

Pengaruh Kelengkapan Produk, Pelayanan Prima, Kepercayaan, dan Kenyamanan terhadap Kepuasan Konsumen [Pada Muhammadiyah Business Center Swalayan di Metro]

Selamet Fuadi^{1*}, Kinanti Ambarwati², Suharto³, Suwanto⁴

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro

*email: fuadi77.sl@gmail.com

ABSTRACT

Keywords:

Product
Completeness;
Excellent
Service; Trust;
Convenience;
Consumer
Satisfaction

Completeness of products, excellent service, trust and convenience for a supermarket are important factors to attract consumers. The more complete a supermarket is, the more it meets the needs and desires of consumers. This study aims to determine the effect of product completeness, excellent service, trust and comfort on consumer satisfaction at the self-service Muhammadiyah Business Center in Metro. Where the physical needs of humans that must be met are daily needs. In this study is a retail company whose number of visitors fluctuates. The population and samples taken were 100 consumer respondents of Muhammadiyah Business Center Swalayan Metro with the sampling technique used was accidental sampling. Data collection was carried out by distributing questionnaires to respondents who were consumers who at the time of the research wanted or had bought products at the Muhammadiyah bussines center metro supermarket. The method used in this research is quantitative associative using multiple linear regression analysis technique which is operated through SPSS25 program. The results showed that based on the t test for the product completeness variable, the partial statistical test (test) showed t count 2.213 > t table (1.661) and a significant value of 0.001 t table (1.661) and a significant value of 0.002 t table (1.661) and a significant value of 0.000 t table (1.661) and a significant value of 0.000

ABSTRAK

Kata Kunci:

Kelengkapan
Produk;
Pelayanan Prima;
Kepercayaan;
Kenyamanan;
Kepuasan
Konsumen

Kelengkapan produk, pelayanan prima, kepercayaan dan kenyamanan bagi sebuah pasar swalayan merupakan faktor yang penting untuk menarik konsumen. Semakin lengkap sebuah swalayan maka semakin memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk, pelayanan prima, kepercayaan dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen pada Muhammadiyah Business Center swalayan di Metro. Dimana kebutuhan fisik manusia yang harus dipenuhi adalah kebutuhan sehari-hari. Dalam penelitian ini adalah sebuah perusahaan ritel yang jumlah pengunjungnya mengalami fluktuasi. Populasi dan sampel yang diambil sebanyak 100 responden konsumen Muhammadiyah Business Center Swalayan Metro dengan teknik sampling yang digunakan adalah accidental sampling. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebar kuisioner kepada responden yang merupakan konsumen yang pada saat dilakukan penelitian ingin atau pernah membeli produk di

Muhammadiyah Bussines Center Swalayan Metro. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah asosiatif kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda yang dioperasikan melalui program SPSS25. Hasil penelitian menunjukkan berdasarkan uji t untuk variabel kelengkapan produk pengujian statistik secara parsial (uji t) menunjukkan t hitung 2,213 > t tabel (1,661) dan nilai signifikan 0,001 < t tabel (1,661) dan nilai signifikan 0,002 < t tabel (1,661) dan nilai signifikan 0,000 < t tabel (1,661) dan nilai signifikan 0,000.

PENDAHULUAN

Seiring perkembangan zaman yang semakin modern saat ini menyebabkan banyaknya persaingan di dunia bisnis termasuk bisnis ritel. Bisnis ritel merupakan salah satu bentuk bisnis yang menjual berbagai produk dan jasa kepada konsumen untuk keperluan konsumsi pribadi maupun bersama. Bisnis ritel bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen. Untuk memenangkan bisnis harus memiliki strategi pemasaran yang tepat agar produk yang ditawarkan mendapatkan perhatian untuk dibeli, digunakan atau dikonsumsi. Pelaku bisnis ritel dituntut semaksimal mungkin dalam mengelola usahanya secara profesional dan efisien dalam menghadapi persaingan. Syarat yang harus dipenuhi perusahaan ritel yaitu berusaha semaksimal mungkin untuk mencapai tujuan dengan cara menciptakan pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan tetap.

Pemahaman pelaku bisnis terhadap karakteristik target pasar atau konsumen yang akan dilayani merupakan hal yang sangat penting. Pelaku bisnis harus menawarkan produk dengan harga, waktu dan tempat, beberapa swalayan terbaik memiliki produk yang berkualitas atau memiliki karakteristik yang berbeda dengan yang lain, seperti harga yang terjangkau dan kelengkapan produk bahkan lokasi yang ditempati strategis agar mudah dan terlihat menarik bagi konsumen. Pelaku bisnis sangat perlu mengetahui siapa saja yang terlibat dalam keputusan pembeli serta peran apa yang dimainkan oleh masing-masing konsumen. Keputusan pembeli adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan dimana konsumen benar benar membeli.

Keputusan pembelian tidak terlepas dari bagaimana konsumen melalui berbagai tahap yaitu mengetahui masalah yang dihadapi sampai dengan terjadinya transaksi pembelian konsumen. Terdapat lima tahapan yang dilakukan oleh para konsumen pada saat membuat keputusan pembelian, meliputi: pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah membeli. Dalam menghadapi sebuah persaingan, kelengkapan produk merupakan faktor terpenting, karena dalam sebuah usaha kelengkapan produk yang tidak hanya membuat konsumen datang untuk melihat tetapi, untuk menarik minat konsumen untuk membeli. Terlebih lagi jika barang yang konsumen inginkan selalu ada. Oleh karena itu pelaku usaha harus membuat keputusan yang tepat mengenai keragaman produk yang akan dijual, karena dengan adanya macam-macam produk yang lengkap mulai dari ketersedianya produk,

ukuran, kualitas, dan merek hal tersebut akan memudahkan konsumen untuk membeli dan memilih berbagai macam produk yang sesuai dengan keinginan mereka.

Pelayanan prima menjadi faktor yang sangat penting bagi perusahaan. Karna pelayanan prima menjadi perantara antara pelayanan dengan konsumen. Sehingga dalam menjalankan kegiatan usahanya pelayanan dalam penjualan harus memahami dan memperdulikan konsumen dengan memberikan layanan yang terbaik dan memudahkan dalam memenuhi kebutuhan untuk mewujudkan kepuasan konsumen. Dengan pelayanan yang sangat baik tentunya konsumen akan merasa senang dan nyaman ketika berbelanja. Dan dengan demikian konsumen tidak hanya terpenuhi kebutuhan secara berbelanja saja, tetapi juga kebutuhan berupa kenyamanan dan kebahagiaan dalam pelayanan. pelayanan merupakan kepentingan dalam menjalankan sebuah usaha, karena tidak jarang pelayanan yang kurang baik membuat suatu perusahaan menjadi gagal dalam mencapai tujuan. Pelayanan prima sangat berpengaruh terhadap sebuah usaha karena dimana pelayanan yang baik akan membuat konsumen yang loyal kepada produsen sehingga konsumen nantinya akan melakukan pembelian secara berulang-ulang dan merekomendasikan terhadap calon pembeli lainnya. Dengan memberikan pelayanan prima yang berkualitas dari pesaing lainnya akan menciptakan kepuasan tersendiri terhadap konsumen.

Kepercayaan konsumen terbentuk dengan dua cara berbeda, yaitu ada formasi langsung dan tidak langsung. Pada formasi langsung kepercayaan konsumen terbentuk tanpa terjadi keadaan lain sebelumnya. Kepercayaan terbentuk sebelum kita mengambil sikap atau keputusan yaitu saat konsumen melakukan pemrosesan informasi baik informasi dari produsen langsung yaitu iklan atau informasi dari sesama konsumen. Pada formasi tidak langsung terjadi sebaliknya yaitu jika sebuah keadaan misalnya sikap menimbulkan penciptaan keadaan lainnya misalnya kepercayaan. Konsumen terlebih dahulu membeli suatu produk baru setelahnya membentuk kepercayaan serta perilaku selanjutnya Kepercayaan pelanggan penting bagi perusahaan karena perusahaan tidak dapat membangun hubungan tanpa adanya kepercayaan.

Proses kepuasan konsumen tidak bisa terjadi dengan sendirinya, ada beberapa faktor yang mempengaruhinya, salah satunya kenyamanan. Kenyamanan adalah mengenai waktu, ruang, dan penghematan upaya yang dilakukan konsumen. Di Muhammadiyah Business Center sendiri memiliki jam kerja dari pukul 8 pagi hingga 9 malam, selain itu untuk Muhammadiyah Business Center memiliki tempat parkir yang cukup luas sehingga tidak ada kemacetan dan dapat memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi para konsumen, serta dapat membantu untuk menghemat dan mempersingkat waktu.

Kepuasan pelanggan akan mempengaruhi sikap pelanggan berikutnya setelah menggunakan produk maupun jasa. Pelanggan yang merasa puas akan mengulangi menggunakan jasa yang ditawarkan. Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang dirasakan dengan apa yang diharapkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka penelitian ini berjudul "**Pengaruh Kelengkapan Produk, Pelayanan Prima, Kepercayaan, dan Kenyamanan terhadap Kepuasan Konsumen (Pada Muhammadiyah Business Center Swalayan di Metro)**".

METODE

Metode penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Pengumpulan data yang digunakan menggunakan instrumen kuesioner atau angket. Berdasarkan tingkat eksplanasinya, penelitian ini digolongkan ke dalam penelitian asosiatif kausal. Penelitian asosiatif kausal adalah penelitian yang mencari hubungan atau pengaruh sebab akibat yaitu, hubungan atau pengaruh variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y).

Metode penelitian yang pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan kegunaan dan tujuan tertentu. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *explanatory survey* yaitu metode yang bertujuan untuk menguji hipotesis dalam bentuk hubungan antar variabel. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan SPSS.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik dalam pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode *accidental sampling* yaitu mereka yang pernah dijumpai dan pernah berbelanja, maka ia dapat dijadikan sampel dalam penelitian. Kriteria populasi yang diambil sebagai sampel adalah sebagai berikut:

- a. Masyarakat yang ingin membeli produk di Muhammadiyah Business Center Swalayan di Metro.
- b. Sudah pernah membeli di Muhammadiyah Business Center Swalayan di Metro.

Ukuran populasi penelitian sangat banyak dan tidak dapat diketahui dengan pasti, sehingga penelitian ini menggunakan rumus berikut:

$$N = \frac{Z^2}{4(moe)^2}$$

Dimana:

N = jumlah sampel

Z = tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel 95% =1,96

moe = margin of error atau kesalahan maksimum adalah 10%

Maka perhitungan rumus diatas diperoleh sebagai berikut:

$$N = \frac{1,96^2}{4.(0,1)^2}$$
$$n = \frac{3,8416}{0,04}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka diperoleh jumlah sampel dari populasi sebesar 96,04. Namun untuk mempermudah perhitungan dan adanya unsur pembulatan, maka jumlah sampel yang digunakan adalah berjumlah 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengujian Model Analisis

1. Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis ini digunakan untuk menentukan hubungan antara dependen dengan variabel-variabel independennya. Apabila variabel independennya mengalami kenaikan atau penurunan dan mengetahui arah hubungan antara variabel independen berhubungan positif atau negatif, penelitian ini menggunakan model regresi linier berganda dengan persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

X1 = Kelengkapan Produk

X2 = Pelayanan Prima

X3 = Kepercayaan

X4 = Kenyamanan

a = konstanta (nilai Y apabila X1, X2, X3, X4 = 0)

e = error

Tabel 1. Uji Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	51.513	13.753		3.746	.000
	KELENGKAPAN PRODUK	.114	.094	.123	2.214	.001
	PELAYANAN PRIMA	.183	.081	.180	3.811	.002
	KEPERCAYAAN	.225	.097	.284	2.821	.000
	KENYAMANAN	.210	.087	.116	2.162	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Jadi Persamaan Regresi yang diperoleh adalah:

$$Y = 51.513 + 0.114 X_1 + 0.183 X_2 + 0.225 X_3 + 0.210 X_4$$

Persamaan Regresi diatas dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Kostanta sebesar 51.513, artinya jika kelengkapan produk, pelayanan prima, kepercayaan dan kenyamanan adalah 0,000 maka kepuasan konsumen nilainya 51.513.

- 2) Koefisien regresi X1 kelengkapan produk sebesar 0,114 dan bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan sebesar 1% pada variabel kelengkapan produk menaikkan kepuasan konsumen sebesar 11,4%.
- 3) Koefisien regresi X2 pelayanan prima sebesar 0,183 dan bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan sebesar 1% pada variabel pelayanan prima menaikkan kepuasan konsumen sebesar 18,3 %.
- 4) Koefisien regresi X3 kepercayaan sebesar 0,225 dan bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan sebesar 1% pada variabel kepercayaan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 22,5%.
- 5) Koefisien regresi X4 kenyamanan sebesar 0,210 dan bertanda positif, hal ini menunjukkan bahwa setiap penambahan sebesar 1% pada variabel kenyamanan menaikkan kepuasan konsumen sebesar 21,0%.

2. Uji T (Uji Parsial)

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independen secara parsial berpengaruh langsung atau tidak terdapat variabel dependennya. Uji ini menggunakan ttabel 1,661 Apabila nilai thitung > ttabel maka hipotesis alternatif diterima. Apabila variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen. Adapun hasil uji T sebagai berikut:

Tabel 2. Hasil Uji T

Variabel	t _{hitung}	t _{tabel}	Kesimpulan
Kelengkapan Produk	2,214	1,661	Ha diterima
Pelayanan Prima	3,811	1,661	Ha diterima
Kepercayaan	2,821	1,661	Ha diterima
Kenyamanan	2,162	1,661	Ha diterima

Sumber: Hasil Pengolahan Data dengan SPSS

Berdasarkan hasil uji t untuk variabel kelengkapan produk diperoleh thitung sebesar 2,214 dengan signifikansi 0,001 nilai thitung (2,214) > ttabel (1,661) dengan signifikansi < 0,05 maka kelengkapan produk secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan kepuasan konsumen. Variabel pelayanan prima diperoleh thitung sebesar 3,811 dengan signifikansi 0,002 nilai thitung (3,811) > ttabel (1,661) dengan signifikansi < 0,05 maka pelayanan prima secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan kepuasan konsumen. Variabel kepercayaan diperoleh thitung sebesar 2,821 dengan signifikansi 0,000 nilai thitung (2,821) > ttabel (1,661) dengan signifikansi < 0,05 maka kepercayaan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan kepuasan konsumen. Variabel kenyamanan diperoleh thitung sebesar 2,162 Dengan signifikansi 0,000 nilai thitung (2,162) > ttabel (1,661) dengan signifikansi < 0,05 maka kenyamanan secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan kepuasan konsumen. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

kelengkapan produk, pelayanan prima, kepercayaan dan kenyamanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Uji F (Uji Simultan)

Untuk menganalisis besarnya pengaruh variabel independen yaitu kelengkapan produk, pelayanan prima, kepercayaan dan kenyamanan secara simultan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen. Di gunakan uji F-hitung. Apabila probabilitas tingkat signifikansi uji F-hitung lebih kecil dari tingkat signifikansi tertentu yakni 5%, maka pengaruh variabel independen yaitu kelengkapan produk, pelayanan prima, kepercayaan dan kenyamanan secara simultan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen adalah signifikan. Untuk lebih jelas dapat dilihat pada table 3.

Tabel 3. Hasil Pengujian simultan (Uji F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	273.573	4	68.393	2.517	.000 ^b
	Residual	4282.217	95	45.076		
	Total	4555.790	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kenyamanan, Kelengkapan Produk, Pelayanan Prima, Kepercayaan
Sumber: Hasil Pengolahan Data menggunakan SPSS

Berdasarkan uji F untuk variabel kelengkapan produk, pelayanan prima, kepercayaan dan kenyamanan diperoleh Fhitung sebesar 2.517 dengan nilai signifikansi 0,000 dan nilai Fhitung (2,517) > Ftabel (2,46) dengan nilai signifikansi 0,000 < 0,05 maka H0 ditolak dan Ha diterima sehingga bisa diasumsikan secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan.

4. R2 Determinasi

Koefisien determinasi merupakan suatu alat ukur untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi R2 digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan untuk menerangkan variasi variabel dependen. Dapat dilihat perhitungan pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4. Hasil Determinasi (Uji R2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.800 ^a	.860	.820	6.714

a. Predictors: (Constant), Kenyamanan, Kelengkapan Produk, Pelayanan Prima, Kepercayaan

Sumber: Hasil Pengolahan Menggunakan SPSS

Berdasarkan R square sebesar 0,860 yang dapat disimpulkan bahwa pengaruh kelengkapan produk, pelayanan prima, kepercayaan dan kenyamanan

adalah sebesar 86,0%. sedangkan sisanya sebesar 14% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kelengkapan produk memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Muhammadiyah business center swalayan. kelengkapan produk adalah jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi yang disediakan setiap saat di toko yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sesuatu yang bisa memuaskan keinginannya. kelengkapan produk meliputi: keragaman produk yang dijual, variasi produk yang dijual, ketersediaan produk yang dijual, dan macam merek yang dijual. Indikator yang paling berpengaruh dalam mempengaruhi kepuasan konsumen adalah keragaman produk yang dijual, jika keragaman produk apa saja yang di sediakan setiap saat di toko yang terbaik dan berkualitas dan menetapkan harga yang sesuai dengan produk yang ditawarkan maka akan membuat konsumen bisa memilih barang apa saja yang di inginkan dan akan timbul rasa kepuasan berbelanja terhadap Muhammadiyah Business Center Swalayan, hal ini sesuai dengan penelitian Rosa Lemana dan Juwardi (2017).

2. Pengaruh pelayanan prima terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif pelayanan prima terhadap kepuasan konsumen pada Muhammadiyah business center swalayan. pelayanan prima adalah proses kepedulian terhadap pelanggan dengan kepedulian yang memberikan layanan terbaik yang mampu memberikan kelebihan melampaui harapan. pelayanan prima meliputi: Sikap (Attitude), Perhatian (Attention), Tindakan (Action), kemampuan (Ability), Penampilan (Appearance), dan tanggung jawab (Accountability). Indikator yang paling berpengaruh dalam mempengaruhi kepuasan konsumen adalah perhatian (Attention), perhatian (Attention) yaitu memahami secara sungguh-sungguh dengan memberikan kepedulian dan memberikan pelayanan penuh untuk konsumen yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan terbaik kepada konsumen supaya konsumen selalu loyal kepada perusahaan, sehingga akan terciptanya kepuasan konsumen berbelanja di Muhammadiyah Business Center Swalayan, hal ini sesuai dengan penelitian Garda Parwitasari (2016).

3. Pengaruh kepercayaan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada Muhammadiyah business center swalayan. kepercayaan adalah keyakinan dengan menjalin hubungan jangka panjang seseorang dengan orang lain yang didasarkan pada pengalaman atau mengarah pada

tahapan interaksi dalam kepercayaan. kepercayaan meliputi: menjaga perilaku, menjaga kepentingan pelanggan, melayani pelanggan, memberi manfaat kepada pelanggan. Indikator yang paling berpengaruh dalam mempengaruhi kepuasan konsumen adalah menjaga kepentingan pelanggan, dengan adanya menjaga kepentingan pelanggan untuk tetap terus berbelanja agar konsumen tidak merasa kecewa Muhammadiyah Business Center Swalayan menetapkan harga produk yang ditawarkan dengan harga produk yang tersedia, sehingga akan terciptanya kepuasan konsumen, hal ini sesuai dengan penelitian, Kartika Ayuningtiyas dan Hendra Gunawan (2018).

4. Pengaruh kenyamanan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif kenyamanan terhadap kepuasan konsumen pada Muhammadiyah business center swalayan. kenyamanan adalah berupa sikap dan perasaan pelanggan yang memiliki rasa nyaman dengan diberikannya bantuan dan kemudahan oleh perusahaan. Maka dapat ditemukan kenyamanan meliputi: sikap nyaman dan perasaan individu pelanggan. Indikator yang paling berpengaruh dalam mempengaruhi kepuasan konsumen adalah perasaan individu pelanggan, perasaan individu konsumen dengan adanya keramahan karyawan terhadap konsumen, dan memberikan bantuan kepada konsumen yang sedang membutuhkan akan membuat konsumen merasa puas, hal ini sesuai dengan penelitian, Dhita Tresiya, Djunaidi, Heri Subagyo (2018).

5. Pengaruh kelengkapan produk, pelayanan prima, kepercayaan, dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan, menunjukkan adanya pengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Muhammadiyah business center swalayan. kelengkapan produk adalah jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi yang disediakan setiap saat di toko yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sesuatu yang bisa memuaskan keinginannya. kelengkapan produk meliputi: keragaman produk yang dijual, variasi produk yang dijual, ketersediaan produk yang dijual, dan macam merek yang dijual. Indikator yang paling berpengaruh dalam mempengaruhi kepuasan konsumen adalah keragaman produk yang dijual, jika keragaman produk apa saja yang di sediakan setiap saat di toko yang terbaik dan berkualitas dan menetapkan harga yang sesuai dengan produk yang ditawarkan maka akan membuat konsumen bisa memilih barang apa saja yang di inginkan dan akan timbul rasa kepuasan berbelanja terhadap Muhammadiyah Business Center Swalayan.

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif pelayanan prima terhadap kepuasan konsumen pada Muhammadiyah business center swalayan. pelayanan prima adalah proses kepedulian terhadap pelanggan dengan kepedulian yang memberikan layanan terbaik yang mampu memberikan kelebihan

melampaui harapan. pelayanan prima meliputi: Sikap (Attitude), Perhatian (Attention), Tindakan (Action), kemampuan (Ability), Penampilan (Appearance), dan tanggung jawab (Accountability). Indikator yang paling berpengaruh dalam mempengaruhi kepuasan konsumen adalah perhatian (Attention), perhatian (Attention) yaitu memahami secara sungguh-sungguh dengan memberikan kepedulian dan memberikan pelayanan penuh untuk konsumen yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan terbaik kepada konsumen supaya konsumen selalu loyal kepada perusahaan, sehingga akan terciptanya kepuasan konsumen berbelanja di Muhammadiyah Business Center Swalayan.

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada Muhammadiyah business center swalayan. kepercayaan adalah keyakinan dengan menjalin hubungan jangka panjang seseorang dengan orang lain yang didasarkan pada pengalaman atau mengarah pada tahapan interaksi dalam kepercayaan. kepercayaan meliputi: menjaga perilaku, menjaga kepentingan pelanggan, melayani pelanggan, memberi manfaat kepada pelanggan. Indikator yang paling berpengaruh dalam mempengaruhi kepuasan konsumen adalah menjaga kepentingan pelanggan, dengan adanya menjaga kepentingan pelanggan untuk tetap terus berbelanja agar konsumen tidak merasa kecewa Muhammadiyah Business Center Swalayan menetapkan harga produk yang ditawarkan dengan harga produk yang tersedia, sehingga akan terciptanya kepuasan konsumen.

Berdasarkan hasil uji yang dilakukan menunjukkan adanya pengaruh positif kenyamanan terhadap kepuasan konsumen pada Muhammadiyah business center swalayan. kenyamanan adalah berupa sikap dan perasaan pelanggan yang memiliki rasa nyaman dengan diberikannya bantuan dan kemudahan oleh perusahaan. Maka dapat ditemukan kenyamanan meliputi: sikap nyaman dan perasaan individu pelanggan. Indikator yang paling berpengaruh dalam mempengaruhi kepuasan konsumen adalah perasaan individu pelanggan, perasaan individu pelanggan dengan adanya keramahan karyawan terhadap konsumen, dan memberikan bantuan kepada konsumen yang sedang membutuhkan membuat konsumen merasa diperdulikan dan konsumen akan merasa puas.

KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan pembahasan pada penelitian, maka peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang positif atau signifikan variabel kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen pada Muhammadiyah Business Center Swalayan.

2. Terdapat pengaruh yang positif atau signifikan variabel pelayanan prima terhadap kepuasan konsumen pada Muhammadiyah Business Center Swalayan.
3. Terdapat pengaruh yang positif atau signifikan variabel kepercayaan terhadap kepuasan konsumen pada Muhammadiyah Business Center Swalayan.
4. Terdapat pengaruh yang positif atau signifikan variabel kenyamanan terhadap kepuasan konsumen pada Muhammadiyah Business Center Swalayan.
5. Terdapat pengaruh yang positif atau signifikan variabel kelengkapan produk, pelayanan prima, kepercayaan dan kenyamanan secara simultan atau Bersama-sama mampu mempengaruhi kepuasan konsumen pada Muhammadiyah Business Center Swalayan di Metro.

B. Saran

Saran yang diberikan dalam melakukan penelitian ini antara lain adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa pada variabel kelengkapan produk berpengaruh positif dalam kepuasan konsumen oleh karena itu, Muhammadiyah Business Center Swalayan disarankan untuk lebih meningkatkan atau mempertahankan keragaman produk yang dijual, jika keragaman produk apa saja yang di sediakan setiap saat di toko yang terbaik dan berkualitas dan menetapkan harga yang sesuai dengan produk yang ditawarkan maka akan membuat konsumen bisa memilih barang apa saja yang di inginkan dan akan timbul rasa kepuasan berbelanja terhadap Muhammadiyah Business Center.
2. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa pada variabel pelayanan prima berpengaruh positif dalam kepuasan konsumen oleh karena itu, Muhammadiyah Business Center Swalayan disarankan lebih meningkatkan atau mempertahankan adalah perhatian, perhatian yaitu memahami secara sungguh-sungguh dengan memberikan kepedulian dan memberikan pelayanan penuh untuk konsumen yang berkaitan dengan kebutuhan dan keinginan terbaik kepada konsumen supaya konsumen selalu loyal kepada perusahaan, sehingga akan terciptanya kepuasan konsumen berbelanja di Muhammadiyah Business Center Swalayan
3. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa pada variabel kepercayaan berpengaruh positif dalam kepuasan konsumen oleh karena itu, supaya pelanggan tidak merasa kecewa Muhammadiyah Business Center Swalayan lebih meningkatkan atau mempertahankan kepentingan pelanggan. dengan adanya menjaga kepentingan pelanggan, diharapkan pihak Muhammadiyah Business Center Swalayan memberikan dan menetapkan harga produk yang ditawarkan dengan harga produk yang tersedia agar konsumen tetap terus berbelanja dan tidak merasa kecewa sehingga akan terciptanya kepuasan konsumen.

4. Berdasarkan hasil penelitian ini dapat diketahui bahwa pada variabel kenyamanan berpengaruh positif dalam kepuasan konsumen oleh karena itu, Muhammadiyah Business Center Swalayan disarankan untuk lebih meningkatkan atau mempertahankan perasaan individu pelanggan, yang dimaksud dengan perasaan individu pelanggan ialah dengan adanya keramahan karyawan terhadap konsumen, dan memberikan bantuan kepada konsumen yang sedang membutuhkan, hal tersebut akan menimbulkan konsumen merasakan kepuasan saat berbelanja di Muhammadiyah Business Center Swalayan.
5. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa pada variabel kelengkapan produk, pelayanan prima, kepercayaan dan kenyamanan secara simultan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, dan diharapkan kepada Muhammadiyah Business Center Swalayan terus meningkatkan atau mempertahankan kualitas dari segi kelengkapan produk, pelayanan prima, kepercayaan dan kenyamanan supaya peningkatan omset penjualan, serta pembisnis tetap bisa bersaing dengan pesaing lainnya dan tentunya konsumen yang berbelanja di Muhammadiyah Business Center Swalayan akan terus mengalami peningkatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abraham, R., & Harrington, C. (2013). Measuring Profit in Cooperatives : Definition and Methods. *International of Business, Humanities and Technology*, 3(4), 21–33.
- Aqza, Y., & Darwanto. (2017). Pengaruh pembiayaan murabahah, musyarakah, dan biaya transaksi terhadap profitabilitas bank pembiayaan rakyat syariah. *Iqtishadia*, 10(1), 225–245.
- Auditya, L., & Afridani, L. (2018). Pengaruh Pembiayaan Musyarakah Terhadap Profitabilitas Pada Bank Umum Syariah (BUS) Periode 2015-2017. *Jurnal Baabu Al-Ilmi*, 3(2), 102–118.
- Bank Indonesia. (2012). *Kodifikasi Peraturan Bank Indonesia Kelembagaan Penilaian Tingkat Kesehatan Bank*. Jakarta: Pusat Riset dan Edukasi Bank Sentral.
- Ghozali, I., & Latan, H. (2012). *Partial Least Square, Konsep Teknik, dan Aplikasi menggunakan program SmartPLS 3.0 untuk Penelitian Empiris*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- OJK. (2018a). *Snapshot Perbankan Syariah Indonesia Juni 2018*. Jakarta.
- OJK. (2018b). *Statistik Perbankan Syariah Desember 2018*. Jakarta.