kualitas pelayanan (X1) dan kelengkapan produk (X2), terhadap variabel dependen, yaitu kepuasan konsumen (Y). akan disajikan pada tabel 4.

Berdasarkan tabel 4, maka didapat persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = -1,948 + 0,892X_1 + 1,192X_2$$

Dari persamaan regresi diatas, dapat dijelaskan bahwa :

1. Nilai a = -1,948  
Artinya apabila variabel kualitas pelayanan dan kelengkapan produk dianggap tidak ada (sama dengan nol) maka nilai kepuasan konsumen akan sebesar -1,048.
2. Nilai b1 = 0, 892  
Artinya jika kualitas pelayanan mengalami peningkatan sebesar satu satuan sedangkan kelengkapan produk tetap (sama dengan nol) maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 0,892.
3. Nilai b2 = 1, 192  
Artinya jika kelengkapan produk mengalami peningkatan sebesar satu satuan sedangkan kualitas pelayanan tetap (sama dengan nol) maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 1,192.

### 3.4. Uji T

Tujuan penggunaan uji t adalah untuk melihat adanya pengaruh variabel independen (X1 dan X2) terhadap suatu variabel dependen (Y) secara parsial (terpisah). Dari tabel 5 didapat bahwa nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 6,996 sementara nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kelengkapan produk (X2) sebesar 10,117 hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $6,997 < 2,05183$ ) dengan *sig* 0,000 maka dapat disimpulkan H0 diterima dengan kata lain bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Kelengkapan produk (X2) memiliki nilai lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  ( $10,117 < 2,05183$ ) dengan *sig* 0,000 maka dapat disimpulkan H0 diterima dengan kata lain bahwa kelengkapan produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**Tabel 5. Uji Data Regresi dan Uji T**

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-1,948	2,438		-,799	,431
	Kualitas Pelayanan	,892	,127	,448	6,997	,000
	Kelengkapan Produk	1,196	,118	,648	10,117	,000



a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data diolah dengan SPSS

3.5. Uji F (Uji Simultan)

Alat yang digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen, seperti kualitas pelayanan (X1) dan kelengkapan produk (X2), terhadap variabel kepuasan konsumen secara simultan (bersama-sama) adalah Uji F (Uji Simultan). Adapun hasil SPSS dapat dilihat pada tabel 6.

Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ) dan pada tabel 6 diketahui nilai  $F_{hitung}$  sebesar 151,665 sedangkan nilai  $F_{tabel}$  sebesar 3,34. artinya nilai  $F_{hitung}$  lebih besar dari nilai  $F_{tabel}$  artinya menerima  $H_0$  dan kesimpulannya adalah kualitas pelayanan dan kelengkapan produk memiliki pengaruh yang signifikan secara simultan (bersama-sama) terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 6. Hasil Uji F ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	834,518	2	417,259	151,665	,000 <sup>b</sup>
Residual	74,282	27	2,751		
Total	908,800	29			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kelengkapan Produk , Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah dengan SPSS

3.6. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Berdasarkan tabel 7, terlihat bahwa nilai *Adjust R Square* yang dihasilkan sebesar 0,912 yang menunjukkan besaran persentase pengaruh kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen pada Konter Abian *Cell Store* di Kelurahan Teratai sebesar 91,2% dan sisanya 0,088 atau 8,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk kedalam penelitian ini.

Tabel 7. Model Summary

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,958 <sup>a</sup>	,918	,912	1,659

a. Predictors: (Constant), Kelengkapan Produk , Kualitas Pelayanan

Sumber: Data diolah dengan SPSS

4. Penutup

Hasil pengujian secara parsial (uji t) diketahui kualitas pelayanan (X1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y), begitu juga dengan kelengkapan produk (X2). Secara simultan (uji f) diketahui bahwa secara simultan (bersama-sama) kualitas pelayanan dan kelengkapan produk (X1 dan X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). sedangkan koefisien determinasi ( $R^2$ ) diketahui bahwa kualitas pelayanan dan kelengkapan produk (X1 dan X2) memiliki pengaruh sebesar 91,2% terhadap kepuasan konsumen, sisanya sebesar 8,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak termasuk kedalam variabel penelitian.

Berdasarkan kesimpulan diatas, diketahui bahwa tanpa adanya kualitas pelayanan dan kelengkapan produk, kepuasan konsumen bernilai negatif, artinya kedua variabel merupakan faktor penting untuk menjaga agar



konsumen mau membeli dan merasa puas. Untuk itu kedepan hendaknya Konter Abian Cell Store terus menjaga dan melaksanakan kepuasan konsumen dengan tetap melaksanakan dan bila perlu meningkatkan pelayanan yang diberikan serta menambah kelengkapan produk yang dijual.

## Daftar Pustaka

- Arikunto, 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta. Rineka Cipta.
- Ahmad Fithoni, Desi Fitriyani. 2021. *Pengaruh Citra Merk, Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Smartphone pada Counter Zombri Cell Muara Bulian*. *Jurnal Citra Ekonomi* 77 - 89
- Ahmad Fithoni, 2022. *Analisis Tingkat Kepuasan Konsumen pada Konter Abian Cell Store di Kabupaten Batang Hari ditinjau dari Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk*. *Citra Ekonomi, LPPM UGK Muara Bulian*
- Husein, Umar. 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Edisi 11. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Philip kotler and gary amstrong. 2015. *Principles Of Marketing, Fourteenth Global Edition*. 14 edition. Pearson.
- Philip kotler and kein Ine keller. 2015. *Marketing Management. Fourteenth Global Edition*. 14 edition. Pearson.
- Sugiyono. 2020. *Methode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung, Alfabeta.
- Supranto, J. 2009. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Umum.

