



SJMB: *Scientific Journal of Management and Business*.
Volume 3 Nomor 1 Tahun 2023 ; p-ISSN: 2776-009X ; online -ISSN: 2807-5897

Available online at <http://e-journal.uniflor.ac.id/index.php/sjmb>

Received: Februari 2023	Accepted: Maret 2023	Published : April 2023
-------------------------	----------------------	------------------------

Perbandingan Kepuasan Konsumen Terhadap Harga dan Kelengkapan Produk Dalam Berbelanja di Toserba

Laurensia Muku¹, Lambertus Langga², Maria Endang Jamu³

^{1,2,3}Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Flores

laurensiamuku91@gmail.com

Abstrak Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbandingan harga serta kelengkapan produk yang ada di Toserba Sinar Mas dan Roxy Swalayan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang di gunakan adalah uji t-test. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari 1397 responden dan sampel sebanyak 93 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen terhadap harga pada Toserba Sinar Mas dan Roxy Swalayan, perbedaan tersebut dibuktikan dengan hasil uji beda yang menunjukkan dengan nilai signifikasinya 0,000 lebih kecil dari 0,5. (2) terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen terhadap kelengkapan produk pada Toserba Sinar Mas dan Roxy Swalayan. Perbedaan tersebut dibuktikan dengan hasil uji beda yang menunjukkan dengan nilai signifikasinya 0,000 lebih kecil dari 0,5. (3) terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen terhadap harga dan kelengkapan produk pada Toserba Sinar Mas dan Roxy Swalayan. perbedaan tersebut dibuktikan dengan hasil uji beda yang menunjukkan dengan nilai signifikasinya 0,000 lebih kecil dari 0,5.

Kata Kunci: kepuasan konsumen, harga, dan kelengkapan produk.

Abstract. *This study aims to determine the price comparison and completeness of the products in the Sinar Mas Toserba and Roxy Swalayan. The type of research used is comparative research with a quantitative approach. The data analysis technique used is the t-test. The population in this study consisted of 1397 respondents and a sample of 93 respondents. The results of the research*

show that: (1) there is a difference in the level of consumer satisfaction with prices at the Sinar Mas and Roxy Swalaya department stores, the difference is proven by the results of the different test which suggest that the significance value is less than 0.000. (2) there are differences in the level of consumer satisfaction with product availability at Sinar Mas and Roxy Swalaya's department stores. This difference is proven by the results of the different test which are favorable with a significance value of 0.000 which is less than 0.5. (3) there is a difference in the level of consumer satisfaction with prices and product availability at Sinar Mas and Roxy Swalaya's department stores. The difference is proven by the results of the different test which is favorable with a significant value of 0.000 which is less than 0.5.

Keywords: *satisfaction, consumption, price, and product availability.*

I. PENDAHULUAN

Pertumbuhan pembangunan sektor industri di Indonesia memperlihatkan kemajuan yang cukup pesat dalam mendukung pertumbuhan perekonomian. Begitu pula dengan perkembangan bisnis eceran yang ada di Indonesia sekarang ini meningkat begitu pesat. Puluhan arena belanja berupa pusat- pusat pertokoan, minimarket baru bermunculan di berbagai kota besar dan kecil. Pertumbuhan bisnis pasar di Indonesia sangat terbuka lebar di karenakan konsumen saat ini lebih banyak yang memilih dan beralih untuk berbelanja di tempat yang lebih nyaman dan praktis seperti minimarket atau Hypermart (Mujib, 2018). diperoleh Dari observasi peneliti terhadap dua jenis ritel yang berbeda terlihat bahwa harga produk yang ditawarkan oleh Sinar Mas memiliki kecenderungan lebih mahal jika dibandingkan dengan harga pada Roxy Swalayan. Hal yang menjadi pertimbangan paling mendasar oleh konsumen dalam berbelanja adalah tingkat harganya, karena harga menjadi hal paling sensitif di antara faktor yang lain. Ditambah lagi produk yang dijual di dua ritel ini sama merek, kualitas dan jenisnya maka hal ini memicu konsumen akan terus membandingkan harga dan memilih tempat membelanjanya.

Toserba Sinar Mas dan Roxy Swalayan termaksud toko yang lengkap karena menjual produk sembako, makanan dan minuman ringan, produk kecantikan, produk kebutuhan sehari-hari, pakaian anak dan dewasa. Dari segi kelengkapan produk yang ditawarkan, namun Roxy Swalayan memiliki faktor dari segi penunjang kelengkapan produk yang masih kurang lengkap dan tidak bervariasi. Dengan munculnya beberapa keluhan dari para konsumen mengenai Roxy Swlayan melalui wawancara yang dilakukan penulis pada saat melakukan penelitian. Konsumen dapat memilih tempat yang akan

dikunjungi dengan mempertimbangkan lengkap tidaknya produk yang dijual di tempat tersebut. Konsumen cenderung memilih tempat yang menawarkan produk yang bervariasi dan lengkap menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas keragaman barang yang ditawarkan oleh penjual karena mudah dalam menemukan barang yang sedang dicari (Keller, 2008:72) dalam (Bayu, 2021)

Toserba Sinar Mas dan Roxy Swalayan merupakan pusat perbelanjaan yang ada di kota Ende. Toserba Sinar Mas di buka umum pada tanggal 18 juli 2016 oleh pemiliknya, yakni bapak Mario Adolfo Kale. Toserba Sinar Mas menjual berbagai barang kebutuhan sehari-hari, alat komunikasi dan masih banyak lagi. Sedangkan Roxy Swalayan di buka pada tanggal 25 november 2013 oleh bupati ende Don Bosco M. Wangge dalam acara grand opening dan pimpinan Roxy Swalayan yakni Robert Junaidi. Roxy Swalayan menjual aneka kebutuhan sehari-hari, perabot rumah tangga serta produk kecantikan. Pemilihan mahasiswa universitas flores, fakultas ekonomi dengan jumlah mahasiswa sebanyak 1.397 orang sebagai subjek pada penelitian ini karena Penulis sering menjumpai teman kulia yang berbelanja di sinar mas dan roxy. Mahasiswa yang pernah melakukan pembelian di Toserba Sinar Mas dan Roxy Swalayan mampu membandingkan kepuasan mereka melalui harga dan kelengkapan produk yang ditawarkan.

II.TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Konsumen

Menurut (ferrinadewi, 2005) dalam (Panjaitan, 2016) kepuasan merupakan penilaian konsumen terhadap fitur-fitur produk atau jasa yang berhasil memberikan pemenuhan kebutuhan pada level yang menyenangkan baik itu di bawah maupun di atas harapan. sedangkan menurut Menurut Sangadji dan sopiah (2013) dalam (Vitomo, 2018) kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen.

Harga Jual

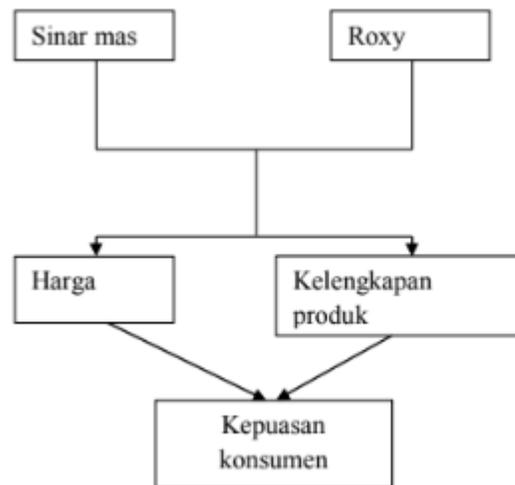
Menurut (Krisdayanto, 2018) Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan atas jasa, atau jumlah nilai yang konsumen tukar dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan barang atau jasa. Harga dinyatakan sebagai tingkat pertukaran barang dengan barang lain. Sebagaimana telah kita ketahui, salah satu tugas pokok ekonomi adalah menjelaskan alasan barang-barang mempunyai harga serta alasan barang

yang mahal dan murah. Sebagai contoh, gaji dan upah adalah harga jasa bagi seseorang yang bekerja. Bunga adalah harga meminjam atau menggunakan uang di Bank. Pajak adalah harga jasa pemerintah bagi warga negaranya. Bentuk atau sebutan harga lain adalah uang sewa, tiket, tol, honorarium, SPP, dan sebagainya.

Kelengkapan Produk

Menurut Kotler dalam (Manap, 2016:225) produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan dipasar, untuk memuaskan kebutuhandan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman,events, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi dan ide. Menurut Ma'ruf, kelengkapan produk adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk, umumdand lain-lain atau kombinasi) untuk disediakan dalam toko padajumlah, waktu dan harga yang sesuai untuk mencapai sasaran toko atauperusahaan ritel. Konsumen dapat memilih tempat yang akandikunjungi dengan mempertimbangkan lengkap tidaknya produk yang dijual di tempat tersebut.

Kerangka Pemikiran



Gambar 1

Kerangka Pemikiran

Berdasarkan skema kerangka pemikiran di atas terdapat dua objek penelitian yaitu Toserba Sinar Mas dan Roxy Swalayan, serta dua variabel bebas (X) yaitu harga (X_1), dan kelengkapan produk (X_2) terhadap variabel terikat (Y) yaitu kepuasan konsumen. Penelitian ini membandingkan harga, dan kelengkapan produk terhadap kepuasan

konsumen pembelian di Toserba Sinar Mas dan pembelian di Roxy Swalayan

Hipotesis

Dalam penelitian ini dimaksudkan untuk memperoleh gambaran yang objektif mengenai analisis perbandingan kepuasan konsumen terhadap harga dan kelengkapan produk dalam berbelanja di Toserba Sinar Mas dan Roxy Swalayan.

H₁: diduga terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen terhadap harga dalam berbelanja di Toserba Sinar Mas dan Roxy Swalayan

H₂: diduga terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen terhadap kelengkapan produk di Toserba Sinar Mas dan Roxy Swalayan

H₃: adanya perbedaan kepuasan konsumen terhadap harga dan kelengkapan produk dalam berbelanja di Toserba Sinar Mas dan Roxy Swalayan.

III. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian komparatif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilakukan di Universitas Flores, Fakultas Ekonomi yang bertempat di jln. Samratulangi, Kelurahan Paupire, Kecamatan Ende Tenga. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi yang berjumlah 1.397 orang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 93 responden. Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner dan studi pustaka. Teknik analisis data menggunakan analisis data deskriptif.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hipotesis Pertama

Pengujian hipotesis bertujuan untuk membuktikan perbedaan kepuasan konsumen terhadap harga pembelian di sinar mas dan roxy swalayan.

Tabel 1
Uji Beda Harga

Group Statistics				
SWALAYAN	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
SINAR MAS	93	10,0323	1,11756	,11589
ROXY	93	11,6667	,91287	,09466

Sumber: data diolah

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas menunjukkan bahwa untuk nilai rata-rata harga sinar mas adalah sebesar 10,03, sedangkan nilai rata – rata harga roxy sebesar 11,66. Dari hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat perbedaan anatara nilai rata-rata harga sinar mas dengan nilai rata-rata pada roxy. Dimana nilai rata-rata harga sinar mas lebih rendah dibandingkan nilai rata-rata roxy ($10,03 < 11,66$). Artinya harga yang di tawarkan di roxy swalayan lebih murah jika dibandingkan dengan sinar mas.

Tabel 2
Independent Sample T Test

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Harga	Equal variances assumed	.615	.434	-10.923	184	.000	-1.63441	.14963	-1.92963	1.33919
	Equal variances not assumed			-10.923	176.951	.000	-1.63441	.14963	-1.92963	1.33911

Sumber: data diolah

Berdasarkan hasil analisis uji beda variabel harga diatas menunjukkan nilai F sebesar 0,615 dengan tingkat signifikansi 0,434 dan nilai sig .(2-tailed) adalah 0,000 atau lebih kecil dari 0,5 sehingga disimpulkan bahwa hipotesis pertama untuk harga Ho ditolak dan Ha diterima. Terdapat perbedaan yang signifikan antara sinar mas dan roxy swalayan.

Hipotesis Kedua

Pengujian hipotesis bertujuan untuk membuktikan perbedaan kepuasan konsumen terhadap kelengkapan produk pembelian di sinar mas dan roxy swalayan.

Tabel 3
Uji Beda Kelengkapan Produk

	Swalayan	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kelengkapan Produk	Sinar Mas	93	11.8065	.83741	.08684
	Roxy	93	11.8602	.80205	.08317

Sumber: data diolah

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas menunjukkan bahwa untuk nilai rata-rata kelengkapan produk sinar mas adalah sebesar 11,80, sedangkan nilai rata – rata kelengkapan produk roxy sebesar 10,86. Dari hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat perbedaan anatara nilai rata-rata kelengkapan produk sinar mas dengan nilai rata-rata pada roxy. Dimana nilai rata-rata kelengkapan sinar mas lebih tinggi dibandingkan nilai rata-rata roxy ($11,80 > 10,86$). Artinya kelengkapan produk yang ditawarkan oleh sinar mas lebih lengkap jika dibandingkan dengan roxy.

Tabel 4
Independent Sample T Test

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Kelengkapan Produk	Equal variance assumed	.037	.847	7.870	184	.000	.94624	.12024	.70901	1.18346

	Equal variance			7.870	183.659	.000	.946241	.12024	.70901	1.18346
--	----------------	--	--	-------	---------	------	---------	--------	--------	---------

Sumber: data diolah

Berdasarkan hasil analisis uji beda variabel kelengkapan produk diatas menunjukkan nilai F sebesar 0,037 dengan tingkat signifikansi 0,847 dan nilai sig.(2-tailed) adalah 0,000 atau lebih kecil dari 0,5 sehingga disimpulkan bahwa hipotesis kedua untuk kelengkapan produk Ho ditolak dan Ha diterima. Terdapat perbedaan yang signifikan antara sinar mas dan roxy swalayan.

Hipotesis Ketiga

Pengujian hipotesis bertujuan untuk membuktikan perbedaan kepuasan konsumen terhadap kepuasan konsumen pembelian di sinar mas dan roxy swalayan

Tabel 5

Uji Beda Kepuasan Konsumen

	Swalayan	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kepuasan Konsumen	Sinar Mas	93	12.2151	.88280	.09154
	Roxy	93	11.6559	.85331	.08848

Sumber: data diolah

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas menunjukkan bahwa untuk nilai rata-rata kepuasan konsumen sinar mas adalah sebesar 12,21 , sedangkan nilai rata – rata kepuasan konsumen roxy sebesar 11,65. Dari hasil tersebut dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat perbedaan anatara nilai rata-rata kelengkapan produk sinar mas dengan nilai rata-rata pada roxy. Dimana nilai rata-rata kelengkapan sinar mas lebih tinggi dibandingkan nilai rata-rata roxy (12,21>11,65). Artinya kepuasan konsumen yang di persepsikan oleh konsumen sinar mas lebih tinggi jika dibandingkan dengan roxy.

Tabel 6
Independent Sample T Test

Independent Samples Test										
		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Kepuasan Konsumen	Equal variance assumed	.018	.895	4.392	184	.000	.55914	.12732	.30795	.81033
	Equal variance not assumed			4.392	183.788	.000	.55914	.12732	.30795	.81033

Sumber: data diolah

Berdasarkan hasil analisis uji beda variabel kepuasan konsumen diatas menunjukkan nilai F sebesar 0,018 dengan tingkat signifikansi 0,895 dan nilai sig.(2-tailed) adalah 0,000 atau lebih kecil dari 0,5 sehingga disimpulkan bahwa hipotesis ketiga untuk kepuasan konsumen Ho ditolak dan Ha diterima. Terdapat perbedaan yang signifikan antara sinar mas dan roxy swalayan.

Pembahasan

Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Harga

Terdapat perbedaan kepuasan konsumen terhadap harga Toserba Sinar Mas dan Roxy Swalayan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Mujib, 2018) yang menyatakan bahwa hasil pengujian uji beda t-test terhadap dimensi harga terbukti secara statistik memiliki perbedaan yang signifikan antara minimarket Indomaret dan Alfamaret. Berdasarkan hasil penelitian yaitu adanya perbedaan kepuasan konsumen terhadap harga pembelian kebutuhan bulanan mahasiswa di Toserba Sinar Mas dan Roxy Swalayan dikarenakan harga yang ditawarkan oleh Roxy Swalayan secara umum

mendapat penilaian yang positif dari konsumen hal ini yang terlihat dari jawaban konsumen yang memberikan respond pada kuesioner yang diajukan mengenai harga. Dengan memberikan harga yang murah secara umum memberikan daya tarik sebagian besar pembeli karena sesuai dengan daya beli konsumen. Berdasarkan hasil penelitian, Mahasiswa Fakultas Ekonomi menyatakan bahwa harga kebutuhan mahasiswa seperti, pasta gigi, sabun mandi, shampoo, handbody yang ditawarkan di roxy swalayan lebih murah. Roxy Swalayan sering memberikan potongan harga dengan menggunakan kartu member dan juga ketika melakukan pembelian suatu produk dengan jumlah yang banyak akan mendapatkan potongan harga. Hal ini tentu akan mempengaruhi kepuasan Mahasiswa dan akan melakukan pembelian ulang. Sedangkan harga yang ditawarkan di Toserba Sinar Mas cenderung lebih mahal dan ketika konsumen melakukan pembelian dengan jumlah banyak tidak ada potongan harga meskipun ada potongan harga tetapi di saat tertentu saja seperti menjelang natal dan tahun baru.

Perbedaan Kepuasan konsumen terhadap kelengkapan produk

Terdapat perbedaan kepuasan konsumen terhadap harga Toserba Sinar Mas dan Roxy Swalayan. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ardianto (2016) yang menyatakan bahwa hasil pengujian uji beda t-test untuk variabel kelengkapan produk terdapat perbedaan yang signifikan antara Suzuki Carry dan Mitsubishi Colt dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-1,192 < 1,6811$ dengan nilai Sig $0,0003 < 0,05$. Berdasarkan hasil penelitian yaitu adanya perbedaan kepuasan konsumen terhadap kelengkapan produk di Toserba Sinar Mas dan Roxy Swalayan. Mahasiswa dalam melakukan pembelian akan memilih Toserba Sinar Mas dikarenakan barang yang ditawarkan di Sinar Mas lebih lengkap dibandingkan di Roxy Swalayan hal itu dilihat dari kualitas dan kuantitasnya. Di Toserba Sinar Mas menawarkan kebutuhan mahasiswa seperti, handbody, sabun cuci muka, dengan berbagai variasi merek dan ukuran merek sehingga dalam melakukan pembelian konsumen lebih mudah dalam memilih produk dan pihak Toserba Sinar Mas lebih cepat menyediakan produk-produk baru sesuai fashion/style masa kini. sedangkan produk yang ditawarkan di Roxy Swalayan belum lengkap dari segi ukuran, dan pihak Roxy Swalayan lama dalam menyediakan produk-produk baru.

Perbedaan kepuasan terhadap harga dan kelengkapan produk

Terdapat perbedaan kepuasan konsumen terhadap harga toserba sinar mas dan roxy

swalayan. Berdasarkan hasil penelitian terdapat perbedaan kepuasan konsumen terhadap harga dan kelengkapan produk dalam berbelanja Di Toserba Sinar Mas dan Roxy Swalayan. Perbedaan ini Dilihat dari nilai statistik deskriptif menunjukkan kepuasan konsumen di Toserba Sinar Mas lebih lengkap dibandingkan dengan di roxy swalayan, hal mean pada Toserba Sinar Mas sebesar 12,21 lebih besar dari Roxy Swalayan yaitu sebesar 11,65. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Bayu (2021) yang menyatakan bahwa harga dan kelengkapan produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil penelitian yaitu adanya perbedaan kepuasan konsumen terhadap harga dan kelengkapan produk di Toserba Sinar Mas dan Roxy Swalayan dikarenakan kelengkapan barang yang akan di jual merupakan faktor yang penting untuk menarik minat beli konsumen. Mahasiswa sering melakukan pembelian di Toserba Sinar Mas karena kelengkapan produk yang ditawarkan di Toserba Sinar Mas lebih lengkap. Meskipun harga jual lebih tinggi dari Roxy Swalayan, tetapi karena lengkapnya barang yang dijual maka, Toserba Sinar Mas banyak menarik para pengunjung. Semakin lengkap sebuah pasar swalayan maka semakin memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen akan merasa puas.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pengujian yang telah dilakukan, dengan judul Perbandingan Kepuasan Konsumen Terhadap Harga Dan Kelengkapan Produk Dalam Berbelanja di Toserba Sinar Mas dan Roxy Swalayan dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen terhadap harga pada Toserba Sinar Mas dan Roxy Swalayan. Dengan memberikan harga yang murah secara umum memberikan daya tarik sebagian besar pembeli karena sesuai dengan daya beli konsumen.
2. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa terdapat perbedaan tingkat kepuasan konsumen terhadap kelengkapan produk pada Toserba Sinar Mas dan Roxy Swalayan. Konsumen cenderung memilih tempat yang menawarkan produk yang bervariasi dan lengkap sehingga mudah dalam menemukan barang yang sedang dicari.
3. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa terdapat perbedaan tingkat kepuasan

konsumen terhadap harga dan kelengkapan produk pada Toserba Sinar Mas dan Roxy Swalayan.

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh maka saran yang dapat penulis ajukan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Toserba Sinar Mas

Kelengkapan produk di Toserba Sinar Mas sudah dinilai baik mampu menyediakan beragam produk yang memudahkan konsumen dalam mencari barang yang akan dibelinya. Saran peneliti diharapkan menawarkan dengan harga yang terjangkau dan ekonomis. Yaitu menawarkan harga yang lebih murah/sama dibandingkan dengan pesaing sehingga terciptanya rasa kepuasan setelah membeli produk dan konsumen tetap setia memilih produk-produk yang ada di Toserba Sinar Mas.

2. Bagi Roxy Swalayan

Harga yang sudah ditetapkan oleh Roxy Swalayan sudah dapat dikatakan murah sesuai dengan kualitas produk dan manfaat yang didapatkan oleh konsumen. Saran peneliti sebaiknya dari segi kelengkapan produk yang dijual perlu dilengkapi karena konsumen cenderung memilih toko yang produknya lengkap.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain dan organisasi perdagangan atau minimarket lain sebagai pembanding agar didapat hasil yang lebih sempurna, sehingga penelitian dapat berkembang dan dapat mengungkap lebih banyak permasalahan yang dapat memengaruhi kepuasan konsumen dalam membeli produk atau barang yang diinginkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto. (2016). Analisis Komparatif Kepuasan Konsumen Pada Variabel Produk Dan Harga Terhadap Produk Pengangkut Merek Mitshubishi T120SS dan Suzuky Carry di Samarinda. *Ekonomi Dan Keuangan*, 13(1), 11–20.
- Assauri. (2017). Analisis Pengaruh Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Persewaan Peralatan Pesta Di UD. *Citra Bagas Surabaya. Manajemen Bisnis*, 15(4), 1–35.
- Bayu, V. (2021). Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Allyamart Grosir dan Enceran Buntu Banyumas). *Ekonomi Dan*

- Bisnis, 5(4), 1–110.
- Julia, E. (2020). Analisis Komparatif Tingkat Harga Dan Varian Produk Terhadap Kepuasan Konsumen. *Ilmu Ekonomi*, 3(4), 1–13.
- Krisdayanto, I. (2018). Analisis pengaruh harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di i cafe lina putra net bandungan. *Manajemen Bisnis*, 9(5), 1–15.
- Miftakul Azizah, S. A. (2017). Perbandingan Kepuasan Konsumen dalam Membeli Produk Garmen di Intrnet dan Pusat Perbelanjaan. *Ekonomi Dan Bisnis*, 5(3), 36–44.
- Mujib, A. (2018). Analisis Komparatif Tingkat Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja Pada Indomaret Dan Alfamart Di Kota Mojokerto. *Ilmu Ekonomi*, 5(4), 1–16.
- Nuraini, D. (2019). Analisis Perbedaan Kepuasan Konsumen Terhadap Pembelian Produk Baju Secara Online Dan Offline. *Manajemen Bisnis*, 15(2), 231–239.
- Onesta Sukarno, Sumaryanto, R. S. (2016). Analisis Perbandingan Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Kualitas Produk Pada Objek Wisata Air Terjun Parang Ijo Dengan Wisata Air Terjun Jumog di Kabupaten Kanyanganyar. *Ekonomi Dan Bisnis*, 16(2), 210–215.
- Panjaitan, I. (2016). Pengaruh Pelayanan dan Harga pada Go-Jek terhadap Kepuasan Konsumen dengan Minat sebagai Variabel Moderating (Studi Kasus pada Mahasiswa Universitas Jakarta). *Media Studi Ekonomi*, 19(2), 43–55.
- Purnama, A. (2020). Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Trend Mode Berkah Murah Ponorogo. 4(1), 61–70
- .Rahman, A. (2017). Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus : Rumah Makan Ayam Bakar Penyet KQ5 Mayestik Jakarta Selatan). *Cakrawala*, 17(2), 237–242.
- Suyoto, U. dan. (2017). Analisis Perbandingan Kepuasan Konsumen...(Umiyati dan Suyoto). *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 1985, 64–76.
- Syafitri, L. (2019). Analisis Perbandingan Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan, Harga Jual, Kualitas Produk Belanja Online Dan Belanja Secara Langsung (Offline) Pada Mahasiswa FEBI UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1–121.
- Vitomo, D. (2018). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Ayam Penyet Jakarta Cabang Ringroad- Medan. *Manajemen Bisnis*, 17(4), 13–68.