PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA METRO PASAR SWALAYAN DR MANSYUR MEDAN)

SKRIPSI

OLEH

RAJA OLOAN PASARIBU
228320194

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2026

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
---
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 16/7/26

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN (STUDI KASUS PADA METRO PASAR SWALAYAN DR MANSYUR MEDAN)

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area

RAJA OLOAN PASARIBU

228320194

PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2026

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
---
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 16/7/26

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi	: Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Metro Pasar Swalayan Dr Mansyur Medan)
Nama	: Raja Oloan Pasaribu
NPM	: 228320194
Fakultas/Prodi	: Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing	Pembanding
(Yuni Syahputri, S.E, M.Si)	**(Nindya Yunita, S.Pd, M.Si)**
Pembimbing	Pembanding

Mengetahui :

(Prof. Dr. Syafrida Hafni Sahir, S.E, M.Si)	**(Dr. Fitriani Tobing, SE.M.Si)**
Dekan	Ketua Program studi

Tanggal Lulus: 13 Maret 2026

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
---
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 16/7/26

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Metro Pasar Swalayan Dr Mansyur Medan" yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar serjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 13 Maret 2026

RAJA OLOAN PASARIBU
228320194

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
---
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 16/7/26

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Raja Oloan Pasaribu
NPM	: 228320194
Program Studi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi dan Bisnis
Jenis karya	: Tugas Akhir Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Metro Pasar Swalayan Dr Mansyur Medan**

Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di Medan

Pada tanggal : 13 Maret 2026

Yang menyatakan,

RAJA OLOAN PASARIBU

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

RIWAYAT HIDUP

Nama	RAJA OLOAN PASARIBU
NPM	228320194
Tempat, Tanggal Lahir	Pahieme, 08 Maret 2003
Nama Orang Tua :	
Ayah	Hasurungan Pasaribu
Ibu	Kelentina Silaban
Riwayat Pendidikan :	
SMP	SMP Negeri 1 Sorkam Barat
SMA/SMK	SMA Negeri 1 Sorkam Barat
Penghargaan :	- Pada tahun 2023 penulis maraih juara 2 dalam perlombaan Business Plan Competition progra - Pada tahun 2024 penulis lolos pendanaan P2MW - Pada tahun 2025 penulis menjadi salah satu mahasiswa berprestasi UMA
NO. HP/WA	087885685428
Email	rajaoloanpasaribu12@gmail.com

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
---
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 16/7/26

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

ABSTRACT

This research aims to determine: The influence of service quality and product completeness on consumer satisfaction. Case study at Dr Mansyur Medan Metro Supermarket Metro. This type of research is associative, namely research that aims to determine two or more variables with a quantitative approach. The population in this research are consumers who have shopped at Metro Supermarket. The sampling method uses purposive sampling. You can now find Location 96 at Metro Supermarket locations. The data analysis technique uses multiple linear regression. With research results. (X1) Service quality has a significant effect on consumer satisfaction. This can be seen from the significance value (0.000) < 0.05 and tcount (5.086) > compared to ttable (1.896). (X2) Product completeness has a significant effect on consumer satisfaction. This can be seen from the significance value (0.000) < 0.05 at tcount (6.109) > compared to ttable (1.986). That service quality and product completeness) have a significant effect simultaneously on consumer satisfaction as seen from Fcount > Ftable and significance level (0.000) < 0.05

Keywords: ***Effect of Service Quality, Product Completeness on Consumer Satisfaction***

Document Accepted 16/7/26

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan unutuk mengetahui: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Metro Pasar Swalayan Dr Mansyur Medan. Jenis penelitian ini adalah asosiatif yang merupakan penelitian dengan tujuan untuk mengetahui dua variabel atau lebih dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di Pasar Metro Swalayan. Metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Dengan menyebarkan angket kuesioner kepada 96 responden pada konsumen Pasar Metro Swalayan. Teknik analisis data menggunakan regresi linear berganda. Dengan hasil penelitian. (X1) Kualitas Pelayanan, berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terlihat dari nilai signifikan (0,000) < dari 0,05 dan $t\text{-}_{hitung}$ (5.086) > dibandingkan $t\text{-}_{tabel}$ (1.896). (X2) Kelengkapan Produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini terlihat dari nilai signifikan (0,000) < 0,05 dan $t\text{-}_{hitung}$ (6.109) > dibandingkan $t\text{-}_{tabel}$ (1.986). Bahwa kualitas pelayanan dan kelengkapan produk) secara serempak adalah signifikan terhadap kepuasan konsumen dapat dilihat dari $F\text{-}_{hitung}$ > $F\text{-}_{tabel}$ dan tingkat signifikansinya (0,000) < 0,05

Kata Kunci: Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Document Accepted 16/7/26

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Kuasa atas berkat, kasih, dan penyertaan-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Adapun judul skripsi ini adalah "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Metro Pasar Swalayan Dr Mansyur Medan". Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, doa, dukungan, serta bantuan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta, Bapak Hasurungan Pasaribu dan Ibu Kelentina Silaban, atas doa, dukungan, serta pengorbanan yang tidak ternilai. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc., Selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Ibu Prof. Dr Syafrida Hafni Sahir S.E, M.Si Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universias Medan Area.
3. Ibu Sari Nuzullina Rahmadhani, S.E. Ak, M.Acc., Selaku Wakil Bidang Penjamin Mutu Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
4. Ibu Dr. Fitriani Tobing, SE, M.Si Selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Medan Area sekaligus dosen sekretaris yang telah banyak memberikan saran, masukan dan dukungan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

Document Accepted 16/7/26
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

5. Ibu Muthya Rahmi Darmansyah, SE, M.Sc Selaku Kabid. Pembelajaran dan Sistem Informasi Akademik Program Studi Manajamen.
6. Bapak Dr. Dahrul Siregar, S.E, M.Si selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan, Inovasi dan Alumni Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
7. Ibu Yuni Syahputri, SE, M.Si Selaku Dosen Pembimbing peneliti yang telah bersedia membimbing, mengarahkan, memberikan semangat dan meluangkan waktunya sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
8. Ibu, Eka Dewi Setia, S.E, M.Si selaku Dosen ketua yang telah meluangkan waktunya memberikan saran dan masukan kepada penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Ibu Nindya Yunita S.Pd, M.Si selaku Dosen Penguji yang telah meluangkan waktunya memberikan saran, bimbingan, dan masukan serta saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
10. Bapak/Ibu dosen dan seluruh staf pengajar Jurusan Manajemen FakultasEkonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
11. Kepada Seluruh Pegawai Administrasi Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Medan Area, semoga selalu sabar dalam mengarahkan mahasiswa/i menyelesaikan urusan selama mengikuti kuliah.
12. Skripsi ini dipersembahkan untuk seseorang yang selalu menyatakan “kapan lulus” dan “kapan wisuda” dua pernyataan sederhana yang selama ini menjadi sumber kekuatan sekaligus pengingat akan besarnya harapan yang dititipkan kepada penulis. Kepada yang teristimewa kepada kedua

Document Accepted 16/7/26
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

orang tua, bapak Hasurungan Pasaribu dan Ibunda Kelentina Silaban, terimkakasih telah menjadi alasan terbesar bagi penulis untuk terus melangkah meski perjalanan ini terasa berat. Terimakasih untuk doa yang tidak pernah henti, untuk semangat yang selalu hadir lewat tatapan lelah kalian saat video call. Semua perjuangan ini kutempuh agar suatu hari nanti penulis terus bisa membanggakan kalian dengan segala pencapaian cita-citanya. Skripsi ini adalah bukti bahwa setiap air mata, setiap rasa takut gagal, dan setiap malam penuh kecemasan telah terbayar oleh kasih sayang dan pengorbanan kalian. Semoga dengan skripsi ini menjadi langkah awal menuju masa depan yang lebih baik.

13. Kepada Kakak saya Hasmidawaty Pasaribu, Hayati Nurani Pasaribu, Yulpaida Roito Pasaribu, Saputri Pasaribu dan Abang saya Tulus Mangembang Pasaribu beserta yang tersayang mendiang Abang saya yaitu Efendi Pasaribu yang telah memberikan semangat, motivasi, serta salah satu donatur penulis dalam menjalani masa perkuliahan berupa uang saku, sehingga peneliti dapat bertahan hidup di perantaun ini.
14. Bapak Cristopher Thedy selaku pimpinan pada Metro Pasar Swalayan yang telah bersedia membrikan izin melakukan penelitian sebagai pendukung dalam penulisan skripsi.
15. *Last but not least,* terimakasih untuk diri sendiri, Raja Oloan Pasaribu. Terimakasih karena sudah bertahan sejauh ini dan sudah bertanggungjawab atas apa yang sudah ia mulai, terimakasih untuk tidak menyerah dan menikmati setiap prosesnya.

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
Document Accepted 16/7/26
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki peneliti. Oleh karena itu, peneliti mengharapkan adanya kritik dan saran yang dapat membangun dari berbagai pihak untuk dapat dijadikan sebagai pedoman pada penelitian selanjutnya. Dan semoga skripsi ini bermanfaat khususnya bagi penulis dan bagi pembaca pada umumnya.

Medan, 13 Maret 2026

Hormat Saya

Penulis,

Raja Oloan Pasaribu

Document Accepted 16/7/26

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

DAFTAR ISI

ABSTRACT ..... ***i***
ABSTRAK ..... **ii**
KATA PENGANTAR ..... **iii**
DAFTAR ISI ..... **vii**
DAFTAR TABEL ..... **x**
DAFTAR GAMBAR ..... **xi**
DAFTAR LAMPIRAN ..... **xii**

BAB I PENDAHULUAN **1**
1.1 Latar Belakang Masalah 10
1.2 Rumusan Masalah 11
1.3 Pertanyaan Penelitiann 12
1.4 Tujuan Penelitian 12
1.5 Manfaat Penelitian 12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA **15**
2.1 Landasan Teori 15
2.1.1 *Expectancy Disconfirmation Theory* 15
2.2 Kepuasan Konsumen 19
2.2.1 Pengertian Kepuasan Konsummen 19
2.2.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen 21
2.2.3 Indikator Kepuasan Konsumen 21
2.3 Kualitas Pelayanan 22
2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayaanan 22
2.3.2 Faktot Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan 23
2.3.3 Indikator Kualitas Pelayanan 24
2.4 Kelengkapan Produk 25
2.4.1 Pengertian Kelengkapan Produk 25
2.4.2 Faktor Yang Mempengaruhi Kelengkapan Produk 27
2.4.3 Indikator Kelengkapan Produk 27
2.5 Penelitian Terdahulu 28
2.6 Kerangka Konseptual 30
2.7 Hubungan Antar Variabel 31
2.7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen 31
2.7.2 Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen 31
2.7.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen 32
2.8 Hipotesis 32

BAB III METODE PENELITIAN **34**
3.1 Jenis Penelitian 34
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian 34
3.2.1 Tempat Penelitian 34
3.2.2 Waku Penelitian 34
3.3 Batasan Operasional 35

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
Document Accepted 16/7/26
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

3.4 Operasionalisasi Variabel 35
3.5 Skala Pengukuran Variabel..... 36
3.6 Populasi dan Sampel 37
3.6.1 Populasi..... 37
3.6.2 Sampel 37
3.7 Jenis dan Sumber Data..... 39
3.7.1 Jenis Data..... 39
3.7.2 Sumber Data..... 40
3.8 Metode Pengumpulan Data 41
3.8.1 Kuesioner..... 41
3.9 Uji Instrumen Penelitian 41
3.9.1 Uji Validitas..... 41
3.9.2 Uji Reliabelitas..... 43
3.10 Teknik Analisis Data..... 44
3.10.1 Analisis Deskriptif 44
3.10.2 Analisis Regresi Linear Berganda 45
3.11 Uji Asumsi Klasik 45
3.11.1 Uji Normalitas..... 46
3.11.2 Uji Uji Multikolinearitas 46
3.11.2 Uji Heteroskedastisitas 46
3.12 Uji Hipotesis 47
3.12.1 Uji Signifikan Parsial (Uji t) 47
3.12.2 Uji Serentak (Uji F) 48
3.12.3 Uji Koefisien Determinasi (R2)..... 49

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN..... 50
4.1 Sejarah Perusahaan..... 50
4.1.1 Gambaran Umum Metro Pasar Swwalayan..... 50
4.1.2 Produk dan Layanan Perusahaan 51
4.1.3 Visi, Misi dan Moto Pasar Swalayan..... 53
4.1.4 Struktur Organisasi Metro Pasar Swalayan 53
4.2 Hasil Penelitian 54
4.2.1 Deskriptif Responden Penelitian 54
4.2.1.1 Berdasarkan Jenis Kelamin..... 54
4.2.1.2 Usia responden..... 55
4.2.2 Deskriptif Variabel 55
4.2.2.1 Skala Pengukuran Variabel..... 55
4.2.3 Frekuensi Jawaban Responden 56
4.2.3.1 Distribusi Pendapat Responden Variabel Y..... 57
4.2.3.2 Distribusi Pendapat Responden Variabel X1..... 60
4.2.3.3 Distribusi Pendapat Responden Variabel X2..... 63
4.2.4 Hasil Pengujian Asumsi Klasik..... 66
4.2.4.1 Uji Normalitas..... 66
4.2.4.2 Uji Multikolinearitas..... 69
4.2.4.3 Uji Heteroskedastisitas 70
4.2.5 Analisis Regresi Linear Berganda 72
4.2.6 Pengujian Hipotesis 73
4.2.6.1 Uji Signifikan Parsial (Uji-t)..... 73

Document Accepted 16/7/26
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

4.2.6.2 Uji Signifikan Serempak (Uji F)..... 74
4.2.6.3 Koefisien Determinasi (R2) 75
4.2.7 Pembahasan 76
4.2.7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kosumen 76
4.2.7.2 Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen 78
4.2.7.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen 80
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN 83
5.1 Kesimpulan 83
5.2 Saran 84

DAFTAR PUSTAKA 86

LAMPIRAN..... 91

Document Accepted 16/7/26
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul	Halaman
Tabel 1.1	Hasil Pra-Survei Variabel Kualitas Pelayanan	6
Tabel 1.2	Hasil Pra-Survei Variabel Kelengkapan Produk	7
Tabel 1.3	Hasil Pra-Survei Variabel Kepuasan Konsumen	7
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	28
Tabel 3.1	Waktu Penelitian	34
Tabel 3.2	Operasionalisasi Variabel	36
Tabel 3.3	Intrumen Skala Likert	37
Tabel 3.4	Uji Validitas Kualitas Pelayanan	42
Tabel 3.5	Uji Validitas Kelengkapan Produk	42
Tabel 3.6	Uji Validitas Kepuasan Konsumen	43
Tabel 3.7	Uji Reliabilitas	44
Tabel 4.1	Jenis Kelamin	54
Tabel 4.2	Usia Responden	55
Tabel 4.3	Intrumen Skala Mean	55
Tabel 4.4	Distribusi Jawaban Responden Kepuasan Konsumen	57
Tabel 4.5	Distribusi Jawaban Responden Kualitas Pelayanan	60
Tabel 4.6	Distribusi Jawaban Responden Kelengkapan Produk	63
Tabel 4.7	Uji Kolmogorov simirnov	69
Tabel 4.8	Uji Nilai tolerance dan VIF	70
Tabel 4.9	Hasil Regresi Linear Berganda	72
Tabel 4.10	Hasil Signifikan Parsial (uji-t)	74
Tabel 4.11	Uji F Signifikan Serempak (Uji F)	75
Tabel 4.12	Hasil Pengujian Koefisien Determinasi (R2)	75

Document Accepted 16/7/26

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Model *Expectancy Disconfirmasi Theory*	16
Gambar 2.2	Kerangka Konseptual	30
Gambar 4.1	Struktur Organisasi	53
Gambar 4.2	Hasil Uji Normalitas (Histogram)	67
Gambar 4.3	Hasil Uji Normalitas (Plot)	68
Gambar 4.4	hasil Uji Hetroskedastisitas	71

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul	Halaman
1.	Lampiran Kuisioner	92
2.	Lampiran Jawaban Responden	97
3.	Lampiran Hasil Uji Validitas Dan Reliabilitas	105
4.	Lampiran Hasil Olahan Data SPSS	107
5.	Lampiran Dokumentasi Penelitian	110
6.	Lampiran Surat Izin Penelitan	111
7.	Lampiran Surat Selesai Riset Penelitian	112

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
---
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Akibat pesatnya kemajuan teknologi dan globalisasi, pasar mengalami perubahan yang signifikan. Mengingat perubahan yang terjadi di dunia pemasaran, bisnis harus terus berinovasi dan beradaptasi. Hal ini karena pasar akan terus tumbuh dengan menarik bisnis yang serius maupun yang tidak serius. Pelanggan akan menyarankan bisnis untuk memanfaatkan sumber daya yang tersedia sebaik - baiknya guna memenuhi kebutuhan pasar yang semakin beragam. (Mutia et al., 2024) Di era globalisasi, persaingan antar perusahaan baik nasional maupun internasional semakin ketat. Untuk menonjol dan mempertahankan keunggulan kompetitif, penting bagi setiap bisnis untuk mengadopsi mentalitas yang berfokus pada kepuasan pelanggan. Dengan demikian, perusahaan menerapkan berbagai strategi, seperti menawarkan layanan berkualitas, harga terjangkau, serta layanan pelanggan yang lebih cepat dan lebih baik(Wijaya, 2023).

Kepuasan konsumen adalah perasaan puas atau tidak puas yang muncul setelah membandingkan kinerja layanan atau produk yang diterima dengan harapan yang dimiliki (Nur et al., 2025). Kepuasan konsumen mencerminkan tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan setelah membeli suatu produk atau jasa dari suatu perusahaan. Perasaan ini muncul ketika konsumen membandingkan harapan mereka mengenai produk atau layanan yang diterima dengan kenyataan pengalaman mereka, singkatnya, kepuasan konsumen merupakan respon emosional yang dipisahkan dari evaluasi pengalaman mereka dalam mengonsumsi suatu produk atau layanan (Waruwu et al., 2022).

Document Accepted 16/7/26
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

Hal ini didukung oleh penelitian (Ahyani, 2022), menyatakan bahwa Kepuasan konsumen dapat digambarkan sebagai tingkat kepuasan atau ketidakpuasan yang mereka rasakan setelah membandingkan kinerja produk yang diharapkan dengan yang telah diamati. Pendekatan yang efektif bagi bisnis untuk memahami ekspektasi pelanggan adalah dengan meningkatkan jumlah konsumen agar dapat mencapainya secara efektif dengan menawarkan produk dan layanan terbaik. Oleh karena itu, perusahaan perlu bersiang dengan cara yang kompetitif untuk menarik dan menjaga konsumen atau pelanggan. Menyadari hal tersebut, penting bagi perusahaan menyusun strategi yang tepat untuk memikat konsumen. Penerapan strategi pemasaran yang tepat adalah membuat konsumen merasa puas. Konsumen akan merasa puas apabila mempunyai kualitas pelayanan yang baik dan kelengkapan produk yang sesuai dengan kebutuhan konsumen. Dalam hal tersebut kepuasan konsumen merupakan aspek krusial yang perlu diperhatikan karena menjadi kriteria utama bagi perusahaan dalam mengembangkan strategi pemasaran yang tepat. (Nasrul Efendi et al., 2023).

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan. Pelayanan adalah proses interaksi antara seseorang yang berusaha memenuhi kebutuhannya dan orang lain yang ingin kebutuhannya terpenuhi. Ini adalah hubungan antara konsumen, tamu, klien, pasien dan agen, karyawan, atau kolaborator yang membantu mereka (Exreana et al., 2021). Kualitas pelayanan Menurut Kotler 2019, dalam (Efendi Bahtiar,2023) kualitas pelayanan diartikan sebagai penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang mereka terima dibandingkan dengan tingkat yang mereka harapkan. Apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan kita, maka dapat dikatakan bahwa kualitas

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
Document Accepted 16/7/26
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

pelayanan di tempat ini baik. Kualitas layanan merupakan elemen penting bagi setiap bisnis. Pelayanan yang optimal niscaya akan memberikan dampak positif terhadap kepuasan konsumen.(Lumintang et al., 2023).

Selain faktor kualitas pelayanan, kelengkapan produk menjadi salah satu penentu kepuasan konsumen. Kelengkapan produk mencakup aspek-aspek seperti kedalaman, luas, dan mutu barang yang tersedia, serta ketersediaan produk tersebut di toko kapan saja. Menyediakan kelengkapan yang baik tidak hanya akan menarik perhatian, tetapi juga dapat memengaruhi pilihan konsumen dalam melakukan pembelian (Gebrinan, 2023). Menurut Fithoni (2022), kelengkapan produk adalah adanya berbagai jenis produk yang dibuat oleh satu produsen dan ditawarkan untuk dimiliki, digunakan, atau dikonsumsi oleh konsumen. Ketersedian produk sangat berdampak pada kepuasan konsumen, kelengkapan produk dapat menjadi daya tarik konsumen dalam memilih produk. Apabila produk yang dicari oleh konsumen selalu tersedia dan bervariasi, cendrung mereka akan merasa puas dengan pengalaman berbelanja dan melakukan pembelian di tempat tersebut. Sesuai dengan penelitian Pertiwi (2017), yang menyatakan penyediaan kelengkapan produk yang baik tidak hanya akan menarik minat konsumen tetapi dapat dapat mempengaruhi kepuasan konsumen saat berbelanja.

Perkembangan pasar swalayan di kota medan terus melaju sejalan dengan evolusi pola konsumsi masyarakat yang tekanan pada kemudahan dan kenyamanan dalam berbelanja. Metro Pasar Swalayan Dr. Mansyur Medan telah menjadi salah satu lokasi perbelanjaan modern yang sering dikunjungi terutama para mahasiswa yang tidak jauh dengan lokasi kampus. Namun, di balik kemajuan ini, terdapat fenomena ketidakpuasan konsumen yang sering muncul karena pelayanan yang

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
Document Accepted 16/7/26
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

masih jauh dari optimal dan ketersediaan produk yang tidak memadai ditambah lagi dengan kurangnya masih fasilitas seperti toilet, bangunan toko yang kurang luas dan sehingga produk-produk tidak tertata rapi hal itu menyulitkan konsumen untuk mencari produk yang mereka butuhkan. Perusahaan bisnis ritel modern yang saat ini semakin banyak muncul dikehidupan masyarakat sekitar kita sehingga semakin menigkat persaingan perusahaan dengan bisnis yang sama. Kondisi ini menutut setiap swalayan untuk mampu bersiang dengan memberikan nilai tambah kepada konsumen anatara lain peningkatan kualitas pelayanan dna kelengkapan produk yang disediakan. Perusahaan ritel memiliki sistem dengan menawarkan pasar modern yaitu sistem pelayanan mandiri atau konsumen dapat dengan mudah memilih sesuai kebutuhan dengan produk yang telah disediakan oleh perusahaan secara berkelompok menurut jenis produknya, dan dijual eceran atau grosir seperti layaknya minimarket, supermarket yang tetap dilayani oleh petugas swalayan tersebut atau karyawan.

Menurut Solihin et al., 2024 Kepuasan konsumen merupakan faktor penentu keberlangsungan suatu bisnis. Oleh karena itu, para pengusaha ritel harus memberikan perhatian khusus pada kualitas layanan dan keragaman produk yang ditawarkan agar dapat memenuhi harapan pelanggannya dengan baik. Kepuasan konsumen sebagian besar dipengaruhi oleh kualitas layanan, yang menjadikan garansi produk sebagai prioritas utama bagi semua pelaku ekonomi saat ini, terutama sebagai indikator daya saing. Kualitas layanan juga diperkuat oleh kemampuan perusahaan untuk menanggapi secara efektif kebutuhan dan harapan pelanggannya. Bisnis yang melayani pelanggan harus memastikan bahwa segala sesuatu yang mereka inginkan, butuhkan, dan nyaman dapatkan dalam hal layanan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
Document Accepted 16/7/26
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

(Mutia et al., 2024)**.** Dengan tercapainya kepuasan konsumen terdapat beberapa manfaat yang dapat diperoleh yaitu antara lain meningkatkan loyalitas pelanggan dan mengurangi kehilangan beberapa pelanggan menurunkan sensitivitas harga konsumen, menurunkan biaya kesalahan pemasaran konsumen, dan biaya operasional. Meningkatkan efektivitas periklanan dan citra perusahaan karena dari periklanan dan citra perusahaan karena jumlah pelanggan. Sistem kepuasan pelanggan selalu menjadi prioritas utama, namun di keinginan konsumen dan persepsi konsumen mempunyai ukuran yang berbeda-beda, oleh karena itu hasilnya tidak dapat diprediksi (Zendrato et al., 2024).

Faktor kualiats layanan dan kelengkapan produk merupakan dua elemen yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Layanan yang berkualitas dapat menghasilkan kepuasan bagi konsumen. Selain itu, layanan yang memuaskan juga akan berdampak pada kunjungan konsumen di masa mendatang. Kualitas layanan diukur dari ekspektasi antara ekspektasi dan pandangan konsumen terhadap layanan yang mereka terima dari perusahaan.

Faktor kualiats pelayanan dan kelengkapan produk merupakan dua elemen yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Layanan yang berkualitas dapat menghasilkan kepuasan bagi konsumen. Selain itu, layanan yang memuaskan juga akan berdampak pada kunjungan konsumen di masa mendatang. Kualitas layanan diukur dari ekspektasi antara ekspektasi dan pandangan konsumen terhadap layanan yang mereka terima dari perusahaan. Sedangkan Kelengkapan produk melibatkan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan jenis usaha toko makanan, pakaian, barang-barang rumah tangga, berbagai produk, dan lain-lain, atau gabungan dari semuanya untuk ditawarkan di toko dalam jumlah, jangka waktu, dan harga yang

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
Document Accepted 16/7/26
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

sesuai untuk mencapai tujuan toko atau pengecer.Rolansya et al., (2023)

Untuk memperkuat landasan dalam penyusunan penelitian ini, peneliti telah melakukan pra-survei awal kepada 30 konsumen yang berbelanja di Metro Pasar Swalayan. Pra-survei ini bertujuan untuk memperoleh gambaran awal mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen. Hasil pra-survei tersebut dapat dilihat pada Tabel 1.1 di halaman berikut.

Tabel 1.1

Hasil Pra-Survei Variabel Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Hasil Responden				Total	
		Ya		Tidak			
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
	Kualitas Pelayanan (X1)						
1.	Saya merasa petugas perusahaan selalu cepat tanggap dan siap membantu ketika saya membutuhkan layanan	8	26,7%	22	73,3%	30	100%
2.	Saya merasa perusahaan selalu memberikan layanan sesuai janji dengan tepat waktu dan akurat	8	26,7%	22	73,3%	30	100%

Berdasarkan hasil pra-survei terhadap 30 responden, kualitas pelayanan menunjukkan hasil yang kurang memuaskan. Hanya 26,7% responden yang merasa petugas perusahaan cepat tanggap dan siap membantu, sementara 73,3% responden menyatakan sebaliknya. Hal yang sama terlihat pada ketepatan layanan, di mana hanya 26,7% responden yang menilai perusahaan memberikan layanan sesuai janji

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
Document Accepted 16/7/26
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

dengan tepat waktu dan akurat, sedangkan mayoritas 73,3% responden tidak merasakannya.

Tabel 1.2

Hasil Pra-Survei Variabel Kelengkapan Produk

No	Pernyataan	Hasil Responden				Total	
		Ya		Tidak			
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
	Kelengkapan Produk (X2)						
1.	Saya merasa perusahaan menyediakan berbagai jenis produk yang lengkap sesuai kebutuhan saya	5	16,7%	25	83,3%	30	100%
2.	Saya merasa produk yang saya butuhkan selalu tersedia saat saya ingin membeli	7	23,3%	23	76,7%	30	100%

Hasil pra-survei menunjukkan bahwa dari sisi kelengkapan produk, kondisi juga kurang baik. Hanya 16,7% responden yang menilai perusahaan menyediakan berbagai jenis produk sesuai kebutuhan mereka, sedangkan 83,3% responden menyatakan tidak. Selain itu, hanya 23,3% responden yang merasa produk yang dibutuhkan selalu tersedia, sementara 76,7% responden menilai sebaliknya.

Tabel 1.3

Hasil Pra-Survei Variabel Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	Hasil Responden				Total	
		Ya		Tidak			
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
	Kepuasan Konsumen (Y)						
1.	Saya merasa puas sehingga saya ingin membeli produk ini	6	20%	24	80%	30	100%

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
Document Accepted 16/7/26
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

No	Pernyataan	Hasil Responden				Total	
		Ya		Tidak			
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
	Kepuasan Konsumen (Y)						
	kembali di masa depan						
2.	Saya merasa produk ini mampu memenuhi kebutuhan saya secara menyeluruh.	8	26,7%	22	73,3%	30	100%

Data pra-survei menunjukkan bahwa kepuasan konsumen pun masih rendah. Hanya 20% responden yang merasa puas dan berkeinginan membeli kembali produk di masa depan, sedangkan 80% responden tidak merasakan hal tersebut. Sementara itu, hanya 26,7% responden yang menilai produk mampu memenuhi kebutuhan secara menyeluruh, dan mayoritas 73,3% responden merasa tidak terpenuhi.

Berdasarlkan hasil pra-survei, ditemukan sebuah kesenjangan yang signifikan dimana konsumen merasa kurang puas atas kualitas pelayanan dan kelengkapan produk yang diberikan pada metro pasar swalayan dr Mansyur. Kualitas pelayanan merupakan elemen yang krusial karena pengalaman berbelanja sangat dipengaruhi oleh perilaku dan respon staf toko. Pelayanan yang tidak cepat, kurang bersahabat, atau minim informasi dapat mengurangi tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, konsumen membutuhkan variasi produk yang lengkap dan tersedia secara konsisten untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Ketika barang yang dicari tidak ada atau jumlahnya terbatas, pelanggan biasanya merasa kecewa dan beralih ke pesaing lain.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
Document Accepted 16/7/26
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

Menurut Kotler dan Keller, (2017) Produk dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang bisa disediakan untuk pasar demi menarik perhatian, memperoleh, menggunakan, atau mengonsumsinya yang mampu memenuhi harapan atau kebutuhan. Metro pasar swalayan menyediakan beragam produk, seperti makanan, minuman, perlengkapan rumah tangga, kosmetik, namun kelengkapan produk masih terbilang sedikit dan tidak update hal itu membuat konsumen merasa tidak puas saat berbelanja dan memutuskan berbelanja ditempat lain yang tidak jauh dari Metro Pasar Swalayan.

Saat konsumen mempertimbangkan untuk membeli suatu produk, mereka mempertimbangkan kegunaan dan fiturnya. Oleh karena itu, penting bagi produsen untuk memperhatikan kebutuhan konsumen. Seiring makin beragamnya kebutuhan, permintaan terhadap beragam produk pun meningkat. Oleh karena itu, produsen harus memastikan bahwa mereka menawarkan pilihan lengkap yang memenuhi berbagai kebutuhan ini.(Tuafiq Buhari Moh Imron Sanjaya, 2023) Ragam produk mengacu pada keberagaman barang yang ditawarkan, meliputi kedalaman, keluasan, dan kualitas penawaran, semuanya tersedia kapan saja di toko.(Nofitasari et al., 2023)

Penelitian yang dilakukan oleh Siarmasa et al., (2023) dengan “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Pelanggan” menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Prihatma Tugi Gugup (2020) dengan “pengaruh kualitas pelayanan dan harga tambahan layanan terhadap kepuasan konsumen kengguna jasa kapal penyebrangan PT. trisakti lautan mas di bakauheni” menyatakan bahwa Kualitas

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
Document Accepted 16/7/26
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Penelitian yang dilakukan oleh (Gebrinan, 2023) dengan "pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen pada Swalayan Lilawangsa Mart di Lhokseumawe" menyatakan bahwa kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun berbeda dengan Penelitian yang dilakukan oleh (Lustono, 2022) dengan "pengaruh kualitas pelayanan, fasilitas dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen pada AHASS Shinta Motor Banjarnegara" meyatakan bahwa kelengkapan produk tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Penelitian yang dilakukan oleh (Susanto, 2021) dengan "pengaruh kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen pada Toko Foto Copy Dwiyan di Sampit" menyatakan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh (Priani Putri, 2024) dengan "pengaruh kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan (studi pada Apotek Sehat Farma Sungai Lulut)" menyatakan kelengkapan produk memiliki pengaruh yang tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan.

Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kelengkapan produk perusahaan masih belum optimal dalam membentuk kepuasan konsumen.Berdasarkan kondisi yang mendasari masalah penelitian ini, masih terdapat perbedaan hasil penelitian, penulis ingin mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kelengkapan produk memiliki pengaruh pada kepuasan konsumen pada metro pasar swalayan. Oleh karena itu, penulis berminat untuk melakukan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

penelitian dengan judul yang diangkat **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Metro Pasar Swalayan Dr Mansyur Medan"**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan fenomena yang terjadi di Metro Pasar Swalayan Dr. Mansyur Medan, terdapat indikasi ketidakpuasan konsumen yang signifikan akibat kualitas pelayanan yang belum optimal serta ketersediaan produk yang tidak memadai dan kurangnya masih fasilitas sepertii toliet dan tokoh bangunan yang kurang luas sehingga produk-produk tidak tertata rapi hal itu menyulitkan konsumen menemukan produk yang dicari. Permasalahan ini dibuktikan melalui data pra-survei yang menunjukkan tingginya persentase respons negatif konsumen, di mana mayoritas responden merasa petugas kurang tanggap dalam pelayanan dan variasi produk yang tersedia belum mampu memenuhi kebutuhan mereka secara menyeluruh. Selain permasalahan empiris tersebut, terdapat pula ketidakkonsistenan pada hasil penelitian terdahulu *(research gap)*, di mana beberapa studi menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan kelengkapan produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, namun studi lainnya justru menemukan hasil yang tidak signifikan. Berangkat dari kesenjangan antara harapan konsumen dengan kenyataan di lapangan serta adanya perbedaan temuan pada riset sebelumnya, maka pokok permasalahan yang perlu dikaji dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan kelengkapan produk memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen di Metro Pasar Swalayan Dr. Mansyur Medan. Ada pun research gap yang dilakukan oleh beberapa penelitian sebelumnya membuat peneliti tertarik melakukan penelitian yang mengangkat isi

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
Document Accepted 16/7/26
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

dibidang ilmu manajemen strategi yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen di Metro Pasar Swalayan Dr Mansyur Medan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat diperoleh pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Metro Pasar Swalayan Dr Mansyur Medan?
2. Apakah Kelengkapan Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Metro Pasar Swalayan Dr Mansyur Medan?
3. Apakah Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, secara serempak berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Metro Pasar Swalayan Dr Mansyur Medan?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah, dapat ditentukan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Metro Pasar Swalayan Dr Mansyur Medan
2. Untuk mengetahui pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen Metro Pasar Swalayan Dr Mansyur Medan
3. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen Metro Pasar Swalayan Dr Mansyur Medan

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi Perusahaan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
Document Accepted 16/7/26
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi perusahaan dalam meningkatkan kualitas pelayanan serta variasi produk sehingga meningkatkan kepuasan konsumen pada metro pasar swalayan dr mansyur medan. Temuan penelitian ini juga membantu pemilik dalam mengembangkan keputusan strategis guna meningkatkan daya saing dan kinerja perusahaan dalam menghadapi persaingan di sektor ritel modern.

2. Bagi Penulis

   Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman penulis mengenai dampak kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen. Dan juga dapat menjadi pedoman dan sumber ilmu pengetahuan dalam menyusun strategi pelayanan yang baik serta sebagai dasar pembelajaran sebelum terjun ke dunia kerja atau dunia usaha di kemudian hari.

3. Bagi Peneliti Lain

   Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti lain yang berkaitan dengan kualitas pelayanan, kelengkapan produk, dan kepuasan konsumen. Dan menggunakan faktor lain sehingga penelitian memiliki hasil yang berbeda atau lebih baik. Seperti menambahkan variable kualitas produk, harga, citra merek, lokasi, dan variabel lain yang dapat mendukung suatu penelitian.

4. Bagi akademis

   Manfaat penelitian ini bagi akademisi adalah sebagai sumber referensi dan pelengkap literatur di bidang manajemen pemasaran, khususnya tentang keterkaitan antara kualitas pelayanan, keragaman produk dan kepuasan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
Document Accepted 16/7/26
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

konsumen, sehingga dapat memperkaya ilmu pengetahuan dan menunjang kegiatan pembelajaran serta penelitian di lingkungan akademis.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Landasan Teori

2.1.1 *Expectancy Disconfirmation Theory*

Disconfirmation Theory merupakan salah satu teori yang relevan untuk menjelaskan proses penilaian kepuasan pelanggan terhadap layanan dan produk. *Expectancy Disconfirmation Theory* menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari perbandingan antara harapan dan persepsi terhadap kinerja layanan maupun produk yang diterima. Apabila persepsi tersebut memenuhi atau melebihi harapan, pelanggan akan merasa puas, sedangkan jika persepsi di bawah harapan, ketidakpuasan akan muncul (Joanna Rosak, 2024). Dalam konteks penelitian ini, teori ini sangat sesuai karena fokusnya pada evaluasi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kelengkapan produk yang disediakan(Elshaer et al., 2025).

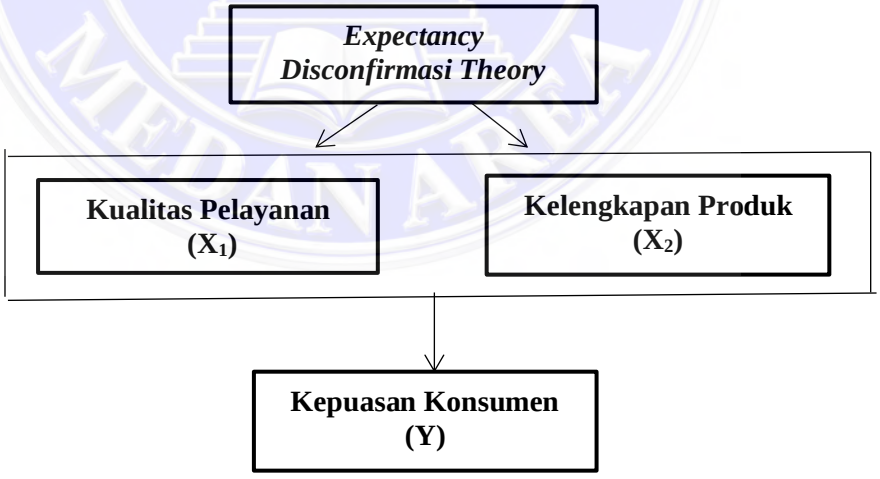
Kualitas pelayanan sendiri merupakan faktor utama yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut (Chang & Lin, 2022), kualitas layanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diberikan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan secara konsisten. Penilaian terhadap kualitas layanan ini sangat subjektif dan bergantung pada persepsi pelanggan terhadap kecepatan, keramahan, keandalan, dan keamanan dalam proses layanan. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menjaga dan meningkatkan kualitas layanan agar sesuai dengan ekspektasi pelanggan, sehingga dapat meningkatkan tingkat kepuasan mereka.

Selain kualitas pelayanan, kelengkapan produk juga merupakan faktor penting. Menurut Zhang et al., (2023), kelengkapan produk yang relevan dan

Document Accepted 16/7/26
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

memadai meningkatkan nilai guna bagi pelanggan. Produk yang lengkap dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan akan mempercepat proses pengambilan keputusan dan meningkatkan pengalaman belanja (Azzahra et al., 2023). Dengan demikian, pemenuhan aspek ini menjadi penting agar pelanggan merasa puas dan loyal terhadap toko tersebut.

Seiring dengan peningkatan kompetisi di dunia bisnis, persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan dan kelengkapan produk menjadi faktor kunci dalam mempertahankan pelanggan. Menurut (Liu & Lee, 2024), kepuasan ini tidak hanya dipicu oleh persepsi kualitas, tetapi juga oleh ekspektasi yang realistis dan pengalaman langsung saat berinteraksi dengan penyedia jasa atau produk. Oleh karena itu, perusahaan harus memahami dan terus meningkatkan aspek-aspek tersebut agar mampu memenuhi atau melampaui harapan pelanggan, sesuai dengan kerangka *Expectancy Disconfirmation Theory.*



Sumber: Data diolah oleh peneliti (2025)

Gambar 2.1

Model *Expectancy Disconfirmasi Theory*

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

Expectancy Disconfirmation Theory menjelaskan bahwa kualitas layanan merupakan elemen kunci yang memengaruhi evaluasi konsumen terhadap pengalaman mereka. Sebelum berinteraksi dengan penyedia layanan, konsumen datang dengan ekspektasi tertentu yang dibentuk oleh iklan, pengalaman sebelumnya, citra perusahaan, dan rekomendasi dari orang lain (Kotler & Keller, 2022). Ketika layanan yang diterima seperti keramahan, kecepatan, keakuratan informasi, daya tanggap, dan profesionalisme staf memenuhi atau melampaui ekspektasi tersebut, hal ini menghasilkan konfirmasi positif atau diskonfirmasi yang mendorong kepuasan (Zeithaml, et al., 2020). Sebaliknya, jika layanan yang ditawarkan tidak memenuhi ekspektasi, misalnya lambat, tidak komunikatif, atau tidak tepat, hal ini menghasilkan diskonfirmasi negatif yang menyebabkan ketidakpuasan (Oliver, 2015). Oleh karena itu, kualitas layanan dalam *Expectancy Disconfirmation Theory* dianggap sebagai elemen kinerja yang dirasakan yang berfungsi sebagai ukuran langsung terhadap harapan konsumen, sehingga hasil evaluasi ini menjadi penentu tingkat kepuasan atau kekecewaan mereka (Rahmawati dan Pratama, 2022).

Selain kualitas pelayanan, ketersediaan produk juga terkait erat dengan mekanisme evaluasi dalam teori *Expectancy Disconfirmation Theory*. Konsumen sering datang dengan ekspektasi bahwa produk yang mereka butuhkan tersedia dalam jumlah yang cukup, variasinya memadai, dan kondisinya baik. Jika produk yang diinginkan tersedia sepenuhnya, konsumen akan menilai kinerja pemasok memenuhi atau melampaui ekspektasi mereka, sehingga mengarah pada konfirmasi positif atau diskonfirmasi, yang berdampak pada kepuasan mereka (Putra dan Lestari, 2023). Namun, jika barang yang diinginkan tidak ada atau pilihan produk

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
Document Accepted 16/7/26
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

terbatas, konsumen mengalami diskonfirmasi negatif karena ekspektasi mereka tidak terpenuhi (Kotler dan Keller, 2022). Dalam teori *Expectancy Disconfirmation Theory*, ketersediaan produk juga dilihat sebagai komponen kinerja yang dirasakan yang digunakan konsumen untuk mengevaluasi kesepakatan antara ekspektasi awal dan pengalaman aktual mereka. Ketika kenyataan melebihi ekspektasi, maka kepuasan akan meningkat, tetapi ketika kenyataan jauh di bawah ekspektasi, hal itu menghasilkan ketidakpuasan (Oliver, 2015). Oleh karena itu, ketersediaan produk memainkan peran penting dalam menciptakan evaluasi positif terhadap penyedia layanan.

Teori ini juga menggambarkan bahwa kualitas layanan dan kelengkapan produk yang memadai merupakan dua faktor penting yang memengaruhi sejauh mana harapan konsumen dapat terpenuhi. Konsumen datang dengan harapan terkait keramahan, kecepatan, ketersediaan produk, variasi, dan kenyamanan, sehingga keduanya dinilai bersamaaan daalaam proses evaluasi. Oleh karena itu, Teori *Expectancy Disconfirmation Theory* mengusulkan kerangka kerja konseptual yang di dalamnya pengalaman pelanggan terkait kualitas layanan dan kelengkapan produk berperan langsung dalam menghasilkan kepuasan atau ketidakpuasan. Dengan demikian, teori ini relevan dan tepat untuk dijadikan dasar dalam menjelaskan hubungan antarvariabel yang diteliti, karena sesuai dengan fokus penelitian yang berfokus pada evaluasi harapan dan persepsi konsumen.

Berdasarkan penjelasan diatas, maka teori *Expectancy Disconfirmation Theory* dapat digunakan sebagai *grand theory* dalam penelitian ini karena teori ini erat dengan variabel kualitas layanan dan kelengkapan produk. Teori ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen muncul dari proses perbandingan antara

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

ekspektasi yang mereka miliki sebelum menerima layanan atau produk dengan pengalaman aktual mereka terhadap kinerja layanan atau produk tersebut. Jika kinerja layanan dan produk yang diberikan memenuhi atau melampaui ekspektasi, hal ini menghasilkan konfirmasi positif yang menghasilkan kepuasan. Sebaliknya, jika kinerja di bawah ekspektas, hal ini menghasilkan diskonfirmasi negatif yang menyebabkan ketidakpuasan.

2.2 Kepuasan Konsumen

2.2.1 Pegertian Kepuasan Konnsumen

Kepuasan konsumen merupakan konsep yang penting dalam memahami perilaku pembelian dan keberlangsungan bisnis. Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk atau layanan dengan harapan pelanggan (Kotler & Keller, 2021). Penilaian ini menjadi dasar dalam menentukan loyalitas dan niat pelanggan untuk melakukan pembelian ulang. Oleh karena itu, manajemen perusahaan harus mampu menciptakan pengalaman positif yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan agar tingkat kepuasan dapat tinggi.

Selain itu, pengukuran kepuasan konsumen sering dihubungkan dengan persepsi terhadap kualitas layanan dan produk yang diterima. Kualitas layanan berperan besar dalam membangun persepsi positif dan memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan secara langsung (Lin et al., 2022). Kualitas layanan yang dipersepsikan tinggi biasanya berkaitan dengan aspek-aspek seperti kecepatan, keramahan, keandalan, dan keamanan, yang semuanya harus mampu memenuhi harapan pelanggan (Zhao et al., 2022). Ketika harapan ini terpenuhi, pelanggan akan merasa puas. sebaliknya, ketidakpuasan akan muncul jika layanan tidak

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

memenuhi standar yang diharapkan.

Selanjutnya, aspek kelengkapan produk juga berperan penting dalam menentukan tingkat kepuasan konsumen. Keberagaman dan ketersediaan produk yang sesuai kebutuhan konsumen dapat meningkatkan pengalaman berbelanja dan rasa puas mereka terhadap toko (Zhang et al, 2023). Produk yang lengkap dan relevan membantu pelanggan dalam memenuhi kebutuhan mereka dengan lebih efisien, sehingga memperkuat loyalitas dan kepercayaan terhadap perusahaan (Azzahra et al., 2023). Dengan demikian, strategi penyediaan produk yang lengkap merupakan salah satu aspek kunci dalam meningkatkan kepuasan konsumen.

Selain persepsi terhadap kualitas dan kelengkapan produk, harapan pelanggan juga memegang peranan penting. Kepuasan muncul dari proses pencocokan antara harapan dan kenyataan yang dirasakan saat berinteraksi dengan produk atau layanan (Liu & Lee, 2024). Ketika pengalaman sesuai atau melebihi harapan, pelanggan merasa puas dan kemungkinan besar akan tetap menjadi pelanggan setia. Oleh karena itu, memahami dan mengelola harapan pelanggan menjadi hal yang esensial dalam meningkatkan tingkat kepuasan secara berkelanjutan.

Selain itu, teori *disconfirmation* juga banyak digunakan untuk menjelaskan proses ini. *Disconfirmation Theory* menyatakan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh tingkat ketidaksesuaian antara harapan dan pengalaman nyata (JoannaRosak, 2024). Jika pengalaman nyata melebihi harapan, akan terjadi konfirmasi positif dan meningkatkan kepuasan. Jika tidak, akan terjadi ketidakpuasan. Dengan demikian, menjaga konsistensi dalam memenuhi harapan pelanggan adalah strategi penting dalam membangun loyalitas dan keberhasilan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

jangka panjang.

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah:

a. Pelayanan produk yang baik dan sesuai dengan selera dan harapan pelanggan.
b. Harga merupakan komponen intrinsik suatu produk yang mencerminkan kualitasnya.
c. Promosi melibatkan penyampaian informasi tentang produk dan layanan perusahaan, yang bertujuan untuk membuat manfaatnya diketahui oleh pelanggan sasaran.
d. Lokasi adalah atribut suatu bisnis, termasuk di mana lokasinya dan di mana pelanggan berada.
e. Pelayanan yang diberikan karyawan sangat penting untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan.
f. Suasana memegang peranan penting, karena suatu perusahaan yang menciptakan kesan baik memberikan suatu bentuk kepuasan kepada pelanggan (Doni, 2017).

2.2.3 Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2021) indikator yang digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen dapat menggunakan:

a. Pembelian Kembali

   Merujuk pada proses pembelian kembali saat sebuah perusahaan meluncurkan produk yang baru serta memperbarui produk yang telah ada.

b. Kinerja produk

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

Kualitas produk berhubungan dengan sejauh mana hasilnya sesuai dengan ekspektasi. Ketika hasil tidak mencapai harapan, konsumen akan merasa kecewa. Namun, jika hasil tersebut sesuai dengan harapan, konsumen akan merasa puas.

c. Kebutuhan

Kebutuhan terjadi saat konsumen merasa puas ketika produk atau layanan dapat memenuhi kebutuhan, hasrat, atau tujuannya.

d. Harapan

Harapan merujuk pada seberapa besar suatu produk dianggap mampu memenuhi ekspektasi pembeli.

2.3 Kualitas Pelayanan

2.3.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Rahayu (2019) menyebutkan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu pengertian yang kompleks yang menyangkut tingkat kepuasan. Konsep kualitas layanan dianggap bernilai ketika tingkat layanan yang dirasakan melampaui yang diharapkan. Konsep kualitas pelayanan dikatakan memenuhi harapan apabila pelayanan yang dipersepsikan sama dengan yang diharapkan. Dengan kata lain, persepsi dikatakan gagal memenuhi harapan apabila layanan yang diharapkan lebih besar daripada layanan yang benar-benar dialami**.** Kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang sangat berpengaruh terhadap tingkat kepuasan pelanggan dalam berbagai sektor industri, khususnya dalam bidang jasa dan ritel.

Menurut Kotler dan Keller (2021), kualitas layanan didefinisikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan diberikan oleh penyedia layanan, yang berperan penting dalam membangun citra positif dan meningkatkan loyalitas

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

pelanggan. Dengan memenuhi standar dan harapan pelanggan secara konsisten, perusahaan dapat memperbaiki persepsi mereka terhadap kualitas layanan yang diberikan. Menurut Anggoman (2020) kualitas pelayanan adalah derajat keunggulan yang diinginkan serta pengelolaan tingkat keunggulan tersebut agar dapat memenuhi harapan pelanggan**.**

Selain itu, aspek-aspek seperti kecepatan layanan, keramahan staf, dan ketepatan dalam memenuhi kebutuhan pelanggan sangat berpengaruh terhadap persepsi pelayanan. Jika layanan yang diberikan sesuai atau bahkan melampaui harapan pelanggan, maka tingkat kepuasan mereka cenderung meningkat. Sebaliknya, ketidaksesuaian atau ketidakpuasan terhadap aspek layanan dapat menurunkan loyalitas dan kepuasan pelanggan secara signifikan. Lebih dari itu, kemampuan perusahaan dalam menanggapi kebutuhan pelanggan secara efektif dan efisien menjadi indikator penting dari kualitas layanan yang diberikan.

Selain aspek operasional, kualitas pelayanan juga meliputi pengalaman pelanggan dan interaksi interpersonal yang menyenangkan. Jika pelanggan merasa mendapatkan pelayanan yang memuaskan dalam semua aspek tersebut, maka hubungan pelanggan dengan perusahaan akan semakin kuat dan berkelanjutan (Irawan Candra et al., 2025). Oleh karena itu, perusahaan harus mampu memahami dan meningkatkan kualitas layanan secara berkelanjutan agar tetap kompetitif dan mampu memenuhi harapan pelanggan yang terus berkembang.

Dari beberapa pendapat yang telah dijelaskan di atas, dapat disimpulkan bahwa mutu pelayanan adalah penilaian umum atau sikap terkait dengan seberapa baik layanan yang diberikan sesuai dengan harapan konsumen.

2.3.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
Document Accepted 16/7/26
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

Sugiarto (2022) Menyajikan beberapa elemen yang mempengaruhi kualitas layanan, antara lain:

a. Memusatkan perhatian konsumen.

   Hal ini dicapai dengan mendengarkan konsumen secara cermat, menanggapi diskusi mereka, dan mengutamakan kepentingan mereka.

b. Memberikan layanan yang efisien.

   Yaitu ketika pelayanan dilaksanakan secara tuntas dan tanpa penundaan, memanfaatkan waktu secara tepat.

c. Memperkuat harga diri klien.

   Untuk meningkatkan harga diri pelanggan, kita dapat mengakui kehadiran mereka, memuji mereka dengan tulus, dan menunjukkan penghargaan.

d. Menjalin hubungan dengan pelanggan.

   Membangun hubungan berarti memelihara hubungan positif dengan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan mendengarkan apa yang dikatakan pelanggan dan kemudian menunjukkan simpati kepada mereka.

e. Memberikan penjelasan dan informasi.

   Ini melibatkan penyampaian informasi secara tepat dan benar kepada pelanggan.

f. Mengidentifikasi harapan pelanggan.

   Hal ini dapat dilakukan dengan bertanya kepada pelanggan apa yang mereka inginkan dan menangkap inti dari apa yang mereka katakan.

g. Menjelaskan layanan yang ditawarkan oleh perusahaan.

2.3.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2019), terdapat lima unsur penting yang memungkinkan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
Document Accepted 16/7/26
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

kualitas suatu pelayanan dapat dinilai:

a. *Tangibles* bukti nyata atau fisik adalah kemampuan suatu bisnis untuk menunjukkan keberadaannya kepada pihak eksternal. Artinya, penampilan serta sarana fisik dan keadaan lingkungan sekitar perusahaan merupakan bukti konkret atas jasa yang diberikan.
b. *Reliability* keandalan mengacu pada kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan secara akurat dan andal, sesuai dengan komitmen yang dibuat.
c. *Responsiveness* daya tanggap merupakan kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, serta menyampaikan informasi secara jelas.
d. *Assurance* atau jaminan dan kepastian ialah pengetahuan, kesopanan dan keterampilan karyawan perusahaan yang membantu dalam membangun iklim kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Ini mencakup berbagai elemen seperti komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan tata krama.
e. *Empathy* empati adalah tentang memberikan perhatian yang tulus dan pribadi kepada pelanggan, berusaha memahami keinginan mereka. Misalnya, perusahaan harus menyadari harapan spesifik pelanggan, baik mengenai karakteristik fisik produk atau layanan, hingga distribusi yang memadai.

2.4 Kelengkapan Produk

2.4.1 Pengertian Kelengkapan Produk

Kelengkapan produk merupakan faktor penting yang mempengaruhi

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

keputusan pembelian konsumen. Produk yang lengkap dan variatif mampu memenuhi kebutuhan beragam pelanggan, sehingga meningkatkan kepuasan dan loyalitas mereka. Menurut (Ramadani nurul, 2023), keberagaman produk yang ditawarkan di toko dapat memperkuat persepsi positif terhadap kualitas toko tersebut dan berdampak langsung pada peningkatan kepuasan pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa variasi produk yang cukup lengkap dapat menarik perhatian konsumen dan meningkatkan peluang pembelian.

Selain itu, keberagaman produk harus mencakup kedalaman, keluasan, serta kualitas penawaran yang relevan dengan kebutuhan pasar. (Buhari Taufiq A, 2023) menegaskan bahwa keberagaman barang yang disediakan harus tersedia secara konsisten dan mudah diakses oleh pelanggan di toko, sehingga mengurangi risiko ketidakpuasan akibat ketidaktersediaan produk yang diinginkan. Menurutnya, kelengkapan produk ini berperan penting dalam mengurangi ketidaknyamanan pelanggan saat berbelanja.

Dalam konteks pemasaran, kelengkapan produk yang optimal dapat memperkuat citra perusahaan dan diferensiasi dari pesaing. Bahtiar (2023) menambahkan bahwa perusahaan yang menawarkan ragam produk lengkap mampu meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat posisi kompetitifnya. Produk lengkap dan relevan akan mendorong pelanggan melakukan pembelian ulang, sekaligus meningkatkan pendapatan perusahaan secara berkelanjutan.

Secara keseluruhan, kelengkapan produk yang relevan dan variatif merupakan faktor kunci dalam strategi pemasaran modern. Pengelolaan produk yang baik tidak hanya memenuhi kebutuhan pelanggan, tetapi juga mampu meningkatkan kepuasan dan memperkuat posisi kompetitif perusahaan di pasar

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
Document Accepted 16/7/26
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

yang semakin kompetitif.

2.4.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi kelengkapan produk

Menurut Kotler & Keller (2021) Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kelengkapan produk sebagai berikut:

a. *Veriety* (variasi)

Ragam produk yang ditawarkan dapat memengaruhi pilihan konsumen saat memilih toko atau department stor

b. *Width* (lebar)

Ketersediaan produk yang menyertai item utama yang ditawarkan

c. *Depth* (Panjang)

Ini mengacu pada berbagai jenis dan karakteristik suatu produk

2.4.3 Indikator Kelengkapan Produk

Menurut Kotler dan Keller (2021) mengemukakan beberapa indikator mengenai kelengkapan produk, diantaranya:

a. Merek produk

Ini adalah berbagai merek berbagai produk di pasaran. Merek dagang mencakup nama, desain, atau karakteristik yang dihasilkan dari kombinasi semua elemen yang membedakannya dari produk lain yang ditawarkan pesaing.

b. Variasi produk

Mengacu pada jumlah kategori barang berbeda yang disediakan perusahaan kepada pelanggan. Keragaman produk dianggap sebagai persembahan yang sesuai yang memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen.

c. Ukuran produk atau keberagaman

Sekumpulan kriteria mutu baku dalam kategori toko dengan jangkauan yang

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
Document Accepted 16/7/26
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

luas dapat digambarkan memiliki keragaman yang baik.

d. Kualitas produk

Merupakan suatu standar umum di bidang barang, yang menyangkut pengemasan, pelabelan, daya tahan suatu produk, serta garansi dan bagaimana produk tersebut dapat memberikan manfaat.

2.5 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian sebelumnya yang menjadi upaya para peneliti bisa menemukan perbandingan dan kemudian menemukan inspirasi baru. Disamping itu perbandingan penelitian yang dilakukan dengan penelitian yang telah ada bermanfaat untuk memudahkan peneliti dalam menyusun langkah untuk penyusunan penelitian dan menemukan keilmuan yang telah dikemukakan orang lain (Hanun et al., 2022). Berikut tabel yang menampilkan penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul penelitian dan menjadi referensi untuk peneliti dalam melakukan penelitian:

Tabel 2.1
Penelitian terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
1	(Apriyani et al., 2024)	*The Influence of Product Completeness and Service Quality on Customer Satisfaction at Arista Mart 2 Semarang*	Kelengkapan Produk (X1) Kualitas Pelayanan (X2) Kepuasan Konsumen (Y)	Kelengkapan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen, Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2	Lustono, (2022)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Ahass Shinta	Kualitas Pelayanan (X1) Fasilitas (X2) Kelengkapan Produk (X3) Kepuasan Konsumen (Y)	Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen., Fasilitas tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen, Kelengkapan produk tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
---
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 16/7/26

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
		Motor Banjarnegara		
3	(Priani Putri, 2024)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Apotekku di Tabanan	Kualitas Pelayanan (X1) Persepsi Harga (X2) Kelengkapan Produk (X3) Kepuasan Konsumen (Y)	Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Persepsi Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Kelengkapan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen
4	(Mariansyah, 2020)	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu	Kualitas Produk (X1) Kualitas Pelayanan (X2) Harga (X3) Kepuasan Konsumen (Y)	Kualitas Produk tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
5	Farida et al., (2021)	Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja Di Toko Kautsar Lowayu Dukun Gresik	Harga (X1) Kelengkapan Produk (X2) Kualitas Pelayanan (X3) Kepuasan Konsumen (Y)	Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen, Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumn
6	(Anhar et al., 2023)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada MBC Swalayan	Kualitas Pelayanan (X1) Kelengkapan Produk (X2) Keputusan Pembelian (Y)	Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Kelengkapan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian
7	Zendrato et al., (2024)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Swalayan Maju Bersama Cabang Krakatau	Kualitas Pelayanan (X1) Kelengkapan Produk (X2) Kepuasan Konsumen (Y)	Kualitas pelayanan tidak secara parsial tetapi signifikan secara simultan Kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Secara simultan bersama-sama kualitas pelayanan dan kelengkkapan produk berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen
8	(Jannah et al., 2024)	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Loyalitas	Kualitas Pelayanan Kualitas Produk Harga Kepuasan Konsumen	Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Pelanggan. Kualitas Produk tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen maupun

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 16/7/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

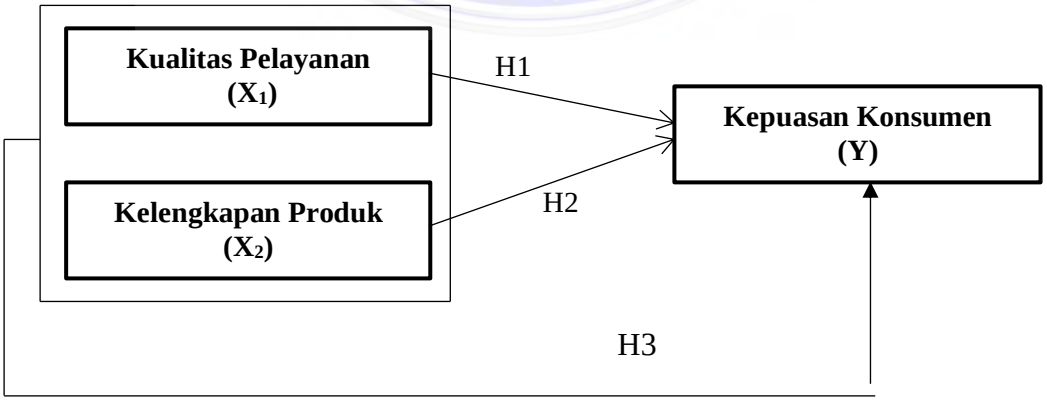
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

No	Nama Peneliti	Judul	Variabel	Hasil Penelitian
		Pelanggan "Ada Swalayan" Siliwangi Semarang Melalui Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening	Loyalitas Pelanggan	Loyalitas Pelanggan. Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen maupun Loyalitas Pelanggan. Kepuasan Konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Kepuasan Konsumen hanya memediasi pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.

Sumber : Hasil Pengolahan Data (2025)

2.6 Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual adalah susunan struktur logis yang didefinisikan untuk menjelaskan variabel yang diteliti. Dimana, kerangka ini dirumuskan untuk menjelaskan konstruksi aliran logika yang sistematis untuk menyelidiki, atau menelaah subjek penelitian dari segi fakta empiris. Merujuk pada definisi tersebut, maka kerangka konseptual berguna sebagai pedoman untuk merumuskan hipotesis penelitian (Solimun, 2018). Adapun kerangka konseptual dalam penelitian ini, peneliti menggunakan kualitas pelayanan dan kelengkapan produk sebagai variabel independen, sedangkan untuk variabel dependen peneliti memakai kepuasan konsumen ini, yang dapat dijabarkan adalah sebagai berikut:



Gambar 2.2
Kerangka Konseptual

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

2.7 Hubungan antar variabel

2.7.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas pelayanan, yang mencakup aspek bukti fisik *(tangibles)*, keandalan *(reliability)*, daya tanggap *(responsiveness)*, jaminan *(assurance)*, dan empati *(empathy)*, merupakan faktor kunci dalam membentuk persepsi konsumen. Ketika layanan yang diterima sesuai atau bahkan melebihi harapan, konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, pelayanan yang buruk akan menimbulkan kekecewaan. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Apriyani et al. 2024) dan Siarmasa et al. (2023) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, dapat diduga bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh Metro Pasar Swalayan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumennya.

2.7.2 Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Ketersediaan variasi produk, termasuk merek, jenis, dan ukuran, memudahkan konsumen untuk menemukan barang yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka. Konsumen merasa lebih puas saat mereka dapat memenuhi semua keperluan belanja di satu lokasi tanpa perlu berpindah ke toko lain. Penelitian oleh Gebrinan (2023) dan (Zendrato et al. 2024) mendukung temuan ini, dengan menyatakan bahwa kelengkapan produk memiliki dampak yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan demikian, dapat diasumsikan bahwa semakin lengkap rangkaian produk yang ditawarkan oleh Metro Pasar Swalayan, maka tingkat kepuasan konsumen juga akan meningkat.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

2.7.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Dalam konteks ritel, seperti supermarket, konsumen tidak hanya berfokus pada satu aspek, tetapi mengevaluasi pengalaman berbelanja mereka secara keseluruhan. Pelayanan yang ramah dan cepat akan terasa kurang memuaskan jika produk yang diinginkan tidak tersedia. Sebaliknya, beragamnya pilihan produk tidak akan memberikan kepuasan optimal jika disertai dengan pelayanan yang buruk. Menggabungkan kualitas layanan dengan ketersediaan produk yang baik dianggap sebagai cara untuk memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan, yang berdampak kuat pada kepuasan konsumen. Sebuah studi oleh (Apriyani et al. 2024) juga menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kelengkapan produk secara simultan dan signifikan memengaruhi kepuasan konsumen.

2.8 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, yang mana rumusan masalah tersebut dinyatakan dalam bentuk pertanyaan (Solimun, 2018). Penyusunan hipotesis dirancang bedasarkan pada beberapa kajian teori dan hasil penelitian terdahulu. Maka yang menjadi hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Pada Metro Swalayan Dr Mansyur Medan.
2. H2: Kelengkapan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Pada Metro Swalayan Dr Mansyur Medan.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

3. H3: Kualitas Pelayanan dan kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Pada Metro Swalayan Dr Mansyur Medan.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif mengaharuskan peneliti untuk menjelaskan bagaimana variabel mempengaruhi variabel yang lain, penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang menghubungkan dua variabel atau lebih (Sugiyono, 2023). Adapun variabel yang dihubungkan dalam penelitian ini Adalah Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen

3.2 Tempat dan Waktu Penelitian

3.2.1 Tempat Penelitian

Penelitian dilakukan di Metro Pasar Swalayan di Jln Dr Mansyur No.82, Merdeka, Kec Medan Selayang, Kota Medan, Sumatra Utara 20153

3.3.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini direncanakan akan dilaksanakan pada bulan Maret 2025 sampai februari 2026. Berikut tabel rincian estimasi waktu penelitian:

Tabel 3.1
Waktu Penelitian

No	Kegiatan	2025-2026									
		Mar	Apr	Mei	Agust	Sept	Okt	Nov	Des	Jan	Maret
1	Pengajuan Judul	■									
2	Penyusunan Proposal		■	■	■	■					
3	Seminar Proposal						■				
4	Penelitian							■			
5	Seminar Hasil								■		
6	Revisi Seminar									■	
7	Sidang Meja Hijau										■

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

Document Accepted 16/7/26
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

3.3 Batasan Operasional

Dalam Penelitian ini, menurut Sugiyono (2019) variabel yang diteliti dibagi menjadi dua kelompok besar, yaitu variabel bebas *(independent variable)* dan variabel terikat *(dependent variable).* Defenisi untuk masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

1. Variabel Bebas *(Independent Variable)*

   Variabel ini adalah variabel yang dapat mempengaruhi perubahan dalam variabel *dependent* dan mempunyai hubungan yang positif ataupun yang negatf bagi variabel *dependent* nantinya. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas adalah

   a. Kualitas Pelayayan (X_1)

   b. Kelengkapan Produk (X_2)

2. Variabel Terikat *(Dependent Variable)*

   Variabel ini adalah variabel yang menjadi perhatian utama dalam sebuah pengamatan (Sugiyono, 2019). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah Kepuasan Konsumen (Y).

3.4 Operasionalisasi Variabel

Operasionalisasi variable bertujuan untuk menilai sejauh mana variable dalam satu faktor berhubungan dengan variable pada faktor lain. Defenisi variable mengarahkan dan membimbing peneliti tentang cara mengukur suatu variable. Berikut ini adalah operasionalisasi variabel untuk masing-masing variabel dalam penelitian ini:

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

Tabel 3.2
Tabel Operasionalisasi Variabel

No.	Variabel	Definisi Variabel	Indikator	Skala ukur
1.	Kepuasan Konsumen(Y)	Kepuasan konsumen merupakan konsep yang penting dalam memahami perilaku pembelian dan keberlangsungan bisnis. Kepuasan konsumen didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja produk atau layanan dengan harapan pelanggan. Menurut Kotler (2021)	1. Pembelian kembali 2. Kinerja produk 3. Kebutuhan 4. Harapan Kotler (2021)	Likert
2.	Kualitas Pelayanan (X1)	Kualitas pelayanan diartikan sebagai upaya pemuasan kebutuhan pelanggan dengan memperhati kan keinginannya, serta ketepatan dalam cara pemberian pelayanan tersebut agar tercapai harapan dan kepuasan konsumen. Tjiptono (2019)	1. *Tangibles* (bukti fisik) 2. *Reliability (*keandalan) 3. *Responsivensess* (daya tangggap) 4. *Assurance* (jaminan) 5. *Empathy* (empati) Tjiptono (2019)	Likert
3.	Kelengkapan Produk (X2)	Kelengkapan produk mengacu pada ketersediaan semua kategori produk yang ditawarkan untuk kepemilikan, penggunaan, atau konsumsi oleh pelanggan, dan yang diproduksi oleh produsen. Kotler dan Keller (2021)	1. Merek produk 2. Variasi produk 3. Ukuran produk atau keberagaman 4. Kualitas produk Kotler dan Keller (2021)	Likert

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

3.5 Skala Pengukuran Variabel

Menurut Sugiyono (2019) Penelitian ini menggunakan skala likert, skala yang memiliki satuan nominal dan ordinal serta menangkap informasi tentang perbedaan kuantitas suatu konsep dari satu pengamatan ke pengamatan berikutnya. Seperti halnya ukuran ordinal, ukuran likert mengurutkan orang atau objek pada likert atau jarak yang sama. Skala yang di terapkan pada data yang dapat dirangking

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
---
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 16/7/26

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

dan dengan peringkat tersebut kita bias mengetahui perbedaan di antara peringkat-peringkat tersebut dan kita bias menghitung besarnya perbedaan itu. Namun harus diperhatikan bahwa dalam skala ini perbandingan rasio yang ada tidak diperhitungkan. Skala likert yang digunakan didalam penelitian ini adalah bersifat *favorable* dimana:

Tabel 3.3
Instrumen Skala likert

No.	Jawaban	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

3.6 Populasi dan Sampel Penelitian

3.6.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2019) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya sehingga mendapatkan informasi yang sangat bagus. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang berbelanja minimal satu kali berbelanja pada pasar metro swalayan Dr Mansyur medan.

3.6.2 Sampel Penelitian

Dalam penelitian ini, sampel digunakan sebagai representasi dari populasi. Menurut Sugiyono (2019), sampel adalah sebagian dari jumlah populasi dan karakteristiknya, sehingga peneliti dapat mendapatkan gambaran tentang populasi tanpa memeriksa semua anggotanya. Jumlah unit sampel ditunjukkan dengan notasi

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
Document Accepted 16/7/26
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

n. Karena populasi penelitian ini tidak diketahui secara pasti, rumus Lemeshow, metode standar dalam penelitian kuantitatif, digunakan untuk menentukan ukuran sampel yang representatif. Rumus ini memperhitungkan tingkat kepercayaan dan margin kesalahan agar sampel yang diambil dapat secara akurat mewakili populasi

Keterangan:

n = Jumlah Sampel

Z = Skor 2 pada kepercayaan 95%= 1,96

p = Maksimal estimasi = 0,5

d = alpha (0,10) atau sampling error = 10%

maka:

z = 95% =1,96

p = 0,5

d =10% $= \frac{10}{100} = 0{,}1$

maka perhitungan rumusnya adalah:

$$n = \frac{Z^2_{1-\frac{\alpha}{2}}\, P(1-P)}{d^2}$$

$$n = \frac{1{,}96^2 x\ 0{,}5(1-0{,}5)}{0{,}1^2}$$

$$n = \frac{3{,}8416\ x\ 0{,}5\ (0{,}5)}{0{,}02}$$

$$n = \frac{00{,}9604}{0{,}01} = 96{,}04 = 96 \text{ (dibulatkan)}$$

Maka total jumlah sampel yang di dapat adalah 96,04 dibulatkan menjadi 96 responden

Maka, total peserta yang dijadikan sampel dalam penelitian ini berjumlah 96 orang, dengan tingkat kesalahan sebesar 10%. Metode pengambilan sampel yang

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

digunakan adalah *non-probability sampling*, yang artinya tidak memberi kesempatan yang sama bagi setiap individu dalam populasi untuk terpilih sebagai sampel. Penentuan sampel dalam penelitian ini adalah dengan metode *purposive sampling*. Sementara metode pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* yang dimana *purposive sampling* adalah metode pemilihan sampel berdasarkan kriteria tertentu yang ditentukan oleh peneliti, Adapun kriteria sebagai berikut.

1. Berusia 18-50 Tahun
2. Pernah berlanja di Metro Pasar Swalayan
3. Wanita/Pria

Pendekatan ini diadopsi karena memungkinkan peneliti untuk secara sengaja memilih responden yang relevan dan paling sesuai dengan tujuan penelitian. Metode ini dianggap tepat karena keterbatasan akses terhadap keseluruhan populasi, namun tetap memungkinkan peneliti untuk memperoleh sampel representatif yang memenuhi kriteria yang dibutuhkan. Untuk menjangkau responden yang yang talah trpilih, kuesioner akan disebarkan secara digital menggunakan Google Form , yang dapat diakses melalui tautan (*link*) mauoun dengan memindai kode QR (*barcode)* yang disediakan oleh peneliti.

3.7 Jenis dan Sumber Data

3.7.1 Jenis Data

Menurut Sugiyono (2019), berdasarkan pengelompokannya, data dapat dikelompokkan menjadi data primer dan data sekunder.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

3.7.2 Sumber Data

Menurut Sugiyono (2019), Sumber data mengacu pada informasi mentah atau pengamatan yang dikumpulkan sebagai informasi. Data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder dengan penjelasan sebagai berikut

a. Data Primer

Data primer adalah informasi yang diperoleh langsung oleh peneliti dari sumber asal, yakni objek atau responden yang diteliti, untuk memenuhi tujuan penelitian secara spesifik. Dalam penelitian ini, pengumpulan data primer dilakukan dengan dua metode utama, yaitu kuesioner dan observasi. Kuesioner dimanfaatkan untuk menggali informasi langsung dari responden terkait perilaku, pandangan, atau pengalaman yang berkaitan dengan penelitian. Di sisi lain, observasi dilakukan untuk melihat secara langsung kondisi atau fenomena yang terjadi di lapangan, sehingga data yang diperoleh menjadi lebih tepat dan relevan.

b. Data Sekunder

Data Sekunder adalah informasi yang didapat dari sumber-sumber yang sudah ada sebelumnya dan tidak dikumpulkan secara langsung oleh peneliti. Data ini berfungsi sebagai dukungan dan pelengkap dalam penelitian, memberikan landasan teori serta konteks yang lebih luas. Dalam penelitian ini, data sekunder diambil dari berbagai sumber yang dipercaya seperti situs resmi. Artikel ilmiah, jurnal akademik, dan buku refrensi yang relevan dengan topik yang diteliti.Penggunaan data sekunder ini berperan dalam memperkuat analisis dan mendukung keabsahan hasi penelitian.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
Document Accepted 16/7/26
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

3.8 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah:

3.8.1 Kuesioner

Kuesioner adalah cara pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden tentang variabel-variabel dalam penelitian. Metode ini digunakan untuk menyingkap identitas penelitian dan untuk mengungkap variabel-variabel dalam penelitian guna mendapatkan informasi spesifik dan melibatkan pengelolaan data dimana pengumpulan data menggunakan alat berupa kuesioner. Metode pengumpulan data dengan kuesioner atau angket memilki kelebihan yaitu mudah dikelola, data yang diperoleh dapat dipercaya, serta penetapan kode, analisis, dan interpretasi data relatif sederhana. Sedangkan kekurangan dari teknik ini adalah responden mungkin tidak mampu atau tidak bersedia memberikan informasi yang diharapkan dan penyusunan pertanyaan agar mudah dipahami merupakan hal yang tidak mudah**.**

3.9 Uji Instrumen Penelitian

3.9.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menilai sejauh mana keabsahan atau keakuratan dari pertanyaan dalam kuesioner. Sebuah kuesioner dianggap valid bila pertanyaannya dapat menggambarkan sesuatu yang ingin diukur dan dianalisis. Uji signifikansi dilakukan dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel sesuai dengan derajat kebebasan (df) = n-2, di mana n adalah jumlah sampel. Jika nilai r hitung melebihi r tabel dan bersifat positif, maka item pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2018). Tingkat validitas diperoleh melalui tabel Pearson Correlation. Pengujian validitas akan dilakukan dengan

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

menggunakan program SPSS, dengan kriteria sebagai berikut:

4. Jika r ≥ 0.361, maka butir instrumen tersebut dinyatakan valid.
5. Jika r < 0.361, maka butir instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

Hasil dari uji validitas ini akan digunakan untuk melihat seberapa jauh kesesuaian alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya pada sebuah objek penelitian yang dapat dilihat berdasarkan $\mathbf{r_{hitung} > r_{tabel}}$. Sehingga, pada uji validitas ini, peneliti melakukan penyebaran kuesioner kepada 30 konsumen yang bukan termasuk sampel penelitian yaitu konsumen yang pernah mengunjungi Metro pasar swalayan Dr Mansyur.

Tabel 3.4
Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Pertanyaan	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
X1.1	0.780	0.361	Valid
X1.2	0.772	0.361	Valid
X1.3	0.856	0.361	Valid
X1.4	0.899	0.361	Valid
X1.5	0.768	0.361	Valid
X1.6	0.928	0.361	Valid
X1.7	0.710	0.361	Valid
X1.8	0.785	0.361	Valid
X1.9	0.767	0.361	Valid
X1.10	0.767	0.361	Valid

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

Tabel 3.5
Uji Validitas Kelengkapan Produk

Pertanyaan	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
X2.1	0.667	0.361	Valid
X2.2	0.804	0.361	Valid
X2.3	0.829	0.361	Valid
X2.4	0.924	0.361	Valid
X2.5	0.835	0.361	Valid
X2.6	0.850	0.361	Valid
X2.7	0.875	0.361	Valid
X2.8	0.868	0.361	Valid

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

Tabel 3.6
Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Pertanyaan	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Y1.1	0.594	0.361	Valid
Y1.2	0.785	0.361	Valid
Y1.3	0.952	0.361	Valid
Y1.4	0.785	0.361	Valid
Y1.5	0.812	0.361	Valid
Y1.6	0.837	0.361	Valid
Y1.7	0.758	0.361	Valid
Y1.8	0.900	0.361	Valid

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil uji validitas yang dipaparkan tabel di atas, terlihat bahwa seluruh item pernyataan memiliki nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361), sehingga dapat disimpulkan bahwa semua butir pernyataan tersebut adalah valid dan layak untuk digunakan sebagai instrumen pada penelitian ini.

3.9.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghozali (2018) Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Bila suatu alat pengukur dipakai dua kali untuk mengukur gejala yang sama dan hasil pengukuran yang diperoleh relatif konsisten, maka alat pengukur tersebut reliabel. Reliabilitas menunjukkan akurasi dan konsistensi dari pengukurannya. Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa butir pertanyaan disebut reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan bersifat konsisten dari waktu ke waktu.

Penelitian ini menggunakan *one shot* dimana kuesioner diberikan hanya sekali saja kepada responden dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

untuk mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Pengukuran reliabilitasnya menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* suatu konstruk dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

Tabel 3.7
Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.936 > 0,6	Reliabel
Kelengkapan Produk (X2)	0.929 > 0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0.918 > 0,6	Reliabel

Sumber: Data diolah oleh Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang dipaparkan Tabel 3.5 di atas, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1), Kelengkapan Produk (X2) dan Kepuasan Konsumen (Y) dinyatakan "Reliabel" karena nilai *Cronbach's Alpha* > 0,6. Maka dapat disimpulkan bahwa tiap-tiap pernyataan pada kuesioner layak dan reliabel untuk dipergunakan sebagai instrumen pada penelitian ini.

3.10 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini adalah Analisis Regresi Linear Berganda.

3.10.1 Analisis Deskriptif

Metode analisis data yang digunakan kuantitatif yang merupakan data berupa angka-angka. Proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang mudah dibaca dan diinterpresentasikan. Prosedur pengolahan data dalam penelitian ini akan dimulai dengan memilah data ke dalam variabel-variabel yang digunakan pada penelitian ini. Dari hasil operasionalisasi variabel yang akan diuji, nilai variabel tersebut akan dimasukkan dalam uji SPSS (*statistical program for social science*).

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

3.10.2 Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2019), regresi linear berganda ditujukan untuk menentukan hubungan linear antar beberapa variable bebas yang biasa disebut X1,X2, dan seterusnya dengan variabel terikat yang disebut Y. hubungan fungsional antara variabel terikat dan variabel bebas di buat sebagai berikut:

$$\mathbf{Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e}$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Konsumen

β_0 = Konstanta

β_1 = Koefisien Regresi Variabel X_1

X_1 = Kualitas Pelayanan

β_2 = Koefisien Regresi Variabel X_2

X_2 = Kelengkapan Produk

ε = standar *error*

Analisis regresi linear berganda memerlukan pengujian secara serempak dengan menggunakan F hitung. Signifikansi ditentukan dengan membandingkan F hitung dengan F tabel atau melihat signifikansi pada output SPSS. Dalam analisis regresi linear berganda memerlukan pengujian asumsi klasik untuk mengetahui apakah hasil estimasi regresi yang dilakukan benar-benar bebas dari adanya gejala heterokedastisitas, gejala multikolinearitas, gejala autokorelasi.

3.11 Uji Asumsi Klasik

Menurut Sugiyono (2019), pengujian asumsi klasik dilaksanakan dalam analisis regresi linear berganda untuk memastikan bahwa data yang dipakai memenuhi syarat analisis regresi. Tujuan pengujian asumsi klasik adalah agar model regresi yang dihasilkan dapat dipakai untuk membuat estimasi dan prediksi yang akurat. Pengujian asumsi klasik yang dilakukan dalam studi ini mencakup uji

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
Document Accepted 16/7/26
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

normalitas, uji heteroskedastisitas, dan uji multikolinearitas.

3.11.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk menilai apakah Variabel Dependen dan residual dalam model regresi berdistribusi normal. Pengujian ini sangat penting karena model regresi yang efektif memerlukan agar residual berdistribusi secara normal. Metode yang dipakai untuk menguji normalitas dalam kajian ini adalah:

a. Uji Kolmogorov-Smirnov, yaitu dengan membandingkan nilai signifikansi (Asymp. Sig.) dengan alpha (0,05). Jika nilai Asymp. Sig. > 0,05, maka data berdistribusi normal.
b. Normal P-Plot, yaitu dengan melihat apakah titik-titik data menyebar di sekitar garis diagonal atau mengikuti garis tersebut.

3.11.2 Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengidentifikasi apakah terdapat hubungan yang kuat antara variabel-variabel independen dalam suatu model regresi. Sebuah model regresi yang berkualitas harus bebas dari multikolinearitas. Tanda-tanda adanya multikolinearitas dapat diperoleh dari:

a. Nilai Variance Inflation Factor (VIF): Jika VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinearitas
b. Nilai Tolerance: Jika nilai tolerance > 0,10, maka tidak ada multikolinearitas.

.3.11.3 Uji Heroskedastisitas

Pengujian heteroskedastitas digunakan untuk mengetahui ketidaksamaan varian selisih satu pengamatan ke pengamatan lainnya pada model regresi (Ghozalı, 2018). Model regresi yang baik adalah tidak adanya terjadinya heteroskedastitas.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

Pengujian ini dapat di deteksi dengan melihat ada tidaknya pola pada grafik *scatterplot* antara nilai prediksi variabel terikat yaitu ZPRED dengan residualnya SPRESID dimana sumbu Y adalah Y yang telah dipredksi dan sumbu X adalah residual yang telah di studentized. Analisis uji heteroskedastisitas menurut Ghozali (2018).

Jika terdapat pola titik-titik membentuk pola yang teratur (gelombang, melebar dan menyempit), maka membuktikan telah terjadi heteroskedastisitas Jika tidak pola titik-titik meyebar di atas dan bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedistitas.

Pengujian heteroskedastitas dalam penelitian ini mamakai Uji Glejser dengan melihat nilai signifikan (Sig) mengunakan SPSS Apabila Sig < 0,05 maka terjadi heteroskedastitas tetapi nilai Sig 0,05 maka tidak terjadinya heteroskedastisitas (Ghozali, 2018). Uji Glejser dilakukan dengan meregresikan absolut residual (AbsUt) sebagai variabel sedangkan variabel independen tetap. Pengujian dengan Uji Glejser pada model regresi yang tidak terjadi heteroskedatisitas harus memenuhi syarat sebagai berikut:

1. Nilai sig atau signifikansı < 0,05 telah terjadi heterokedastisitas
2. Nilai sig atau signifikansi > 0,05 tidak terjadi heterokedastisitas (Ghozali 2018).

3.12 Uji Hipotesis

3.12.1 Uji Signifikasi Parsial (Uji-t)

Menurut Ghozali (2018), uji T dilakukan untuk mengetahui seberapa besar dampak setiap variabel independent terhadap variabel dependen secara terpisah. Penelitian ini bertujuan untuk menilai apakah masing-masing variabel bebas memiliki

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

dampak yang signifikan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X1), kelengkapan produk (X2) secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen. Penelitian ini dilakukan dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,5. Dengan bentuk pengujian sebagai berikut:

1. $H_0 : \beta_i = 0$, artinya variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.
2. $H_1 : \beta_i \neq 0$, artinya variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Untuk menguji hipotesis ini dilakukan dengan cara membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} dengan ketentuan sebagai berikut:

H_0 diterima, jika $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ atau sig t $\geq \alpha$ (0,05)

H_1 diterima, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau sig t $< \alpha$ (0,05)

3.12.2 Uji Serentak (Uji F)

Menurut Ghozali (2018) Pengujian F statistik merupakan pengujian regresi secara keseluruhan yang menunjukkan apakah variabel bebas secara keseluruhan mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat.

Hipotesis:

1. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = 0$, artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel-variabel independen secara serempak terhadap variabel dependennya.
2. H_1 : minimal $\beta_1 \neq 0$, artinya terdapat pengaruh signifikan dari variabel-variabel independen secara serempak terhadap variabel dependennya.

Pada uji ini dilakukan uji satu sisi dengan tingkat signifikan sebesar 5% untuk mendapatkan nilai F_{tabel}, sedangkan untuk menarik kesimpulan dari persamaan yang didapat digunakan pedoman sebagai berikut:

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

H_0 diterima, jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$ atau sig F ≥ α (0,05)

H_1 diterima, jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau sig F < α (0,05)

3.12.3 Uji Koefisien Determinasi (R2)

Ghozali (2018), menyatakan bahwa koefisien determinasi (R^2) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi (R^2) adalah 0 (nol) dan 1 (satu). Dari sini dapat diketahui seberapa besar variabel dependen akan mampu dijelaskan oleh variabel independennya, sedangkan sisanya akan dijelaskan oleh sebab-sebab lain diluar model. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 16/7/26

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian dan pembahasan mengenai, **Pengaruh kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen studi kasus pada Metro Pasar Swalayan Dr Mansyur Medan** maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda dan uji parsial (uji t) dengan nilai t-hitung 5,086 > t-tabel 1,986 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 maka H1 diterima yang menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Metro Pasar Swalayan.
2. Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda dan uji parsial (uji t) dengan nilai t-hitung 6,109 > t-tabel 1,986 dan nilai sig 0,000 < 0,05 maka H2 diterima yang menyatakan bahwa kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Metro Pasar Swalayan.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, hasil uji F diperoleh sebesar bahwa F-hitung 69,725 > F-tabel 3,09 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 maka H3 diterima yangg menyatakan bahwa secara simultan kedua variabel pengaruh kualitas pelayanan dan kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Metro Pasar Swalayan Dr. Mansyur Medan.

Document Accepted 16/7/26
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dan kesimpulan yang telah dirangkum, maka peneliti memiliki beberapa saran untuk dapat digunakan guna membangun perusahaan, akademis, dan peneliti lainnya maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut:

1. Pada variabel kualitas pelayanan dengan nilai *mean* terendah terdapat pada pernyataan *"Saya menilai penampilan karyawan selalu profesional"* dengan nilai *mean* sebesar 4,11. Meskipun termasuk dalam kategori baik, hasil ini menunjukkan bahwa aspek penampilan karyawan masih perlu ditingkatkan agar lebih konsisten dan sesuai dengan standar profesionalisme yang diharapkan konsumen. Oleh karena itu, Metro Pasar Swalayan mempertegas standar kerapian, kebersihan, serta kelengkapan atribut kerja karyawan. Peningkatan pada aspek ini diharapkan dapat memperkuat citra perusahaan dan semakin meningkatkan persepsi kualitas pelayanan di mata konsumen.
2. Selanjutnya, Variabel Kelengkapan Produk, indikator dengan nilai *mean* terendah terdapat pada pernyataan *"Saya menilai merek produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan saya"* dengan nilai *mean* sebesar 4,15. Meskipun termasuk kategori baik, hal ini menunjukkan bahwa variasi merek masih dapat ditingkatkan agar lebih sesuai dengan preferensi konsumen. Oleh karena itu, Metro Swalayan disarankan untuk menambah dan menyesuaikan pilihan merek produk sesuai kebutuhan pasar guna meningkatkan kepuasan konsumen secara optimal.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

3. Selanjutnya, indikator dengan nilai *mean* terendah pada variabel kepuasan konsumen terdapat pada pernyataan *"Saya menilai Metro Swalayan sebagai pilihan utama dalam membeli produk"* dengan nilai *mean* sebesar 4,15. Meskipun tergolong baik, hal ini menunjukkan bahwa belum seluruh konsumen menjadikan Metro Swalayan sebagai pilihan utama dalam berbelanja. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk memperkuat strategi promosi, meningkatkan kualitas pelayanan secara konsisten, serta menghadirkan program loyalitas konsumen agar dapat meningkatkan preferensi konsumen dan memperkuat posisi sebagai pilihan utama.
4. Bagi perusahaan, Metro Swalayan disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan dan kelengkapan produk secara konsisten guna mempertahankan kepuasan konsumen. Perusahaan perlu memperbaiki aspek yang masih memiliki nilai relatif lebih rendah, seperti profesionalisme penampilan karyawan dan kesesuaian variasi merek produk dengan kebutuhan konsumen. Selain itu, evaluasi berkala terhadap pelayanan, penambahan variasi merek yang diminati, serta inovasi program promosi dan loyalitas pelanggan perlu dilakukan agar daya saing perusahaan semakin kuat dan loyalitas konsumen dapat meningkat secara berkelanjutan.
5. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk mengembangkan penelitian dengan menambahkan variabel lain seperti harga, promosi, atau kualitas produk agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen.

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

DAFTAR PUSTAKA

Ahyani, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumenpada Dapuruma Di Masjid Raya Bintaro Jaya Tangerang Selatan. *SCIENTIFIC JOURNAL OF REFLECTION : Economic, Accounting, Management and Business*, *5*(3), 694–701. https://doi.org/10.37481/sjr.v5i3.523

Anggoman, T., Mafaza, I., Wafid, S. C., Hidayat, R. T. N., & Maddinsyah, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada PT Alumunium Baja Lestari di Cibitung Bekasi. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, *2*(3), 350–358. https://doi.org/10.3249/j.perkusi/.v2i3.23900

Anhar, A. Z., Suharto, S., & Febriyanto, F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mbc Swalayan. *SIMPLEX: Journal of Economic Management*, *4*(2), 229–248. https://doi.org/10.24127/simplex.v4i2.5005

Apriyani, S., Dwi Nurdiyanto, A., Ristanto, H., Kelengkapan, P., Dan, P., Pelayanan, K., Kepuasan, T., Di, P., Mart, A., & Abstrak, S. (2024). Juli Jurnal Ilmiah Bisnis. In *Manajemen dan Akuntansi* (Vol. 3, Issue 1). Juli. http://jibaku.unw.ac.id

Asifa, F., & Yani, M. (2024). Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Skincare Skintific Pada Toko Velasaa Beauty House Di Sampit. *E-Jurnal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan)*, *9*(2), 147–156.

Azzahra, S. F., Ramadani, L., & Rahmad, B. (2023). *Integrating System Quality, Information Quality, and Service Quality for Evaluating IS Quality* (pp. 217–229). https://doi.org/10.2991/978-94-6463-340-5_19

Buhari Taufiq A, M. I. S. (2023). Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Minat Beli Konsumen. In *Journal of Economic and Islamic Research* (Vol. 1, Issue 2). Juni.

Candra Irawan, I., Wabiser, K., Program,), Manajemen, S., Sekolah, R., Ilmu, T., Pelita, E., & Nabire, H. (2025). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Toko Ritel Modern di Nabire Dimediasi Kepuasan Pelanggan. *JURNAL MANEKSI*, *14*(1), 74–83.

Chang, T. Y., & Lin, Y. C. (2022). The Effects of Atmosphere on Perceived Values and Customer Satisfaction toward the Theme Hotel: The Moderating Role of Green Practice Perception. *Sustainability (Switzerland)*, *14*(15). https://doi.org/10.3390/su14159153

Doni Juni Priansa, Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer, Bandung: Alfabeta, 2017

Document Accepted 16/7/26

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

Efendi Bahtiar, S. A. N. E. C. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Bengkel Saesa Motor Kalibenda Banjarnegara. *Urnal Akuntansi, Manajemen & Perbankan Syariah*, *3*(1), 32–39.

Elshaer, I. A., Azazz, A. M. S., Fayyad, S., Aljoghaiman, A., Fathy, E. A., & Fouad, A. M. (2025). From Asymmetry to Satisfaction: The Dynamic Role of Perceived Value and Trust to Boost Customer Satisfaction in the Tourism Industry. *Tourism and Hospitality*, *6*(2), 68. https://doi.org/10.3390/tourhosp6020068

Exreana, M., Lucky, K., Tamengkel, F., Program, A. Y. P., Administrasi, S., Jurusan, B., & Administrasi, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Benteng Resort Batu Putih. In *Productivity* (Vol. 2, Issue 6).

Farida, N., Aji, S., & Musthofa, A. J. (2022). Pengaruh Harga, Kelengkapan produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dalam berbelanja di toko Kautsar, Lowayu, Gresik. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Kreatif*, *7*(01), 63-80.

Firdaus, H., Nurhidayah, & Novianto, A. (2022). Pengaruh Lokasi, Brand Image, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen NIKIKOPI (Studi Kasus Pada Konsumen NIKIKOPI Kab. Sampang). Riset, Jurnal Prodi, Manajemen Fakultas, Manajemen Unisma, Bisnis, 13(01), 830–840.

Gebrinan, D. (2023). PENGARUH HARGA DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SWALAYAN LILAWANGSA MART DI LHOKSEUMAWE. *NEGOTIUM: Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, *6*(1), 122–140.

Ghozali. (2018). APLIKASI ANALISIS MULTIVARIATE (IX). Diponogoro.

Gustomo, R. P., & Wahyuni, D. U. (2022). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Panji Sport Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, *11*(10), 1–20.

Jannah, K. M., Febrilia, I., & Rahmi. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Loyalitas Konsumen LRT Jabodebek melalui Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Cendekia Ilmiah*, *3*(5), 1054–1069.

JoannaRosak. (2024). *Quality Management, Value Creation, and the Digital Economy*. https://www.routledge.com/The-Routledge

Kotler, & Keller. (2021). Intisari Manajemen Pemasaran (A. Pramesta (ed.)). Penerbit Andi.

Liu, L., & Lee, S. H. (2024). Do People Really Care if it's Phygital Retail? Exploring the Relationship Between Customer Experiences and Customer Behaviors. *Asia Marketing Journal*, *26*(3), 186–200. https://doi.org/10.53728/2765-6500.1637

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 16/7/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

Lustono, S. A. (2022). *MEDIKONIS: Jurnal Media Komunikasi dan Bisnis https://tambara.e-journal.id/medikonis/index PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA AHASS SHINTA MOTOR BANJARNEGARA* (Vol. 13, Issue 2). https://tambara.e-journal.id/medikonis/index

Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen cafe kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen*, *3*(2), 134-146.

Mutia, A., Rahma, S., Gustina, C., & Islam Negeri Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (2024). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KELENGKAPAN PRODUK DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN*.

Nasrul Efendi, Tya Wildana Hapsari Lubis, & Sugianta Ovinus Ginting. (2023). Pengaruh Citra Merek, Promosi, Kualitas Pelayan Dan Store Atmosphere Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi*, *28*(2), 197–215. https://doi.org/10.24912/je.v28i2.1626

Nofitasari, V., Sutarjo, A., & Sunreni, ; (2023). The Influenche Of Product Completeness, Price, Sales Promotion, Direct and Digital Marketing On Purchase Intenation (Case Study On Hoki Store Consumens). *JM*, *5*(3), 150–161.

Oliver, R. L. (2015). *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer* (2nd ed.). Routledge.

Pertiwi, Elsa. Lintang. (2017). Pengaruh kualitas produk kelengkapan produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen toko roti Yulia Bakery Kota Kediri. vol, 1, 1-16.

Priani Putri, A. (2024). THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY AND PRODUCT COMPLETENESS ON CUSTOMER SATISFACTION (A STUDY AT SEHAT FARMA PHARMACY, SUNGAI LULUT). *SERVQUAL: Jurnal Ilmu Manajemen*, *1*(2), 2024. https://ejournal.anugerahdutaperdana.com/index.php/adp

Prihatma Tugi Gugup, A. S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Tambahan Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Jasa Kapal Penyebrangan PT. Trisakti Lautan Mas di Bakauheni. *Jurnal Manajemen*, *10*(2), 15–36.

Putra, I. G., & Lestari, N. (2023). *Kelengkapan produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen pada ritel modern*. Jurnal Ilmu Manajemen, 9(1), 55–65.

Rahayu, F. I., Noor, M., & Amini, M. J. (2023). Inovasi Mal Pelayanan Publik Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik Di Kota Samarinda. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, *11*(1), 18-25.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 16/7/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

Rahmawati, D., & Pratama, A. (2022). *Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha ritel*. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia, 14(2), 101–110**.**

Ramadani nurul. (2023). *PENGARUH HARGA, PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN BELANJA DI ROTI'O KOTA PALOPOP*.

Rolansya, R., Anggriani, I., & Hidayah, N. R. (2023). The Influence Of Product Completeness And Price On The Purchasing Decisions Of Motorcycle Spare Parts At Nica Motor Kepahiang. *Jurnal Fokus Manajemen*, *3*(2), 97–108. https://doi.org/10.37676/jfm.v3i2.4573

Romansyah Sahabudin, Muhammad Irsyad, Zulfajry Al Syafaat, Nova Anggreani, & Miftahul Iman. (2023). Pengaruh Faktor Harga, Lokasi Serta Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen Membeli Perumahan di Citraland Celebes. *SATESI: Jurnal Sains Teknologi Dan Sistem Informasi*, *3*(2), 79–82. https://doi.org/10.54259/satesi.v3i2.2162

Siarmasa, A., Tjokro, C. I., Ronald, S., Saleky, J., Gomies, S., Nahuway, F., Administrasi, J., Politeknik, N., & Ambon, N. (2023). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DAN LOYALITAS PELANGGAN. *JURNAL ADMINISTRASI TERAPAN*, *2*(2).

Situmorang, R. P. (2018). Analisis potensi lokal untuk mengembangkan bahan ajar Biologi di SMA negeri 2 wonosari. *Jurnal Pendidikan Sains (JPS)*, *4*(1), 51-57.

Solihin, D., Oktavianti, F., & Manik, C. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Lala Studio & Salon Ciseeng Bogor. *Jurnal ARASTIRMA Universitas Pamulang*, *4*(Agustus), 567–577.

Solimun, A., & Fernandes, A. A. R. (2018). Metodologi penelitian kuantitatif perspektif sistem (mengungkap *novelty* dan memenuhi validitas penelitian)(Cetakan pertama ed.). *Malang: UB Press Publishing*.

Sugiyono. (2019). METODE PENELITIAN KUANTITATIF KUALITATIF DAN R&D. Alfabeta.

Susanto, H. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TOKO FOTO COPY DWIYAN DI SAMPIT. *Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan)*, *6*(2), 58–67.

Tjiptono. (2019). Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan Edisi 1. Yogyakarta

Waruwu, H., Gea, N., Mendrofa, R., Murni Pasti Berkat Waruwu, H., Elhan Gea, N., Natalia Mendrofa, R., Manajemen, J., & Ekonomi, F. (2022). THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION ON UD. WERY BAKERY MIGA CITY GUNUNGSITOLI. *Jurnal EMBA*, *10*(1), 1542–1548.

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 16/7/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

Wijaya, H. (2023). *Penerapan Lean Service Dalam Meningkatkan Tingkat Kepuasan Konsumen Di PT Honda KJM (Cabang Ahmad Yani)*. *2*.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2020). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (8th ed.). McGraw-Hill.

Zendrato, M., Dewi, A. F., & Potensi Utama Medan, U. (2024). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KELENGKAPAN PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA SWALAYAN MAJU BERSAMA CABANG KRAKATAU. *Jurnal Widya*, *volume 5*(2), 508–521. https://jurnal.amikwidyaloka.ac.id/index.php/awl

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 16/7/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

LAMPIRAN

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Dengan Hormat,

Saya Raja Oloan Pasaribu mahasiswa dari program sarjana manajemen Universitas Medan Area. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk Menyusun skripsi dengan judul **‘’Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Studi Kasus Pada Metro Pasar Swalayan Dr Mansyur Medan’’.** Sehubungan dengan hal tersebut. Saya memohon kesediaannya kepada saudara dapat memberikan waktu luang dalam mengisi kusioner dengan keadaan sebenarnya dan sesuai pengalaman pribadi. Atas partisipasi dan waktu yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.
Identitas Responden

I. Identitas Responden

Nama:
Jenis Kelamin:
a. Pria
b. Wanita
Umur:
a. 18-25 Tahun
c. 26-35 Tahun
d. 36-45 Tahun
e. >46 Tahun

Apakah anda pernah berbelanja ke Metro Pasar Swalayan Dr Mansyur?
a. Belum Pernah
b. 1-2 Kali
c. > 3

II. Petunjuk Pengisian

Terima kasih atas partisipasi saudara dalam mengisi kuesioner ini. Penelitian ini menginginkan pendapat Anda tentang “pengaruh kualitas pelayanan, kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen studi kasus pada metro pasar swalayan Dr Mansyur Medan”. Berilah tanda (√) *check list* sesuai dengan pilihan jawaban pendapat Anda di kolom isian yang tersedia.

Adapun makna kodenya adalah:
SS : Sangat Setuju
S : Setuju
KS : Kurang Setuju
TS : Tidak Setuju
STS : Sangat Tidak Setuju
Dengan penilaian:
SS : 5
S : 4
KS : 3

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

TS : 2
STS : 1

5	4	3	2	1
Sangat setuju	setuju	Kurang setuju	Tidak setuju	Sangat tidak setuju

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

No	PERNYATAAN KUALITAS PELAYANAN (X1)	Penilaian				
	***Tangibles* (Bukti Fisik)**	**5**	**4**	**3**	**2**	**1**
1.	Saya melihat fasilitas fisik metro pasar swalayan dalam kondisi bersih terawat.					
2.	Saya menilai penampilan karyawan selalu profesional.					
	***Reliability* (Keandalan)**					
1.	Saya merasa petugas selalu memberikan pelayanan sesuai dengan janji yang telah dibuat.					
2.	Saya menilai pelayanan yang saya terima konsisten.					
	***Responsiveness*(Daya Tanggap)**					
1.	Saya merasa karyawan cepat tanggap ketika saya membutuhkan bantuan.					
2.	Saya merasa keluhan yang saya sampaikan langsung ditindaklanjuti oleh metro swalayan					
	***Assurance* (Jaminan)**					
1	Saya menilai karyawan selalu bersikap sopan professional saat melayani saya					
2	Saya percaya karyawan memiliki kemampuan yang baik dalam memberikan pelayanan					
	***Empathy* (Empati)**					
1	Saya menilai karyawan memahami kebutuhan saya secara pribadi					
2	Saya merasa karyawan memperlakukan saya dengan ramah penuh kesabaran					
No	**PERNYATAAN KELENGKAPAN PRODUK (X2)**	**Penilaian**				
	Merek Produk	**5**	**4**	**3**	**2**	**1**
1.	Saya merasa metro sswalayan menyediakan berbagai pilihan merek produk.					
2.	Saya menilai merek produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan saya.					
	Variasi Produk					

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 16/7/26

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

1.	Saya merasa metro swalayan menawarkan produk dengan variasi yang beragam.					
2.	Saya menilai variasi produk yang tersedia memudahkan saya menemukan produk sesuai selera.					
	Ukuran Produk atau Keberagaman					
1.	Saya merasa ketersediaan berbagai ukuran produk meningkatkan kepuasan saya berbelanja.					
2.	Saya merasa ukuran produk yang ditawarkan cukup lengkap.					
	Kualitas Produk					
1.	Saya merasa produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik.					
2.	Saya merasa kualitas produk yang ditawarkan memenuhi harapan saya.					
No	**PERNYATAAN KEPUASAN KONSUMEN (Y)**	**Penilaian**				
	Pembelian Kembali	**5**	**4**	**3**	**2**	**1**
1.	Saya berniat membeli kembali produk ini di masa mendatang.					
2.	Saya menilai metro swalayan ini sebagai pilihan utama dalam membeli produk.					
	Kinerja Produk					
1.	Saya merasa produk ini dapat diandalkan dalam memenuhi kebutuhan saya.					
2.	Saya menilai daya tahan produk ini sesuai dengan yang saya harapkan.					
	Kebutuhan					
1.	Saya merasa produk ini mampu memenuhi kebutuhan saya.					
2.	Saya merasa puas karena produk ini bermanfaat sesuai dengan kebutuhan saya.					
	Harapan					

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 16/7/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

1.	Saya menilai pelayanan metro swalayan sesuai dengan ekspektasi saya.					
2.	Saya merasa produk ini sesuai dengan harapan saya sebelum membeli.					

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 16/7/26

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

Lampiran 2: Jawaban Responden

Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan dari 96 responden

No	Kualitas Pelayanan (X1)									
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10
1	3	4	4	5	4	2	5	4	5	2
2	4	4	4	3	4	2	4	5	4	4
3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
4	5	2	4	4	3	5	4	4	4	4
5	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4
6	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4
7	4	4	2	3	4	4	3	4	3	4
8	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4
9	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5
12	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
13	5	3	4	5	4	1	4	4	3	5
14	1	4	3	4	5	4	5	4	5	5
15	4	3	4	2	1	3	4	4	3	2
16	4	4	4	3	4	4	3	4	2	4
17	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5
18	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5
20	2	4	3	1	5	3	4	4	5	3
21	5	5	3	4	5	4	5	4	5	4
22	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4
23	1	3	5	5	4	4	5	5	5	5
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	4	3	5	3	2	5	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	4	3	2	3	4	4	4	4	3
31	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5
32	5	3	4	3	3	4	3	4	3	3
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	5	5	1	5	5	5	4	5	5
35	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
36	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	5	4	2	3	3	2	2	2

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
Document Accepted 16/7/26
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

No	Kualitas Pelayanan (X1)									
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10
38	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	5	2	4	3	5	2	3	5	4	2
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4
43	5	5	5	5	4	4	5	1	3	5
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	4	3	4	5	1	4	3	4	4	3
46	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
47	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
48	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	2	3	4	4	5	1	4	5	4	5
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
52	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5
53	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3
54	3	4	4	4	5	5	5	5	4	5
55	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	4	4	3	4	4	5	5	4	3	4
58	4	4	3	3	4	4	4	5	2	4
59	4	5	3	5	1	5	4	4	2	4
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5
63	4	4	2	4	3	4	3	4	3	4
64	4	5	3	4	4	4	5	3	2	4
65	4	4	3	3	2	3	3	4	4	5
66	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5
67	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4
68	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4
69	4	4	5	4	3	4	5	4	4	3
70	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
71	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5
72	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4
73	4	3	2	4	4	3	1	2	1	1
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	5	2	3	4	2	4	4	5	4	4
76	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5
77	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5
78	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5
79	4	4	5	3	5	4	5	5	5	5

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 16/7/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

No	Kualitas Pelayanan (X1)									
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10
80	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
81	4	4	5	1	4	4	4	4	4	5
82	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
83	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4
84	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3
85	5	4	4	3	3	4	5	4	4	5
86	4	5	1	4	2	4	4	3	4	4
87	1	3	4	3	4	3	4	5	2	4
88	5	4	5	4	4	5	4	4	3	3
89	2	3	4	2	4	4	3	4	5	3
90	5	4	3	2	1	1	2	4	5	3
91	5	4	3	3	4	4	3	5	4	3
92	2	3	5	3	2	4	3	4	3	4
93	1	5	3	5	4	5	5	4	5	3
94	2	3	4	2	4	4	2	4	4	2
95	3	3	3	3	4	3	1	3	4	3
96	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4

Jawaban variabel kelengkapn produk dari 96 responden

No	Kelengkapan Produk (X2)							
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
1	3	3	3	3	3	3	4	4
2	5	4	4	5	4	4	3	4
3	4	3	2	4	4	4	4	5
4	5	5	4	5	5	4	4	4
5	4	5	4	5	4	4	4	4
6	1	4	3	3	2	3	3	4
7	4	4	3	4	4	4	4	4
8	4	4	4	4	5	5	5	5
9	4	4	4	4	3	5	5	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4
11	4	4	4	5	5	4	5	4
12	4	5	4	5	4	5	4	5
13	5	4	5	2	3	3	5	2
14	5	4	4	5	4	4	5	5
15	4	4	4	3	4	3	4	4
16	1	2	3	3	3	3	2	2
17	5	5	5	5	4	5	4	4
18	4	4	3	4	4	4	4	4
19	4	5	4	4	5	5	4	5

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
---
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

No	Kelengkapan Produk (X2)							
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
20	3	4	2	4	3	4	3	4
21	5	5	5	4	5	5	5	5
22	5	4	4	4	4	5	4	4
23	5	5	5	5	5	5	5	5
24	4	3	4	4	4	4	4	4
25	4	4	2	4	3	4	4	4
26	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	4	5	5	5	5	5	5
28	4	4	4	4	4	4	4	4
29	5	5	2	4	5	5	5	5
30	4	4	4	5	4	3	4	4
31	4	3	4	3	4	5	5	4
32	3	3	4	3	4	4	4	4
33	4	4	4	4	3	4	4	4
34	5	5	5	4	4	3	5	4
35	4	3	3	4	2	4	3	4
36	5	4	4	4	4	4	3	4
37	5	4	4	4	4	4	4	3
38	5	5	5	5	5	4	4	5
39	4	4	4	4	4	4	4	4
40	4	3	5	2	3	5	4	5
41	4	3	4	4	4	4	4	4
42	2	4	4	4	4	2	3	4
43	5	5	5	1	5	5	5	5
44	4	4	4	4	4	4	4	5
45	4	3	3	5	3	4	3	4
46	4	5	4	4	5	5	2	4
47	4	4	4	3	4	4	4	5
48	5	5	5	5	5	5	5	5
49	4	4	4	4	4	4	4	4
50	2	4	4	4	5	3	2	4
51	4	4	4	4	4	1	4	4
52	4	4	4	4	4	4	3	3
53	1	4	2	4	3	4	4	4
54	3	3	4	4	4	4	4	4
55	5	5	5	4	5	4	4	4
56	4	4	4	4	4	4	4	4
57	5	3	4	4	4	3	5	4
58	3	5	5	5	5	4	4	4
59	5	4	5	4	5	5	5	5
60	4	4	4	4	4	4	4	4
61	4	4	4	4	4	4	4	4

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 16/7/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

No	Kelengkapan Produk (X2)							
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
62	4	4	1	1	5	1	5	4
63	4	3	3	4	4	4	4	5
64	5	4	3	4	4	3	3	2
65	4	4	3	4	1	3	3	4
66	5	4	5	4	5	4	5	5
67	4	5	5	4	5	4	5	4
68	5	4	4	5	5	4	5	5
69	4	3	3	4	5	4	4	4
70	4	1	4	2	4	4	4	4
71	4	5	5	4	5	5	4	4
72	5	4	4	4	5	5	4	4
73	4	5	5	5	4	4	4	4
74	4	4	4	4	4	4	4	4
75	4	3	4	4	4	4	4	4
76	4	5	4	4	5	4	4	5
77	4	5	4	4	4	5	5	4
78	4	4	4	1	4	5	5	4
79	5	1	5	5	5	5	5	5
80	4	4	4	4	4	3	4	4
81	1	4	4	5	4	4	4	5
82	4	3	4	4	4	4	5	3
83	3	3	4	4	4	2	3	2
84	4	3	4	3	4	1	3	3
85	4	4	5	5	5	5	5	5
86	3	2	3	3	2	1	3	4
87	2	3	2	4	4	4	4	2
88	4	3	4	3	5	3	3	5
89	3	2	4	3	5	2	5	3
90	5	1	3	2	4	4	2	4
91	4	5	3	4	3	4	5	3
92	2	3	4	3	4	2	4	4
93	5	3	5	2	4	3	4	5
94	2	3	1	4	4	4	4	3
95	3	4	3	4	1	3	4	4
96	5	4	5	5	5	5	4	4

Jawaban variabel kepuasan konsumen dari 96 responden

No	Kepuasan Konsumen (Y)							
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
1	2	4	3	4	4	4	5	5

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 16/7/26

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

No	Kepuasan Konsumen (Y)							
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
2	4	4	5	4	5	4	4	4
3	4	2	5	5	4	4	5	4
4	5	5	2	4	5	4	4	5
5	5	4	4	2	4	5	4	5
6	4	3	4	3	3	3	3	3
7	4	4	4	3	2	4	4	4
8	5	4	3	5	5	2	5	5
9	3	3	4	4	4	4	4	3
10	4	4	4	1	4	4	2	4
11	5	5	4	4	4	5	5	2
12	5	4	5	4	5	4	5	4
13	5	2	4	1	3	4	5	5
14	5	4	5	4	4	4	4	5
15	1	2	3	3	3	4	4	4
16	3	4	4	4	3	4	4	3
17	4	4	5	5	5	4	4	4
18	5	5	5	5	4	4	4	4
19	5	5	4	4	4	5	5	5
20	2	1	5	2	4	4	3	4
21	5	5	4	5	5	5	5	5
22	5	4	5	5	4	4	5	5
23	5	5	5	5	5	5	5	5
24	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	4	4	4	4
27	2	5	4	5	4	5	5	5
28	4	4	4	4	4	4	4	4
29	5	5	5	5	5	5	5	5
30	5	4	4	3	4	4	4	5
31	4	5	5	4	4	4	4	4
32	4	3	4	4	4	4	3	4
33	4	4	4	4	3	4	4	4
34	5	4	5	4	4	4	5	5
35	4	4	3	4	4	4	4	4
36	4	4	2	4	4	4	4	4
37	4	4	3	3	4	4	3	4
38	5	5	5	5	5	5	5	5
39	4	4	4	4	4	4	4	4
40	5	5	3	5	5	5	4	5
41	4	3	4	4	3	5	4	4
42	5	2	4	4	4	4	4	4
43	3	1	3	5	4	4	3	5

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 16/7/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

No	Kepuasan Konsumen (Y)							
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8
44	5	3	4	4	4	4	4	4
45	4	4	3	4	2	3	1	4
46	4	4	3	4	4	4	4	4
47	5	5	4	3	4	5	4	4
48	5	5	5	5	5	5	5	5
49	4	4	3	4	4	4	4	4
50	1	3	3	5	4	4	5	5
51	4	3	4	4	4	4	4	4
52	5	4	4	4	4	4	4	3
53	4	3	4	3	4	4	4	4
54	3	2	4	3	4	4	4	4
55	5	5	4	4	5	4	4	5
56	4	3	4	4	3	4	4	4
57	4	3	4	3	5	4	4	3
58	4	2	4	4	5	5	4	4
59	4	3	4	4	2	4	4	4
60	4	5	4	4	5	4	4	4
61	4	4	4	3	4	4	4	4
62	4	5	5	4	5	4	5	4
63	5	4	4	5	5	5	4	5
64	3	5	1	5	4	4	4	5
65	4	4	4	4	2	3	3	1
66	4	5	4	4	5	5	5	4
67	5	4	5	4	5	5	4	5
68	5	4	3	5	4	5	4	4
69	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4	4
71	5	5	4	4	5	4	4	4
72	4	5	5	4	4	4	4	5
73	4	1	4	5	5	4	4	4
74	4	4	4	4	4	4	4	4
75	5	4	4	4	4	4	4	4
76	5	4	5	4	4	5	4	5
77	4	4	5	4	5	5	5	4
78	4	5	5	4	5	4	4	5
79	5	5	5	5	5	5	5	5
80	3	4	3	4	4	4	4	3
81	4	4	4	4	5	5	4	4
82	3	4	2	4	5	3	4	3
83	4	4	3	5	2	1	4	4
84	3	3	4	4	4	3	4	4
85	4	4	4	4	4	5	5	4

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 16/7/26

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

No	Kepuasan Konsumen (Y)							
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8
86	1	2	3	3	4	3	2	3
87	1	2	4	4	1	5	4	3
88	4	4	5	3	4	3	3	5
89	1	2	4	3	1	4	3	2
90	5	2	4	2	4	3	5	1
91	3	3	5	3	5	4	3	4
92	2	4	4	4	4	5	3	3
93	2	4	3	4	4	5	1	4
94	2	3	4	3	2	3	4	4
95	3	3	4	4	4	1	2	5
96	5	4	4	5	5	5	4	4

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
---
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

Lampiran 3: Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

Pertanyaan	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
X1.1	0.780	0.361	Valid
X1.2	0.772	0.361	Valid
X1.3	0.856	0.361	Valid
X1.4	0.899	0.361	Valid
X1.5	0.768	0.361	Valid
X1.6	0.928	0.361	Valid
X1.7	0.710	0.361	Valid
X1.8	0.785	0.361	Valid
X1.9	0.767	0.361	Valid
X1.10	0.767	0.361	Valid

Uji Validitas Kelengkapan Produk (X2)

Pertanyaan	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
X2.1	0.667	0.361	Valid
X2.2	0.804	0.361	Valid
X2.3	0.829	0.361	Valid
X2.4	0.924	0.361	Valid
X2.5	0.835	0.361	Valid
X2.6	0.850	0.361	Valid
X2.7	0.875	0.361	Valid
X2.8	0.868	0.361	Valid

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

Uji Validitas Kepuasan Konsumen (Y)

Pertanyaan	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
Y1.1	0.594	0.361	Valid
Y1.2	0.785	0.361	Valid
Y1.3	0.952	0.361	Valid
Y1.4	0.785	0.361	Valid
Y1.5	0.812	0.361	Valid
Y1.6	0.837	0.361	Valid
Y1.7	0.758	0.361	Valid
Y1.8	0.900	0.361	Valid

Uji Reliabilitas

Variabel	*Cronbach's Alpha*	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0.936 > 0,6	Reliabel
Kelengkapan Produk (X2)	0.929 > 0,6	Reliabel
Kepuasan Konsumen (Y)	0.918 > 0,6	Reliabel

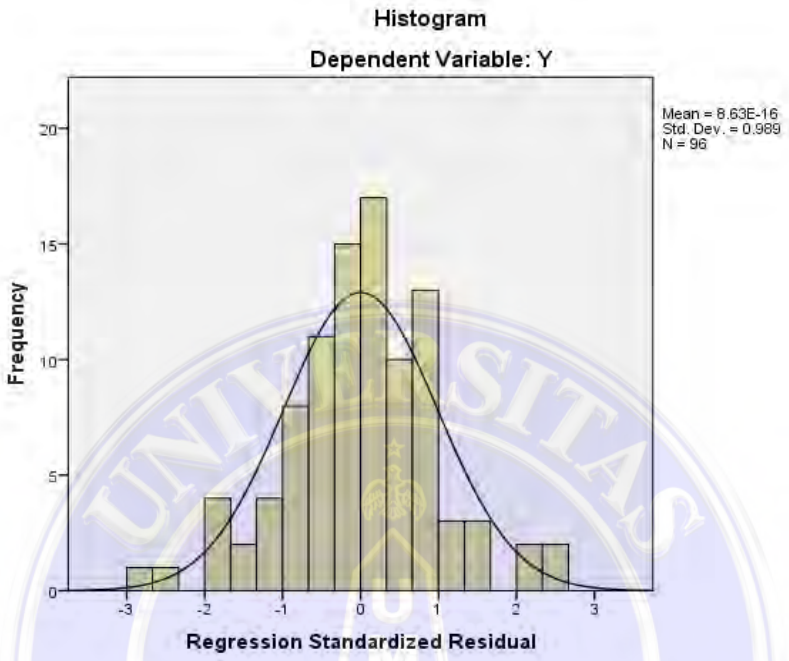
UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

Lampiran 4: Hasil Olahan Data SPSS

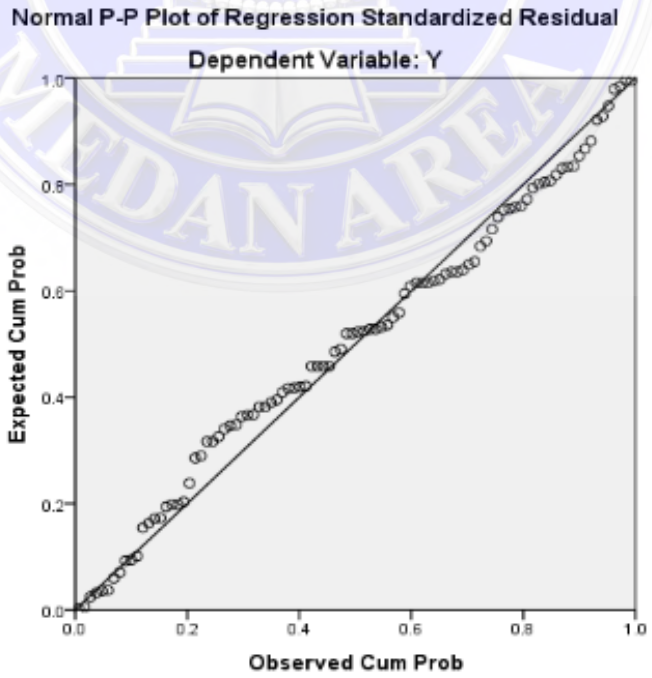
1. Uji Asumsi Klasik

A. Uji Normalitas

a. Pendekatan Histogram



b. Pendekatan Grafik *Normal P-P Plot*



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
---
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 16/7/26

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

c. Pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.66147313
Most Extreme Differences	Absolute	.086
	Positive	.062
	Negative	-.086
Test Statistic		.086
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]		.078[c]

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

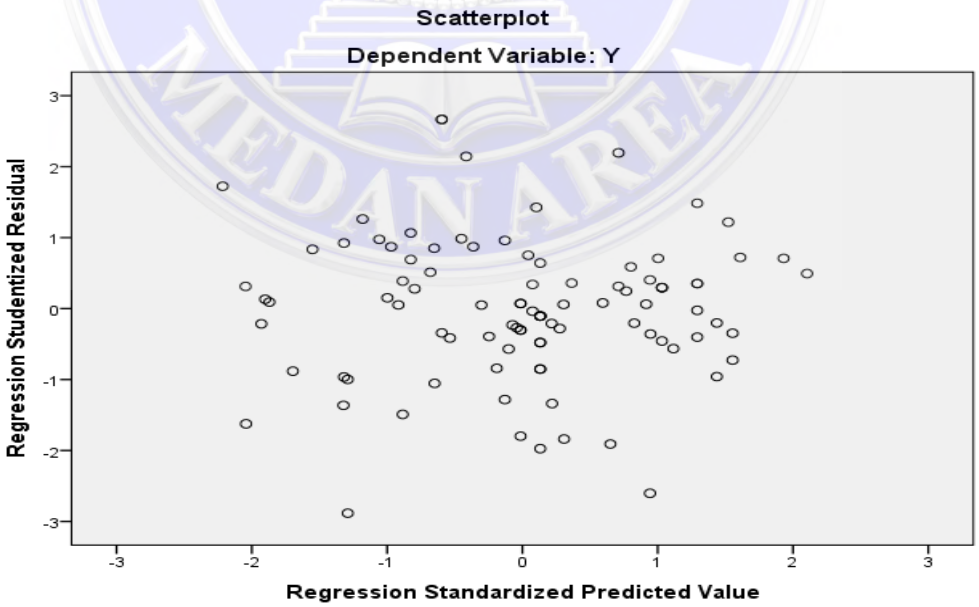
B. Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.009	2.604		.772	.442		
	X1	.379	.075	.399	5.086	.000	.698	1.433
	X2	.472	.077	.480	6.109	.000	.698	1.433

a. Dependent Variable: Y

C. Uji Hetroskedastisitas



UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

2. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.009	2.604		.772	.442		
	X1	.379	.075	.399	5.086	.000	.698	1.433
	X2	.472	.077	.480	6.109	.000	.698	1.433

a. Dependent Variable: Y

3. Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.009	2.604		.772	.442		
	X1	.379	.075	.399	5.086	.000	.698	1.433
	X2	.472	.077	.480	6.109	.000	.698	1.433

a. Dependent Variable: Y

4. Uji Signifikansi Serempak (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1009.032	2	504.516	69.725	.000[b]
	Residual	672.927	93	7.236		
	Total	1681.958	95			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), X1,X2

5. Pengujian Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.775[a]	.600	.591	2.690

a. Predictors: (Constant), X1,X2
b. Dependent Variable:Y

UNIVERSITAS MEDAN AREA
© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Document Accepted 16/7/26
Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

Lampiran 5: Dokumentasi Penelitian

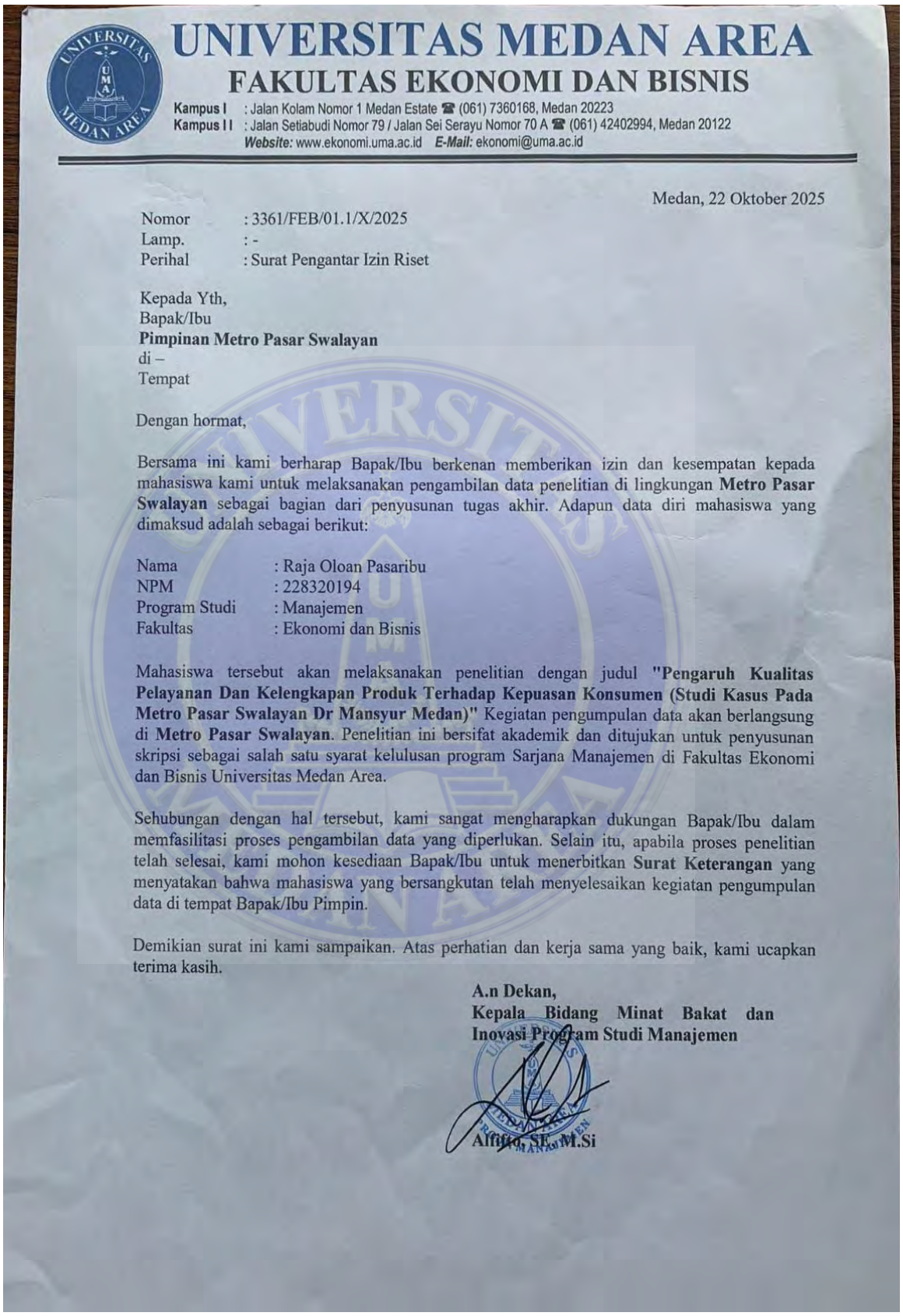
UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
---
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 16/7/26

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

Lampiran 6: Surat Izin Penelitian



UNIVERSITAS MEDAN AREA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 42402994, Medan 20122
Website: www.ekonomi.uma.ac.id *E-Mail:* ekonomi@uma.ac.id

Medan, 22 Oktober 2025

Nomor : 3361/FEB/01.1/X/2025
Lamp. : -
Perihal : Surat Pengantar Izin Riset

Kepada Yth,
Bapak/Ibu
Pimpinan Metro Pasar Swalayan
di –
Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini kami berharap Bapak/Ibu berkenan memberikan izin dan kesempatan kepada mahasiswa kami untuk melaksanakan pengambilan data penelitian di lingkungan **Metro Pasar Swalayan** sebagai bagian dari penyusunan tugas akhir. Adapun data diri mahasiswa yang dimaksud adalah sebagai berikut:

Nama : Raja Oloan Pasaribu
NPM : 228320194
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Mahasiswa tersebut akan melaksanakan penelitian dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Metro Pasar Swalayan Dr Mansyur Medan)"** Kegiatan pengumpulan data akan berlangsung di **Metro Pasar Swalayan**. Penelitian ini bersifat akademik dan ditujukan untuk penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program Sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.

Sehubungan dengan hal tersebut, kami sangat mengharapkan dukungan Bapak/Ibu dalam memfasilitasi proses pengambilan data yang diperlukan. Selain itu, apabila proses penelitian telah selesai, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk menerbitkan **Surat Keterangan** yang menyatakan bahwa mahasiswa yang bersangkutan telah menyelesaikan kegiatan pengumpulan data di tempat Bapak/Ibu Pimpin.

Demikian surat ini kami sampaikan. Atas perhatian dan kerja sama yang baik, kami ucapkan terima kasih.

A.n Dekan,
Kepala Bidang Minat Bakat dan Inovasi Program Studi Manajemen

Alfitri, SE., M.Si

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang
---
1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 16/7/26

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26

Lampiran 7: Surat Selesai Riset Penelitian

PT. METRO MAKMUR JAYA

metro PASAR SWALAYAN (SUPER MARKET)

JL. DR. T. MANSUR NO.70 (d/h No.19) MEDAN

metromarket.usu@gmail.com

061-8214998

= SURAT KETERANGAN =

No : 010/MMJ/XI/2025
Lampiran : -
Hal : Izin Research / Survey

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Medan Area
Jl. Setia Budi No. 79B. Medan
Di Tempat

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini, Pimpinan PT. METRO MAKMUR JAYA dengan ini menerangkan bahwa:

Nama	: RAJA OLOAN PASARIBU
NIM	: 228320194
Program Studi	: Manajemen
Judul	: Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Metro Pasar Swalayan Dr Mansyur Medan)

Telah menyelesaikan research / survey pada perusahaan kami.

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Medan, 4 November 2025
PT. METRO MAKMUR JAYA

Metro Pasar Swalayan
Jln. Dr. T. Mansur No. 70
Medan

(CHRISTOPHER THEDY)
Pimpinan

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 16/7/26

Access From (repository.uma.ac.id)16/7/26