



Implementasi Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk dan Harga Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Swalayan XYZ

Tiara Kartika Sari¹, Khabib Alia Akhmad², Esti Dwi Rahmawati³

¹⁻³Universitas Duta Bangsa Surakarta, Indonesia

Korespondensi penulis: tiarakartika964@gmail.com¹, khabib_alia@udb.ac.id², esti_dwirahmawati@udb.ac.id³

Korespondensi penulis: tiarakartika964@gmail.com¹

Abstract. *The increasing growth of the industry now can cause competition in companies, one of which is the retail business. Where must be able to compete competitively to understand consumers. Companies need to implement more rigorous and innovative strategies in developing businesses, so as to meet the satisfaction of consumers. This study aims to determine the effect of service quality, product completeness, and product prices on customer satisfaction at Swalayan xyz. This study uses quantitative methods, and sampling is a non-probability sampling technique with purposive sampling type where sampling is done using certain considerations. The sample taken was 100 respondents. The study used multiple liner regression analysis techniques and hypothesis testing which were analyzed using SPSS 25 software. This study has independent variables and dependent variables. Where the independent variable is Service Quality (X1), Product Completeness (X2), and Product Price (X3), for the dependent variable, namely Customer Satisfaction (Y). The results showed that (1) Service Quality has a positive and significant effect on Customer Satisfaction. (2) Product Completeness has a positive and significant effect on Customer Satisfaction. (3) Product Price has a positive and significant effect on Customer Satisfaction. (4) Service Quality, Product Completeness, and Product Price simultaneously have a positive and significant effect on Consumer Satisfaction.*

Keywords: *Service Quality, Product Completeness, Product Price, Customer Satisfaction.*

Abstrak. Pertumbuhan industri sekarang yang semakin meningkat dapat menyebabkan persaingan pada perusahaan salah satunya bisnis ritel. Dimana harus mampu bersaing secara kompetitif untuk memahami konsumen. Perusahaan perlu menerapkan strategi lebih ketat dan inovatif dalam mengembangkan usaha, sehingga dapat memenuhi kepuasan dari konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kelengkapan produk, dan harga produk terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan xyz. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dan pengambilan sampel yaitu teknik non-probability sampling dengan tipe purposive sampling yang mana pengambilan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu. Sampel yang diambil sejumlah 100 responden. Penelitian menggunakan teknik analisis regresi liner berganda dan uji hipotesis yang dianalisis menggunakan software SPSS 25. Penelitian ini terdapat variabel independen dan variabel dependen. Dimana variabel independen terdapat Kualitas Pelayanan (X1), Kelengkapan Produk (X2), dan Harga Produk (X3), untuk variabel dependen yaitu Kepuasan Konsumen (Y). Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan pada Kepuasan Konsumen. (2) Kelengkapan Produk berpengaruh positif dan signifikan pada Kepuasan Konsumen. (3) Harga Produk berpengaruh positif dan signifikan pada Kepuasan Konsumen. (4) Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga Produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan pada Kepuasan Konsumen.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, Harga Produk, Kepuasan Konsumen.

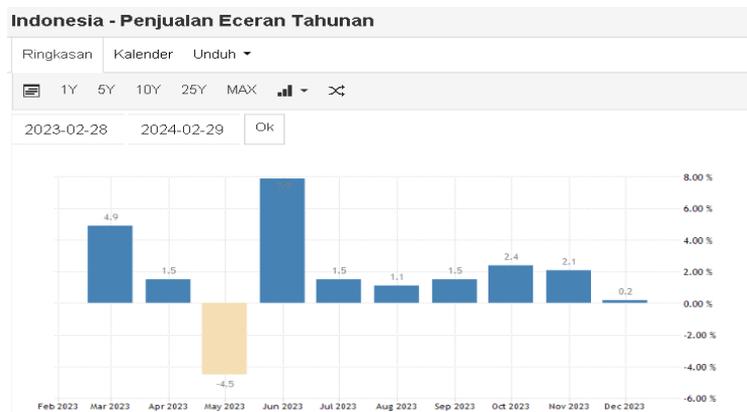
1. LATAR BELAKANG

Pertumbuhan industri pada saat ini yang semakin meningkat dengan cepat, hal tersebut dapat terjadi pada segala bidang jenis usaha. Dimana Perusahaan industri yang semakin meningkat menyebabkan perusahaan wajib menghadapi persaingan yang lebih ketat, sehingga perusahaan dituntut dapat bersaing secara kompetitif dalam hal menciptakan dan

mempertahankan konsumen atau pelanggan. Untuk membangun suatu kepuasan dari konsumen sehingga perlu persaingan bisnis dalam kategori tertentu, salah satunya di bidang ritel yang banyak diminati masyarakat karena semua kalangan yang membutuhkan.

Perkembangan wirausaha dalam bisnis ritel semakin meningkat, sehingga ketatnya persaingan dalam bisnis ritel tidak bisa dipungkiri. Perusahaan perlu menerapkan strategi yang lebih baik untuk persaingan bisnis yang lebih ketat dengan perusahaan dalam bidang yang sama. Banyaknya perusahaan yang berdiri dalam bidang serupa dengan produk yang sama sehingga tidak dapat terhindarkan, oleh karena itu perusahaan dituntut meningkatkan daya saingnya. Perusahaan harus lebih cepat dan kuat agar dapat memenuhi kebutuhan target pasarnya untuk terus berkembang.

Perusahaan perlu menyediakan kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan harga produk yang baik dalam memenuhi kepuasan dan kebutuhan konsumennya. Sehingga terdapat beberapa konsumen menjadikan Swalayan xyz sebagai tujuan perbelanjaan pada bisnis ritel. Produk yang beragam dapat mengakibatkan persaingan usaha semakin ketat dalam mempromosikan produknya. Persaingan produk tidak hanya dilihat dari unsur merek, kualitas, dan kelengkapan produk yang menjadi titik pusat perhatian, melainkan juga perusahaan wajib membangun harga produk yang mudah dijangkau oleh konsumen dan kelengkapan berbagai produk serta yang paling penting ialah kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.



(Trading Economics Bank Indonesia, 2024)

Gambar 1.1 Grafik Penjualan Ritel Eceran di Indonesia

Penjualan ritel yang ada di Indonesia mengalami peningkatan dan penurunan dari setiap bulannya, tepatnya pada tahun 2023. Syarat yang harus di penuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan dengan mengimplementasikan harga yang bisa dijangkau oleh kalangan masyarakat dan mempertahankan pelanggan dengan membuat citra yang baik di benak konsumen yang akan menimbulkan kepuasan konsumen secara berkelanjutan. Hal

tersebut bisa dicapai oleh suatu perusahaan melalui upaya menghasilkan dan menyampaikan barang serta jasa yang diinginkan konsumen. Kegiatan tersebut saling bergantung pada perusahaan atau sebagai atribut dalam kelengkapan produk, kualitas pelayanan, dan harga (Melisa, 2021).

Swalayan xyz merupakan supermarket atau tempat perbelanjaan ritel modern yang telah menyediakan bahan mulai dari kebutuhan sehari-hari dengan lebih lengkap, lebih hemat, dan menjadi sahabat keluarga. Bisnis ritel swalayan xyz memiliki banyak cabang mulai dari Kartasura, Sukoharjo, Karanganyar, Boyolali, Klaten, Sragen, Triyagan, Purwodadi (Arest, 2024). Swalayan xyz tepatnya berlokasi di Jl. Ahmad Yani, Dusun I, Kartasura, Kec. Kartasura, Kabupaten Sukoharjo, Jawa Tengah. Swalayan xyz dimiliki oleh atau owner dari Swalayan xyz yaitu Bapak Henry Santoso.

Persaingan bisnis Swalayan xyz yang semakin ramai membuat pelaku bisnis harus memiliki banyak cara dan strategi yang lebih baik lagi sebagai evaluasi dan diterapkan kedepannya. Seperti akan adanya hal lain yaitu memiliki pesaing dengan usaha dan konsep yang sama sehingga dapat mempengaruhi kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan harga produk terhadap kepuasan konsumen.

2. KAJIAN TEORITIS

a. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan diartikan sebagai cakupan dari keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik baik produk ataupun jasa terkait antara mampu atau tidaknya suatu pelaku bisnis dalam memenuhi kebutuhan yang telah ditetapkan (Lupiyoadi, 2023). kualitas pelayanan adalah bentuk dari penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterapkan dari pemilik usaha dan akan diterima oleh konsumen dengan tingkat pelayanan yang akan diharapkan (Kotler, 2015). kualitas pelayanan adalah keseluruhan dari ciri atau karakteristik barang dan jasa yang akan berpengaruh pada suatu kemampuan nya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan secara langsung maupun secara tersirat (Tantri, 2019).

b. Kelengkapan Produk

Kelengkapan produk diartikan bahwa banyak orang berpikir sebuah produk atau jasa merupakan tawaran yang berwujud, namun produk tersebut sebenarnya bisa lebih dari itu atau dapat didefinisikan dengan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke segmen pasar untuk memenuhi kepuasan, keinginan, dan kebutuhan konsumen (Kotler, 2016). Kelengkapan produk juga diungkapkan bahwa kelengkapan yang menyangkut

jenis produk pengecer harus cocok dengan yang diharapkan konsumen, dilain hal itu pilihan produk yang beragam menjadi unsur penting dalam ajang persaingan (Utami, 2017). Kelengkapan produk dapat diartikan dengan sudut pandang suatu pemilik usaha, produk merupakan segala sesuatu yang ditawarkan dan disediakan untuk diperhatikan, dicari, dan dibeli atau digunakan oleh konsumen untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan sesuai dengan yang bersangkutan (Tjiptono, 2015).

c. Harga Produk

Harga merupakan satu-satunya unsur dari bauran pemasaran yang dapat mendatangkan pemasukan atau pendapatan bagi Perusahaan atau pelaku bisnis (Tjiptono, 2021). Harga juga dapat diartikan dengan sebagai faktor penting sebagai bagian dari pembeda antara seorang penjual yang dapat memerikan perbedaan penawarannya dari para pelaku bisnis lainnya yang bersaing dengan bisnis sama (Prasetya dkk, 2023). Harga juga menjadi salah satu penentu suatu keberhasilan perusahaan, karena harga dianggap dapat menentukan seberapa besar keuntungan yang diperoleh dari Perusahaan (Habibah, 2021).

d. Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan dari seseorang setelah membandingkan produk atau hasil kinerja sesuai dengan harapan yang diinginkan (Tjiptono, 2015). Kepuasan konsumen juga dapat diartikan dengan perasaan yang muncul dari konsumen baik kecewa atau senang setelah membandingkan hasil dari produk yang dipikirkan terhadap hasil yang diharapkan, dan jika kinerja tersebut berada di bawah harapan sehingga konsumen akan muncul rasa tidak puas, dan jika sebaliknya kinerja tersebut berada di atas harapan konsumen maka akan muncul rasa puas (Kotler, 2015).

3. METODE PENELITIAN

Penelitian penulis dilakukan dengan menggunakan metode kuantitatif. Merujuk sebagai pendapat metode kuantitatif merupakan metode penelitian berdasarkan positivistic (data yang konkrit), data yang diperoleh dalam bentuk numerik yang kemudian dilakukan pengukuran dengan menggunakan statistik yang berfungsi sebagai media penguji perhitungan terkait persoalan pada penelitian agar dapat ditemukan suatu kesimpulan (Sugiyono, 2019). Kemudian data yang telah dikumpulkan dapat diproses melalui uji regresi linier berganda dengan menggunakan sistem atau program SPSS 25 untuk mempermudah analisis suatu data.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya dari suatu kuesioner penelitian. Uji validitas dilakukan untuk membandingkan antara r_{hitung} dan r_{tabel} . Untuk mendapatkan r_{tabel} dilakukan dengan menggunakan *r product moment* yaitu menentukan $\alpha = 0,05$ kemudian diketahui bahwa n (sampel) = 100 orang. Sehingga, $df = n - 2 = 98$, oleh karena itu diperoleh r_{tabel} yaitu sebesar 0,196. Berikut adalah hasil dari uji validitas

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item Pertanyaan	R hitung	R tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	X1.1	0,758	0,196	Valid
	X1.2	0,845	0,196	Valid
	X1.3	0,800	0,196	Valid
	X1.4	0,788	0,196	Valid
	X1.5	0,843	0,196	Valid
Kelengkapan Produk (X2)	X2.1	0,788	0,196	Valid
	X2.2	0,812	0,196	Valid
	X2.3	0,839	0,196	Valid
	X2.4	0,842	0,196	Valid
	X2.5	0,859	0,196	Valid
Harga Produk (X3)	X3.1	0,811	0,196	Valid
	X3.2	0,875	0,196	Valid
	X3.3	0,892	0,196	Valid
	X3.4	0,837	0,196	Valid
	X3.5	0,876	0,196	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0,782	0,196	Valid
	Y2	0,771	0,196	Valid
	Y3	0,860	0,196	Valid
	Y4	0,790	0,196	Valid
	Y5	0,708	0,196	Valid

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS, 2024

Hasil dari analisis tabel uji validitas di atas, dapat disimpulkan bahwa jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka kuesioner tersebut dapat dikatakan layak digunakan dalam penelitian. Oleh karena itu, seluruh pertanyaan yang digunakan dalam kuesioner penelitian memiliki kemampuan yang baik dalam mengukur variabel Kualitas Pelayanan (X1), Kelengkapan Produk (X2), Harga Produk (X3), dan Kepuasan Konsumen (Y).

Uji Reliabilitas

Pengukuran dari uji reliabilitas yang digunakan memiliki kriteria yaitu, jika nilai *Cronbach Alpha* $> 0,70$ maka dianggap reliabel. Sebaliknya jika nilai dari *Cronbach Alpha* $> 0,70$ maka dianggap tidak reliabel. Oleh karena itu, nilai *Cronbach Alpha* yang digunakan

sebagai penanda untuk menentukan keandalan dari suatu alat ukur atau instrumen sebagai berikut.

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	$\alpha = 0,70$	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,863	0,70	Reliabel
Kelengkapan Produk	0,880	0,70	Reliabel
Harga Produk	0,909	0,70	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,829	0,70	Reliabel

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS, 2024

Disimpulkan bahwa dari keempat variabel tersebut yaitu kualitas pelayanan, kelengkapan produk, harga produk, dan kepuasan konsumen memiliki nilai *Cronbach Alpha* > 0,70. Sehingga, menunjukkan bahwa hasil kuesioner tersebut reliabel atau kuesioner memiliki hasil yang konsisten dan dapat dipercaya sebagai alat ukur. Maka indikator yang digunakan dalam kuesioner layak dan dapat diandalkan sebagai alat ukur penelitian.

Uji Normalitas

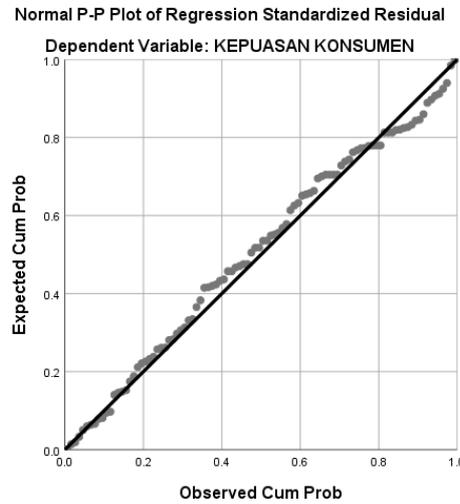
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.04032672
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.061
	Negative	-.064
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS, 2024

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan hasil uji normalitas dengan data 100 sampel responden yang dilakukan untuk pengujian variabel Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga Produk terhadap Kepuasan Konsumen. Dibuktikan bahwa hasil nilai *Asymp. Sig* sebesar 0,200 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa data memiliki hasil distribusi normal.

Uji normalitas juga dapat dilakukan dengan menggunakan uji normal P-P Plot untuk mengetahui model regresi variabel tersebut memiliki hasil terdistribusi normal atau tidak yang dapat dipaparkan pada gambar di bawah:



(Sumber: Data Primer yang diolah SPSS, 2024)

Gambar 4.1 Hasil Uji Normalitas (P-P Plot of Regression)

Berdasarkan pada gambar normal P-P Plot of Regression, dapat dijelaskan bahwa garis normal menunjukkan dimana keadaan data yang mengikuti distribusi normal. Karena memiliki hasil data yaitu titik-titik berada di sekitar atau dekat dengan garis normal, maka disimpulkan bahwa data yang diperoleh terdistribusi normal.

Uji Multikolinearitas

Tabel 4.4 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	5.570	1.820		3.061	.003		
KUALITAS PELAYANAN	.242	.110	.254	2.195	.031	.426	2.346
KELENGKAPAN PRODUK	.198	.091	.218	2.177	.032	.572	1.750
HARGA PRODUK	.293	.111	.295	2.629	.010	.454	2.204

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS, 2024

Diketahui bahwa nilai *tolerance* > 0,10 dan nilai VIF < 10 maka hasil tersebut tidak terjadi multikolinearitas. Sehingga dari indikator ketiga variabel independen tersebut mampu memahami variabel dependen. Sebaliknya jika terjadi multikolinearitas indikator dari variabel independen kurang dapat diandalkan untuk memahami variabel dependen.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.102	.054		1.889	.062
KUALITAS PELAYANAN	-.006	.003	-.295	-1.936	.056
KELENGKAPAN PRODUK	-.001	.003	-.064	-.488	.627
HARGA PRODUK	.006	.003	.273	1.853	.067

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS, 2024

Hasil tersebut telah menunjukkan bahwa nilai signifikan lebih dari 0,05 dimana hal tersebut menunjukkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi. Sehingga tingkat kepercayaan seluruh indikator pada setiap variabel semakin tinggi.

Uji Regresi Linier Berganda

Tabel 4.6 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.570	1.820		3.061	.003
	KUALITAS PELAYANAN	.242	.110	.254	2.195	.031
	KELENGKAPAN PRODUK	.198	.091	.218	2.177	.032
	HARGA PRODUK	.293	.111	.295	2.629	.010

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS, 2024

Berdasarkan hasil dai tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien β merupakan bentuk dari persamaan yang dapat disimpulkan model regresinya yaitu :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \varepsilon$$

$$Y = 5,570 + 0,242 X_1 + 0,198 X_2 + 0,293 X_3 + \varepsilon$$

Uji t

Tabel 4.7 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.570	1.820		3.061	.003
	KUALITAS PELAYANAN	.242	.110	.254	2.195	.031
	KELENGKAPAN PRODUK	.198	.091	.218	2.177	.032
	HARGA PRODUK	.293	.111	.295	2.629	.010

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS, 2024

Diketahui variabel kualitas pelayanan memiliki nilai sig. yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar $0,031 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,195 > 1,985$. Variabel kelengkapan produk memiliki nilai sig. yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar $0,010 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,177 > 1,985$. Variabel harga produk memiliki nilai sig. yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen yaitu sebesar $0,031 < 0,05$ dan nilai $t_{hitung} 2,629 > 1,985$. Oleh karena itu, disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan harga produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Uji F

Tabel 4.8 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	338.710	3	112.903	26.299	.000 ^b
	Residual	412.130	96	4.293		
	Total	750.840	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN
 b. Predictors: (Constant), HARGA PRODUK, KELENGKAPAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS, 2024

Diketahui dari ketiga variabel memiliki nilai $f_{hitung} (26,299) > f_{tabel} (2,70)$ dan nilai sig. $0,000 < 0,05$ maka disimpulkan bahwa kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan harga produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Koefisien Determinasi R²

Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi R²

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.876 ^a	.767	.759	1.03598
a. Predictors: (Constant), HARGA PRODUK, KELENGKAPAN PRODUK, KUALITAS PELAYANAN				
b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN				

Sumber: Data Primer yang diolah SPSS, 2024

Berdasarkan hasil dari tabel di atas diketahui bahwa nilai dari koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) yaitu sebesar 0,759. Hal tersebut diartikan bahwa sebesar 75,9% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan, kelengkapan produk, dan harga produk. Sehingga kemampuan untuk memprediksi variabel independen terhadap variabel dependen semakin kuat. Sementara itu dapat dijelaskan bahwa sisanya yaitu sebesar 24,1% suatu kepuasan konsumen dapat dipengaruhi dan dijelaskan oleh faktor atau indikator yang lain yang tidak dilakukan pada penelitian ini.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara umum kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan harga produk yang diterapkan sudah baik atau sesuai dengan persepsi konsumen. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan baik responden dari masing-masing variabel penelitian. Ketiga variabel tersebut diterima, sehingga kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan harga produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen yang ada di swalayan xyz. Hasil penelitian ini mampu memberikan hasil bahwa kualitas pelayanan, kelengkapan produk dan harga produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil penelitian, dari kesimpulan dan pembahasan dapat disarankan bagi swalayan xyz untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang diterapkan, meningkatkan kesediaan dari kelengkapan produk dan mampu mempertahankan harga yang terjangkau. Karena dari hal tersebut ikut andil dan mampu dalam meningkatkan suatu kepuasan dari konsumen. Saran bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini untuk mengetahui faktor lain dari kepuasan konsumen, sehingga lebih berkembang dan mendalam.

DAFTAR REFERENSI

- Arest. (2024, Maret 17). Profil Mitra Toserba & Swalayan Group. Diambil kembali dari Arest.Web.Id: <https://arest.web.id/content/mitra-toserba-swalayan-group>
- Habibah. (2021). Pengaruh kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Baby Shop Roberto Sumbawa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 11.
- Kotler, P. (2015). *Manajemen pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management*. London: Pearson Education.
- Lupiyoadi, R. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, kelengkapan produk, dan harga terhadap keputusan pembelian perlengkapan olahraga (Studi kasus konsumen Tukol Sport Ponorogo). *Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 157.
- Melisa. (2021). Pengaruh kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Baby Shop Roberto Sumbawa. *Manajemen dan Bisnis*, 11.
- Prasetya, B. V., Farida, U., & Wijayanto. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, kelengkapan produk, dan harga terhadap keputusan pembelian perlengkapan olahraga (Studi kasus konsumen Tukol Sport Ponorogo). *Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi*, 155-169.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tantri. (2019). Analisis kualitas pelayanan pengiriman barang terhadap kepuasan konsumen pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional I Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi dan Manajemen*, 924.
- Tjiptono, T. (2021). Pengaruh kelengkapan produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap keputusan pembelian pada Baby Shop Roberto Sumbawa. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 12.
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Trading Economics Bank Indonesia. (2024). Diambil kembali dari <https://id.tradingeconomics.com>: <https://id.tradingeconomics.com/indonesia/retail-sales-annual>
- Utami. (2017). Pengaruh lokasi, kelengkapan produk dan harga terhadap keputusan pembelian di Toko Ecky. *Journal of Management and Social Sciences (JMSS)*, 14-26.