

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Eramart Samarinda (Studi Kasus di Eramart Lembuswana Samarinda Ulu)

Terisia Lia Kata Rina¹, Eddy Soegiarto², Zilfana³
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Samarinda
Email : teresialiakatrina@gmail.com

Keywords :

Service Quality, Product Completeness, Costomer Statisfaction.

ABSTRACT

TERISIA LIA KATA RINA, “*Analysis of the Effect of Service Quality, Product Completeness on Consumer Satisfaction at Eramart Samarinda (Case Study at Eramart Lembuswana Samarinda Ulu)*”, under the guidance of Mr. Eddy Soegiarto as supervisor I and Mrs. Zilfana supervisor II.

Indonesia's economic development in the retail sector is increasing. The more shopping centers that are established, the competition between shopping centers is getting tougher. The tight competition between shopping centers has forced retail entrepreneurs to seek various appropriate marketing strategies. Good service quality and the more complete the products provided will create customer satisfaction. The purpose of this study was to determine the effect of service quality and product completeness on consumer satisfaction at Eramart Lembuswana Samarinda Ulu. The analysis technique used is the multiple linear analysis method and instrument test, in the form of validity, reliability, and classical assumption tests in the form of normality test, multicollinearity test, and heteroscedasticity test. As well as testing the hypothesis using the t test, and f test. The results of the study using a partial significant test (t test) showed that service quality had a significant effect on customer satisfaction with a t count value of 7,852 > t table 1,661 and a sig value. of 0.000 < 0.05 and that the completeness of the product has a significant effect on consumer satisfaction with a t value of 1,909 > t table 1.661 and a sig value. of 0.000 < 0.05.

PENDAHULUAN

Latar Belakang Penelitian

Pertumbuhan perekonomian tidak terlepas dari perkembangan bisnis ritel di kota-kota besar Indonesia, termasuk kota Samarinda. Kemajuan bisnis ritel tersebut memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan perekonomian Indonesia. Pesatnya perkembangan bisnis ritel ini sejalan dengan peningkatan kebutuhan primer dan sekunder yang terus meningkat. Salah satu dampak dari pesatnya perkembangan akan kebutuhan masyarakat adalah semakin berkembangnya swalayan, supermarket, minimarket dan pusat perbelanjaan modern lainnya yang menawarkan berbagai kemudahan, kenyamanan dan keamanan bagi konsumen untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Semakin banyaknya pusat perbelanjaan yang didirikan, membuat persaingan antar pusat perbelanjaan semakin ketat.

Ketatnya persaingan antar pusat perbelanjaan, membuat para pengusaha ritel mengupayakan berbagai strategi pemasaran yang tepat.

Kualitas pelayanan menurut Rasyid dalam Lupiyoadi (2017:212), mendefinisikan bahwa : “ Kualitas pelayanan (*Service Quality*) sebagai seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima atau peroleh”. Dalam hal ini kualitas pelayanan dalam bentuk bukti fisik berupa lahan parkir yang luas, tempat yang bersih, karyawan bersikap sopan, fasilitas mesin pembayaran, papan petunjuk, pemasangan label harga pada rak, serta fasilitas pembayaran kassa akan membuat konsumen betah berbelanja dan konsumen kembali untuk berbelanja barang yang lain. Kualitas pelayanan adalah permulaan dari kepuasan konsumen, konsumen dalam menentukan kualitas pelayanan tidak hanya berdasarkan pada hasil dari suatu pelayanan tersebut tetapi juga memperhatikan proses pelayanan tersebut, hal ini berarti bahwa kualitas pelayanan sangat dipengaruhi oleh persepsi konsumen, oleh karena itu perusahaan harus berusaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang terbaik agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen agar tercapainya kepuasan.

Kelengkapan Produk menurut Kotler (2011:347) : “Kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh suatu produsen”. Kelengkapan produk juga memberikan pengaruh besar dalam kepuasan konsumen. Kelengkapan produk adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk, umum dan lain-lain atau kombinasi) untuk disediakan dalam toko pada jumlah, waktu dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atau perusahaan ritel. Dalam hal ini perusahaan harus dapat memberikan produk yang lengkap dan bervariasi, ketersediaan produk dalam suatu minimarket swalayan meliputi versi merk yang banyak, tipe dan ukuran kemasan barang yang dijual, macam-macam rasa dari suatu produk yang akan dibeli. Bagi sebuah perusahaan ritel kelengkapan produk merupakan faktor yang penting untuk menarik konsumen. Semakin lengkap produk yang disediakan oleh minimarket maka semakin memenuhi kebutuhan dan keinginan sehingga akan berpengaruh pada kepuasan konsumen dalam berbelanja.

Eramart Lembuswana terletak pada Kompleks Mall Lembuswana, Jalan M.Yamin Gunung Kelua Kecamatan Samarinda Ulu Kota Samarinda menjual berbagai macam kebutuhan sehari-hari dan kebutuhan lainnya. Di kawasan Eramart Lembuswana juga sudah berdiri supermarket dan minimarket yang antara lain yaitu *Foodmart* dan Indomaret, dengan adanya supermarket dan minimarket yang berdiri, mendorong persaingan antara supermarket dan minimarket menjadi sangat ketat. Hal tersebut membuat Eramart Lembuswana harus dapat meningkatkan strategi pemasaran.

Eramart Lembuswana telah menyediakan berbagai keragaman produk yang dibutuhkan konsumen dari berbagai merk apapun, akan tetapi masih ada kekurangan yaitu produk yang dijual tidak selengkap dengan yang dijual oleh minimarket lainnya, semestinya produk yang dijual Eramart Lembuswana lebih lengkap dari pada minimarket lainnya, bahkan dikawasan Eramart Lembuswana itu juga terdapat Indomaret dan *Foodmart*, semua itu bisa membuat pembeli pindah ke minimarket lainnya, apabila keperluan produk yang akan dibeli tidak lengkap atau tidak tersedia ketika akan belanja produk di Eramart Lembuswana, ini akan membuat para konsumen tidak merasa puas berbelanja ke Eramart Lembuswana dan yang lebih parahnya konsumen akan berpindah ke minimarket lain dan itu akan menjadikan permasalahan kemauan untuk kembali berbelanja di Eramart lembuswana.

Seorang usaha penjualan ritel dapat memberikan kualitas bila pelayanan yang diberikan dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen. Kualitas pelayanan (bukti fisik) dari para karyawan Eramart Lembuswana juga bisa dinilai secara langsung kurang optimal, seperti karyawan yang berpenampilan kurang rapi dan sopan, pemasangan label harga pada rak yang

belum diganti sehingga pada saat konsumen melakukan pembayaran dikasir harga produk telah berubah tidak seperti pada rak. Fasilitas kassa yang hanya dibuka untuk pembayaran yang sedikit sehingga mengakibatkan antrian pembayaran yang penjang, kemudian hal yang lainnya juga yaitu pada saat konsumen sulit untuk menemukan produk yang diinginkan karena luas nya rak pada Eramart Lembuswana, akan tetapi tidak ada papan petunjuk di sekitar area rak agar memudahkan konsumen dalam berbelanja. Sehingga hal tersebut membuat konsumen merasa kurang nyaman pada saat berbelanja. Kelengkapan produk serta kualitas pelayanan berperan penting pada kepuasan para konsumen.

Melihat permasalahan diatas banyaknya keluhan yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kurangnya kelengkapan produk yang dibutuhkan konsumen pada Eramart lembuswana. Keluhan-keluhan tersebutlah yang dapat mempengaruhi menurunnya kepuasan konsumen. Dari sebab itu, penulis tertarik untuk membuat penelitian skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Eramart Samarinda (Studi Kasus di Eramart Lembuswana Samarinda Ulu)”. Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (bukti fisik) terhadap kepuasan konsumen Eramart Lembuswana Samarinda Ulu.
2. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen Eramart Lembuswana Samarinda Ulu.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (bukti fisik) dan kelengkapan produk secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen pada Eramart Lembuswana Samarinda Ulu.

Hipotesis Penelitian

H₁ : Kualitas pelayanan (bukti fisik) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Eramart Lembuswana Samarinda Ulu.

H₂ : Kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Eramart Lembuswana Samarinda Ulu.

H₃ : Kualitas Pelayanan (bukti fisik) dan kelengkapan produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen Eramart Lembuswana Samarinda Ulu.

METODE PENELITIAN

Definisi Oprasional

Penelitian ini memiliki tiga variabel yang akan diteliti yaitu Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk sebagai variabel independen, dan Kepuasan Konsumen sebagai variabel dependen.

Variabel Kualitas Pelayanan (Bukti Fisik) (X1)

Pengetian kualitas pelayanan (bukti fisik) yang dapat diartikan seberapa jauh pelayanan fasilitas bukti fisik yang disediakan oleh Eramart Lembuswana Samarindameliputi fasilitas bangunan dan bukti fisik dari penampilan karyawan yang rapi kepada konsumen dengan membandingkan kenyataan yang mereka terima dan mereka rasakan guna mencapai kepuasan konsumen, beberapa indikator dalam penelitian ini adalah :

1. Lahan Parkir Luas
2. Tempat Berbelanja yang Bersih
3. Karyawan yang Rapi dan Bersikap Sopan
4. Fasilitas Mesin Elebox memudahkan pembayaran
5. Sign Holder (Papan Petunjuk)
6. Label Harga Pada Setiap Rak Gondola
7. Fasilitas Toilet
8. Fasilitas Kassa Pembayaran yang Sesuai

Variabel Kelengkapan Produk (X2)

Dalam penelitian ini kelengkapan produk merupakan ketersediaan produk yang ditawarkan oleh Eramart Lembuswana Samarinda Ulu setiap saat ditoko yang dapat menentukan kepuasan konsumen melalui keragaman produk, variasi produk, ketersediaan produk yang dijual, dan macam merek yang tersedia, indikator dalam penelitian ini adalah :

1. Produk yang Lengkap
2. Produk Bervariasi
3. Berbagai Macam Pilihan *Merk*
4. Ketersediaan Stok Produk
5. Produk yang Berkualitas
6. Berbagai Macam Produk *Non Food*
7. Produk yang Baik dan Memenuhi Kebutuhan
8. Produk yang Aman Mempunyai *Expired* yang lama

Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Dalam penelitian ini kepuasan konsumen tingkat perasaan terhadap hasil yang diterima yang mencakup pelayanan yang baik dengan kinerja yang dirasakan pada Eramart Lembuswana Samarinda Ulu, kepuasan konsumen menjadi faktor penting dalam perusahaan agar konsumen setia berbelanja pada Eramart Lembuswana, beberapa indikator dalam penelitian ini adalah :

1. Tempat Belanja yang Tepat
2. Memenuhi Harapan Konsumen
3. Karyawan Bersikap Sopan dan Ramah
4. Produk yang Lengkap
5. Produk yang Berkualitas
6. Tempat Berbelanja yang Bersih
7. Fasilitas Mesin *Elebox* Memudahkan Pembayaran *Online*
8. Ketanggapan Karyawan.

Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data adalah sebagai berikut :

1. Penelitian kepustakaan (*Library Research*), data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh dari data yang sudah ada di PT Eramart Lembuswana Samarinda tentang sejarah singkat berdirinya perusahaan, struktur organisasi, visi dan misi, kegiatan dalam perusahaan.
2. Penelitian Lapangan (*Field Work Research*), *Observasi* (pengamatan), adalah penulis melakukan pengamatan terhadap subjek yang difokuskan pada sikap dan perilaku, kemudian penyebaran angket/kuisisioner yaitu penulis membuat daftar pertanyaan kepada responden yang disesuaikan dengan variabel yang diteliti.

Populasi dan Sampel Penelitian

1. Populasi

Adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah dan sedang melakukan transaksi pembelian produk di Eramart Lembuswana Samarinda dan jumlahnya tidak dapat diketahui dengan pasti.

2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini akan digunakan sebagai pertimbangan efisiensi dan mengarah pada sentralisasi permasalahan dengan memfokuskan pada sebagian dari populasinya. Pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan metode *Accidental sampling* berdasarkan kebetulan, dengan kriteria responden (*Purposive sampling*) pada penelitian ini adalah konsumen yang berkunjung dan sedang berbelanja. Karena jumlah populasi tidak diketahui berapa jumlahnya, maka digunakan rumus Lemeshow menurut Stanley Lemeshow (1997:2) dalam penentuan sampel digunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,960^2(0,5)(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3.8416(0,15)}{0,01}$$

$$n = \frac{96,04}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

$$n = 96$$

Jadi berdasarkan perhitungan diatas, jumlah sampel 96 diperlukan agar tingkat kepercayaan 95% dalam pendugaan proporsi populasi konsumen. Adapun kriteria yang dapat dijadikan sampel yaitu konsumen yang sering melakukan transaksi pembelian, konsumen yang dapat dimintai keterangan, konsumen berumur 15 tahun ke atas serta konsumen yang mempunyai kesehatan baik.

Alat Analisis

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linier berganda, adapun bentuk persamaan regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana :

- Y = Kepuasan Konsumen
- X₁ = Kualitas Pelayanan (bukti fisik)
- X₂ = Kelengkapan Produk
- a = Bilangan Konstanta
- b₁, b₂ = Koefisien Regresi

Uji Instrumen Data

1. Uji Validitas

Dalam uji validitas suatu instrumen dinyatakan valid apabila koefisien korelasi dihitung lebih besar dibanding koefisien korelasi sebaliknya jika nilai p value atau signifikansi sama dengan atau lebih dari 0,05 (5%) dinilai tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Dalam uji reliabilitas pengukuran dalam penelitian ini menggunakan metode cronbach's alpha. Koefisien cronbach's alpha yang lebih dari 0,5 di distribusi data dengan bentuk lonceng dan distribusi data tersebut tidak mencong ke kiri atau mencong ke kanan.

1. Uji Normalitas

Dilakukan dengan menggunakan pendekatan Kolmogorov-smirnov dan pendekatan grafik plot. Kolmogorov-smirnov jika nilai Asymp. Sig.(2-tailed) di atas nilai signifikan

5% artinya variabel residual berdistribusi normal dan uji normalitas dengan pendekatan grafik.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Uji linieritas adalah suatu prosedur yang digunakan untuk mengetahui status linier atau tidaknya suatu distribusi dan penelitian. Hasil yang diperoleh melalui uji linieritas akan menentukan teknik-teknik analisa yang digunakan bisa digunakan atau tidak.

3. Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas berarti adanya hubungan linear yang sempurna atau pasti di antara beberapa atau semua variabel yang menjelaskan dari model regresi. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat toleransi variabel dan Variante Inflation Factor (VIF).

4. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah sebuah grup mempunyai varian yang sama di antara anggota grup tersebut. Artinya, jika varian variabel independen adalah konstan (sama) untuk nilai tertentu variabel independen disebut heteroskedastisitas.

5. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah model regresi linier memiliki korelasi antara kesamaan penggunaan pada periode t-1 (sebelumnya).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data hasil kuisioner kemudian dianalisis secara statistik dengan menggunakan program SPSS versi 16.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Tabel 1 : Hasil Uji Kolmogorof Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	6.34268834
MostExtreme Differences	Absolute	.128
	Positive	.128
	Negative	-.116
Kolmogorov-Smirnov Z		1.256
Asymp. Sig. (2-tailed)		.085

a. Test distribution is Normal.

(Sumber: Data diolah tahun 2022)

Berdasarkan pada Tabel 1 diperoleh besarnya Kolmogorov- Smirnov adalah 0,85. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka residual terstandarisasi dan data memenuhi asumsi normalitas. Dan dapat dinyatakan memenuhi asumsi yang mengakibatkan signifikansi antar variabel yang satu dengan yang lainnya.

2. Uji Linieritas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel yang akan dikenai prosedur analisis statistik korelasional menunjukkan hubungan yang linier atau tidak. Hasil uji linieritas ada pada sebagai berikut.

Tabel 2 : Hasil Uji linearitas kualitas pelayanan (bukti fisik) dan kepuasan konsumen

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan	Between	3482.029	17	204.825	5.008	.000
Konsumen * Kualitas Pelayanan (bukti fisik)	Group Linearity	2700.763	1	2700.763	66.030	.000
	Deviation from Linearity	781.266	16	48.829	1.194	.292
	Within Groups	3190.378	78	40.902		
	Total	6672.406	95			

Tabel 3 : Hasil Uji linearitas kelengkapan produk dan kepuasan konsumen

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan	Between	2611.811	19	137.464	2.573	.002
Konsumen * Kelengkapan Produk	Group Linearity	334.483	1	334.483	6.260	.000
	Deviation from Linearity	2277.327	18	126.518	2.368	.005
	Within Groups	4060.596	76	53.429		
	Total	6672.406	95			

(Sumber : Data diolah tahun 2022)

Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil uji linearitas pada tabel 2 dapat diketahui bahwa Kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen mempunyai nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dan tabel 3 diketahui bahwa kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen mempunyai nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, maka dapat diasumsikan bahwa Kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen mempunyai hubungan yang linier.

3. Uji Multikolinearitas

Tabel 4 : Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics

		B	Std. Error			Toleranc e	VIF
1	(Constant)	2.714	3.957	.686	.494		
	Kualitas Pelayanan (bukti fisik)	.718	.092	7.825	.000	.986	1.014
	Kelengkapan Produk	.161	.084	1.909	.059	.986	1.014

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

(Sumber : Data diolah tahun 2022)

Berdasarkan tabel 4 dapat dilihat bahwa nilai tolerance $> 0,1$ atau nilai VIF < 5 . Variabel kualitas pelayanan (bukti fisik) (X1) nilai VIF sebesar $(1,014) < (5)$ dan variabel kelengkapan produk (X2) nilai VIF sebesar $(1,014) < (5)$. Berarti dapat dijelaskan bahwa penelitian ini tidak terjadi multikolinearitas. Dan kaitannya dengan teori yaitu, adanya hubungan antara variabel kualitas pelayanan (bukti fisik) dan kelengkapan produk dalam kepuasan konsumen yang akan dilakukan konsumen.

4. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5 : Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10.630	2.693		3.947	.000
Kualitas Pelayanan (bukti fisik)	-.117	.062	-.191	-1.880	.063
Kelengkapan Produk	-.066	.058	-.117	-1.149	.254

(Sumber : Data diolah tahun 2022)

Berdasarkan tabel 5.8 diketahui bahwa nilai probabilitas signifikan di atas tingkat kepercayaan 5% (0,05). Variabel kualitas pelayanan (bukti fisik) (X1) signifikan $0,063 > 0,05$, variabel kelengkapan produk (X2) signifikan $0,254 > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi.

5. Uji Autorelasi

Uji Autokorelasi ini bertujuan menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat korelasi kesalahan pengganggu pada periode tdengan periode sebelumnya (t-1). Uji autokorelasi pada penelitian kali ini menggunakan uji Durbin Watson. Jika hasil nilai Durbin Watson berada diantara dU dan 4-dU, maka dikatakan dalamdata tidak terjadi autokorelasi. Berikut adalah hasil uji autokorelasi.

Tabel 6 : Hasil Uji Durbin Watson

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.654 ^a	.427	.415	6.411	1.956

(Sumber : Data diolah tahun 2022)

Dari tabel 6 diatas, diketahui nilai Durbin Watson adalah 1.956. Daerah bebas autokorelasi untuk jumlah sampel (n) 96 dan jumlah variabel independen (k) 2 adalah 1.7103 (dU)sampai 2.2897 (4-dU). Karena 1,956 masih berada diantara nilai $1,7103 < 1,956 < 2,2897$, maka dapat dikatakan untuk uji autokorelasi ini tidak mengalami autokorelasi.

Regresi Linear Berganda

Tabel 7 : Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.714	3.957		.686	.494
Kualitas Pelayanan (bukti fisik)	.718	.092	.618	7.825	.000
Kelengkapan Produk	.161	.084	.151	1.909	.000

(Sumber : Data diolah tahun 2022)

Nilai koefisien X1 (b1) sebesar 0,718 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (bukti fisik) berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen atau jika ditingkatkan nilai kualitas pelayanan (bukti fisik) sebesar 1% maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,718.

Nilai koefisien X2(b2) sebesar 0,161 menunjukkan bahwa variabel kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen atau jika ditingkatkan nilai kelengkapan produk sebesar 1%, maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,161.

Pembahasan

Kualitas Pelayanan (Bukti Fisik) Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Eramart Lembuswana Samarinda Ulu.

Berdasarkan jawaban responden yang diperoleh terhadap beberapa indikator dari variabel kualitas pelayanan (bukti fisik) seperti : Lahan parkir luas, Tempat berbelanja yang bersih, Karyawan bersikap sopan dan rapi, fasilitas mesin elebox, papan petunjuk pada rak gondola, label harga pada rak, fasilitas toilet yang bersih, fasilitas kassa pada saat pembayaran yang sesuai.

Berdasarkan pengujian parsial atau (Uji t) hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansinya variabel kualitas pelayanan (bukti fisik) yaitu sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dan

nilai t hitung sebesar nilai t hitung sebesar $7,825 > t$ tabel $1,661$ maka hipotesis pertama diterima. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (bukti fisik) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Artinya, ketika kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat. Dengan demikian apabila Eramart mampu menyediakan pelayanan yang baik dan terus lebih baik lagi dengan melakukan layanan fasilitas yang terus meningkat maka kepuasan konsumen juga akan terus semakin meningkat. Hal ini sesuai dengan penelitian terdahulu dan memperkuat hasil penelitian. Tri Widodo (2016), dengan judul “Pengaruh kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada Swalayan Ada Baru di Kota Salatiga).” Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Artinya semakin meningkatnya kualitas pelayanan maka semakin meningkat pula keputusan pembelian.

Kelengkapan Produk Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Eramart Lembuswana Samarinda Ulu.

Berdasarkan jawaban responden yang diperoleh terhadap beberapa indikator dari variabel kelengkapan produk seperti : produk lengkap, Produk bervariasi, Berbagai macam pilihan *merk*, ketersediaan stok produk, Produk berkualitas, keragaman produk yang dijual, produk yang menjadi pilihan terbaik, serta mempunyai masa ekpired yang lama sehingga aman untuk konsumen. Diketahui bahwa konsumen merasa senang dan puas saat berbelanja di Eramart Lembuswana Samarinda Ulu. Hal ini terlihat dari distribusi jawaban responden dari 8 item pernyataan tersebut memberikan jawaban positif dan dari 8 item pernyataan tersebut sudah dapat menggambarkan indikator yang mempengaruhi didalamnya serta berpengaruh baik buruknya dalam berbelanja produk-produk kebutuhan di Eramart Lembuswana di Samarinda Ulu.

Berdasarkan pengujian parsial atau (Uji t) hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansinya variabel kelengkapan produk yaitu sig. sebesar $0,000 < 0,05$ dan nilai t hitung sebesar nilai t hitung sebesar $1,909 > t$ tabel $1,661$ maka hipotesis kedua diterima. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan konsumen. Maka artinya jika variabel kelengkapan produk mengalami kenaikan sebesar 1%, maka variabel kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 1,909. Artinya, ketika kelengkapan produk yang disediakan oleh perusahaan meningkat maka kepuasan konsumen juga akan meningkat. Oleh karena itu, hipotesis kedua (H_2) yaitu kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian apabila Eramart mampu menyediakan kelengkapan produk yang lengkap dan tersedia lebih baik lagi yang terus meningkat maka kepuasan konsumen juga akan terus semakin meningkat.

Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk secara bersama-sama Berpengaruh Signifikan Terhadap Kepuasan Konsumen Eramart Lembuswana Samarinda Ulu.

Berdasarkan hasil jawaban responden yang diperoleh terhadap beberapa indikator dari variabel keputusan pembelian seperti: Tempat yang tepat, tempat yang sesuai dengan harapan konsumen, karyawan yang rapid an bersikap sopan, produk yang lengkap, produk yang berkualitas, area berbelanja yang bersih, fasilitas mesin elebox yang memudahkan pembayaran secara online, serta karyawan yang tanggap membantu konsumen. Diketahui bahwa berdasarkan hasil responden sebagian besar konsumen merasa kualitas pelayanan dan kelengkapan produk yang dijual di Eramart di Samarinda Ulu sudah baik. Hal ini terlihat dari distribusi jawaban responden terhadap 8 item pernyataan yang diberikan jawaban positif dan 8 item pernyataan tersebut sudah dapat menggambarkan bagaimana baik atau buruknya perusahaan untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Berdasarkan pengujian simultan (Uji f) hal ini dapat dilihat dari nilai f hitung $34,683 > f$ tabel $3,09$ atau sig sebesar $0,000 < 0,05$. Dikaitkan dengan teori yang ada, hal ini menunjukkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari variabel kualitas pelayanan dan kelengkapan produk secara serentak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen.

Hal ini sesuai dengan penelitian ini terdahulu dan memperkuat hasil penelitian Tri Widodo (2016), dengan judul “pengaruh kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada Swalayan Ada Baru di Kota Salatiga).” Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara kelengkapan produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama terhadap keputusan pembelian.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Setelah hasil penelitian ini diinterpretasikan dan dianalisis maka dalam bab ini penulis dapat menarik kesimpulan yang menjadi inti dari penelitian yang telah dilakukan, sebagai berikut :

1. Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan (bukti fisik) terhadap kepuasan konsumen di Eramart Lembuswana Samarinda Ulu.
2. Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen di Eramart Lembuswana Samarinda Ulu.
3. Hasil analisis data menunjukkan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan (bukti fisik) dan kelengkapan produk secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen di Eramart Lembuswana Samarinda Ulu, dan terdapat hubungan antara pengaruh kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen adalah kuat.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti memberikan beberapa saran yaitu:

1. Bagi Eramart Lembuswana Samarinda diharapkan mampu menjaga kualitas produk, kelengkapan produk dan meningkatkan kualitas pelayanan (bukti fisik) yang baik sehingga terciptanya rasa kepuasan. Menciptakan suasana toko yang baik sehingga konsumen yang datang merasa nyaman dan ingin melakukan kunjungan berikutnya secara terus-menerus.
2. Selain itu Eramart Lembuswana Samarinda sebaiknya memperhatikan faktor-faktor penentu kepuasan konsumen dimana kualitas dan lengkapnya produk yang dijual menjadi keunggulan dan dapat bersaing dengan Market lainnya, dengan cara produk yang dikembangkan atau dipasarkan oleh perusahaan dan hanya tersedia dan dijual oleh perusahaan yang secara eksklusif ditemukan hanya pada toko yang menjualnya.
3. Bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk meneliti dengan variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen Eramart Lembuswana Samarinda Ulu seperti harga, brand image, dan variabel-variabel lainnya.

REFERENCES

- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. 15th Edition. Pearson Education.
- Kotler, Philip, 2018, *Manajemen Pemasaran, Jilid 1 dan 2*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Sugiyono, 2017, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 2017, *Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana. 2016. *Pemasaran*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Lemeshow, S., Hosmer, D.W., Klar, J & Lwanga, S.K. 1997. *Besar sampel dalam penelitian kesehatan*. Jogjakarta: Gajamada university press.