

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Kosumen di Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan

Wandi Nur Ikhsan

Program Studi Manajemen, Institut Teknologi dan Bisnis Master Pekanbaru

ARTICLE INFO

Article history:

Received July 18, 2025

Revised July 20, 2025

Accepted August 25, 2025

Available online September 1, 2025

Keywords:

Service Quality, Product Completeness, Customer Satisfaction

Kata Kunci:

Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, Kepuasan Konsumen



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2025 by Author. Published by Yayasan Daarul Huda

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of service quality and product completeness on consumer satisfaction at Zanafa Bookstore 2 Marpoyan Branch. The sample in this study were consumers at Zanafa Bookstore 2 Marpoyan Branch totaling 96 respondents. The variables studied in this study were the Service Quality variable, the Product Completeness variable and the Consumer Satisfaction variable. The data analysis used multiple linear regression methods using validity tests, reliability tests, normality tests, heteroscedasticity tests, multiple linear regression tests, partial t tests, f tests, determination coefficient tests (R²) with the help of SPSS. The test was carried out in order to determine the effect of independent variables and dependent variables. Based on the results of the study, it shows that partially and simultaneously there is an influence between the price and service quality variables on consumer satisfaction of 27.4% and the remaining 72.6% is influenced by other factors outside the study. After conducting a partial t-test on the Service Quality variable X₁ where $t_{count} = 3.833 > t_{table} 1.985$ and a significant probability value of $0.005 < 0.05$, and the Product Completeness

variable X₂ where $t_{count} = 4.658 > t_{table} 1.985$ and a significant probability value of $0.077 < 0.05$. After conducting the f test, the F count number (17.569) > F table (3.094) was obtained, while the multiple linear regression equation is as follows. $Y = 75.162 + 0.361 x_1 + 0.363 x_2 + e$

ABSTRACT

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen di Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan. Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen pada Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan yang berjumlah 96 responden. Variabel yang diteliti dalam penelitian ini adalah variabel Kualitas Pelayanan, variabel Kelengkapan Produk dan variabel Kepuasan Konsumen. Analisis datanya menggunakan metode regresi linier berganda dengan menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji regresi linier berganda, uji t parsial, uji f, uji koefisien determinasi (R²) dengan bantuan SPSS. Pengujian tersebut dilakukan guna untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependen*). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial dan simultan terdapat pengaruh antara variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen sebesar 27,4% dan sisanya 72,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain diluar dari penelitian. Setelah dilakukan uji t parsial variabel Kualitas Pelayanan X₁ dimana $t_{hitung} = 3,833 > t_{tabel} 1,985$ dan nilai probabilitas signifikan $0,005 < 0,05$, dan variabel Kelengkapan Produk X₂ dimana $t_{hitung} = 4,658 > t_{tabel} 1,985$ dan nilai dan nilai probabilitas signifikan $0,077 < 0,05$. Setelah dilakukan uji f diperoleh angka F_{hitung} (17,569) > F_{tabel} (3,094), sedangkan persamaan regresi linier berganda sebagai berikut. $Y = 75,162 + 0,361 x_1 + 0,363 x_2 + e$

PENDAHULUAN

Berkembangnya teknologi, informasi, dan komunikasi saat ini, ada persaingan untuk mengembangkan bisnis sebaik mungkin. Sejalan dengan perkembangan perekonomian, tingkat persaingan usaha di bidang Industri Ritel kini semakin ketat, terutama bagi bisnis yang menjual produk jasa sejenis. Dalam distribusi barang, ritel adalah bagian penting dari rantai distribusi. Ritel memungkinkan konsumen berinteraksi langsung dengan produk. Di sini, industri ritel didefinisikan sebagai sektor yang menjual barang dan jasa dengan nilai tambahan untuk memenuhi kebutuhan individu, keluarga, kelompok, atau

konsumen akhir. Kebanyakan produk yang dijual adalah pemenuhan kebutuhan rumah tangga, yang mencakup sembilan bahan pokok

Pertumbuhan industri ritel Indonesia sebagai negara yang membangun dipengaruhi oleh kekuatan daya beli masyarakat, peningkatan populasi, dan kebutuhan masyarakat akan pemenuhan produk konsumsi. Walaupun dianggap dapat mematikan pasar tradisional karena memiliki banyak keunggulan, industri ritel modern pada dasarnya memanfaatkan pola belanja masyarakat, terutama kelas menengah ke atas yang tidak mau berdesak-desakan di pasar tradisional yang biasanya kotor dan tidak terorganisir. Jika diamati lebih lanjut, persaingan di industri ritel atau eceran semakin buruk.

Industri ritel toko buku telah menjadi komponen penting dari kehidupan budaya dan intelektual kota Pekanbaru. Pekanbaru menjadi pusat ekonomi dan pendidikan Sumatera karena menjadi kota yang berkembang dengan pesat di Indonesia. Perkembangan teknologi dan perubahan pola konsumsi dalam beberapa tahun terakhir telah memengaruhi cara toko buku beroperasi dan menjalankan bisnisnya. Dengan berkembangnya internet dan platform e-commerce, konsumen sekarang memiliki opsi baru untuk membeli buku secara online. Ini telah mengubah secara keseluruhan industri buku. Toko buku fisik tetap memainkan peran penting dalam memberikan konsumen pengalaman belanja yang unik dan langsung. Oleh karena itu, toko buku di Pekanbaru harus memahami preferensi dan kebutuhan konsumen mereka untuk bersaing dengan platform online.

Toko Buku Zanafa adalah salah satu penerbit dan toko buku yang berada di wilayah kota Pekanbaru. Di Pekanbaru, Toko Buku Zanafa memiliki 2 Cabang yaitu Toko buku Zanafa Pusat terletak di Metropolitan City MTC Panam, Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan. Peneliti sangat tertarik meneliti di Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan karena pada saat peneliti datang berbelanja di tempat tersebut merasakan adanya ketidaknyamanan saat berbelanja dan buku yang ingin dicari pun tidak ada.

Kepuasan konsumen merupakan evaluasi pasca pembelian bahwa alternatif yang dipilih setidaknya dapat memberikan hasil yang sama dengan harapan konsumen atau melebihi harapan konsumen, namun bila hasil yang dicapai tidak memenuhi harapan konsumen dapat menimbulkan ketidakpuasan. Oleh karena itu, kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan harapan. Persepsi negative konsumen menjadi tidak puas ketika kinerja yang mereka rasakan tidak sesuai harapan. Akibat lambatnya pelayanan atau kesalahan pegawai yang merugikan konsumen. Sebaliknya jika kinerja yang dipersepsikan sesuai dengan harapan maka persepsi positif berarti konsumen sudah pasti puas, dan jika kinerja yang dirasakan melebihi harapan, kecepatan proses dan empati konsumen maka konsumen akan sangat puas.

Salah satu faktor yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen ialah Kualitas Pelayanan seperti keramahan dan kesopanan karyawan, Fasilitas tambahan dan kebijakan pengembalian dan layanan purna jual. Kemajuan teknologi, pendidikan masyarakat, dan pendapatan membuat masyarakat menuntut pelayanan unggul yang dapat memuaskan konsumen. Menurut Danang Sunyoto dalam Abadi (2015) Kepuasan konsumen menjadi alasan konsumen memilih tempat berbelanja. Perusahaan perlu mengelola sumber daya manusianya seefektif dan seefisien mungkin mungkin (Hasibuan, 2015 dalam Nurhadi, 2020). Pihak Manajemen Toko buku Zanafa juga bekerja sama dengan meningkatkan fasilitas dan pelayanan terbaik untuk konsumen, agar konsumen dapat merasa puas berbelanja di Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan.

Berdasarkan hasil kunjungan dan juga observasi pada Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan, lokasi toko sangat strategis karena dekat lingkungan sekitaran toko ramai namun untuk area parkir kurang luas dan sangat berdekatan dengan badan jalan. Sehingga, konsumen yang datang berkunjung akan sulit jika memarkirkan kendaraanya dan keluar dari area parkir toko tersebut terutama kendaraan roda 4.

Berikut Jumlah Penjualan dan Omzet Penjualan Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan:

Tabel 1. Jumlah Penjualan dan Omzet Penjualan Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan

No	Tahun	Jumlah Penjualan	Omzet Penjualan	Presentase
1.	2019	29.536	Rp.x.xxx.xxx.xxx,-	0%
2.	2020	11.700	Rp.x.xxx.xxx.xxx,-	-38%
3.	2021	12.333	Rp.x.xxx.xxx.xxx,-	15%
4.	2022	14.186	Rp.x.xxx.xxx.xxx,-	6%
5.	2023	12.343	Rp.x.xxx.xxx.xxx,-	-10%

Sumber: Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan 2024

Berdasarkan data Table 1 dapat dilihat bahwa omzet penjualan Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan selama 5 tahun terakhir mengalami Fluktuasi maka menjadi Fenomena dalam penelitian ini. Omzet tertinggi pada tahun 2019 dan omzet penjualan terendah pada tahun 2020,- atau turun hingga 38% hal diakibatkan dari dampak Covid-19 yang berpengaruh terhadap sektor ekonomi dan sosial sehingga terjadinya penurunan pendapatan. Dari table 1.1 menunjukkan bahwa Omzet Penjualan Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan mengalami penurunan sejak tahun 2020 dan sampai sekarang pendapatan yang

diperoleh belum stabil. Maka dari itu Pihak Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan hendak merencanakan strategi lebih baik lagi untuk mendapatkan omzet yang jauh lebih tinggi dan menarik konsumen jauh lebih banyak.

Pelayanan merupakan suatu tindakan pelaku usaha yang harus diberikan oleh konsumen, karena hal tersebut merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha. Pelayanan mengacu pada kemampuan perusahaan dalam memberikan layanan yang memuaskan konsumen. Namun, setelah peneliti melakukan kunjungan dan melakukan observasi mengenai Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan ini, peneliti menemukan permasalahan tentang pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko yang sangat kurang baik seperti karyawan yang tidak ramah dan tidak gesit pada saat melayani konsumen. Selain itu, kondisi ruangan toko yang terkesan suram yang disebabkan pencahayaan yang kurang dan penataan produk-produk yang tidak rapi. Hal ini juga didukung oleh pendapat konsumen lainnya berdasarkan ulasan yang ada di Google Review mengenai kurangnya fasilitas toko yang kurang memadai, seperti AC yang tidak menyala, kondisi penerangan/lampu yang minim, tata letak buku yang kurang rapi sehingga konsumen merasa kebingungan untuk mencari buku yang di inginkan.

Faktor selanjutnya yang mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kelengkapan produk. Menurut Kotler dan Keller (2016), banyak orang berfikir bahwa sebuah produk merupakan tawaran berwujud, namun produk sebenarnya bisa lebih dari itu. Produk adalah segala sesuatu yang di tawarkan kepasar untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen. Kelengkapan produk mencakup semua aspek yang memastikan produk memenuhi atau bahkan melampaui harapan konsumen, seperti fitur, fungsi, keuntungan, aksesoris, panduan penggunaan, dan dukungan konsumen yang disertakan dengan produk. Dengan kata lain, kelengkapan produk mencakup semua aspek yang membuat produk lengkap dan memuaskan konsumen. Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan menawarkan berbagai Kategori Produk yang di perjual-belikan. Namun, hal ini tidak menutup kemungkinan produk yang di jual tidak sesuai yang di inginkan Konsumen serta adanya keterbatasan dalam stok produk-produk yang ingin di beli oleh Konsumen Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan

Dalam persaingan sebuah bisnis, Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan Memiliki banyak sekali pesaing sejenis yang dapat menggeser posisi Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan sebagai toko buku yang paling tinggi Nilai Kepuasan Konsumen di Pekanbaru. Maka dari itu salah satu strategi untuk meningkatkan Kepuasan Konsumen adalah meningkatkan kelengkapan produk yang di jual di Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan. Kelengkapan produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas, dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat ditoko (Pramono *et al.*, 2021). Berikut adalah jenis produk yang dijual oleh Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan:

Kelengkapan produk sangat mempengaruhi kepuasan konsumen karena produk yang lengkap memenuhi harapan dan kebutuhan konsumen, memungkinkan penggunaan yang optimal, dan memberikan nilai yang lebih baik atas uang yang dikeluarkannya. Pengalaman berbelanja yang positif dan lancar, termasuk penerimaan produk yang lengkap, meningkatkan kemungkinan konsumen akan berbelanja lagi. Sebaliknya, produk yang tidak lengkap dapat menimbulkan rasa frustrasi dan ketidakpuasan, serta merusak reputasi perusahaan. Dengan demikian, kelengkapan produk berperan penting dalam kepuasan konsumen. Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan menjual banyak jenis buku dan ATK namun tidak semua jenis buku dan ATK yang ada pada toko ini sehingga para Konsumen merasa kecewa dan menilai.

Kelangsungan hidup bisnis bergantung pada strategi yang digunakan pelaku untuk memenuhi atau melampaui kebutuhan konsumen. Pelaku ekonomi harus senantiasa memperhatikan perubahan perilaku konsumen agar dapat memprediksi perubahan perilaku konsumen agar produk yang ditawarkannya laku. Memahami perilaku mereka sangat penting karena dapat dijadikan aset utama untuk mencapai tujuan perusahaan seperti mencapai kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian Deskriptif Kuantitatif. Penelitian Deskriptif merupakan penelitian yang menggambarkan suatu keadaan yang ada menurut faktanya. Variabel penelitian merupakan sebagai suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya.

Data diperoleh dari penelitian kuantitatif data lapangan, termasuk observasi, Kuesioner, dan dukungan data kepustakaan. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan, dimana jumlahnya tidak diketahui secara pasti.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling* yaitu metode ini tidak memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk diambil sebagai sampel karena mereka dipilih sesuai dengan kriteria tertentu dan menggunakan metode

accidental sampling. Jumlah populasinya tidak diketahui secara pasti maka dari itu peneliti menentukan besarnya sample yaitu menggunakan rumus Cochran (Sugiyono, 2019:136) dimana didapatkan adalah 96 Responden.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis deskriptif dan kuantitatif. Dalam penelitian ini digunakan model analisis regresi linear berganda dengan menggunakan alat bantu program SPSS.21 (*Statistical Package for Social Science*) yaitu analisis tentang hubungan antara satu *dependent* variabel dengan satu *independent* variabel (Suharsimi Arikunto, 2015).

HASIL

Sejarah Singkat Perusahaan

Zanafa adalah usaha yang bergerak dibidang penerbitan dan penjualan buku (Distributor dan Toko Buku). Saat ini ada dua jenis usaha yang sudah berjalan, yaitu penerbit Zanafa Publishing dan Toko buku Zanafa. Penerbit Zanafa Publishing sudah menerbitkan lebih dari 100 judul buku baik yang diterbitkan sendiri maupun yang bekerjasama dengan lembaga pendidikan (Sekolah dan Perguruan Tinggi) dan penerbit terkemuka tingkat nasional. Buku-buku yang diterbitkan meliputi semua bidang ilmu, baik buku agama maupun buku umum. Pemasaran buku-buku terbitan zanafa dilakukan melalui distributor Adipura Yogyakarta dan Nusa Media Bandung. Dua distributor ini memasarkan buku-buku terbitan zanafa ke seluruh wilayah Indonesia, baik toko buku tradisional maupun toko buku moderen.

Toko buku Zanafa dibuka secara resmi tanggal 15 Mei 2009. Walaupun persiapan dan operasionalnya sudah dimulai sejak tahun 2008 di Jl. HR. Subrantas Panam Tampan Pekanbaru. Saat ini toko buku zanafa mengembangkan usaha dengan membuka cabang di daerah Marpoyan yaitu Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan yang bersebelahan dengan Makam Pahlawan Kerja.

Owner zanafa memulai usaha sejak tahun 1998 di Yogyakarta. Setelah menyelesaikan pendidikan di STTKOM (Sekolah Tinggi Teknik Komputer) Yogyakarta langsung membuka usaha service komputer, rental komputer, jualbeli komputer baru maupun second dan Assesoris komputer serta desain grafis dengan nama Beta Komputer. Usaha di bidang komputer ini rencananya akan diteruskan dan dikembangkan di Pekanbaru, namun setelah membaca pasar dan survei di lapangan peluangnya agak kecil untuk bersaing dengan kompetitor yang ada. Peluang usaha perbukuan nampaknya lebih menjanjikan di bandingkan komputer. Akhirnya memutuskan masuk ke usaha perbukuan dengan membuat penerbitan dan toko buku.

Awal 2008 planning disusun dengan menjalin kerjasama dengan berbagai penerbit, distributor dan suplayer seluruh Indonesia, begitu juga penentuan tempat usaha penerbit dan toko buku memilih lokasi yang strategis walaupun biaya operasionalnya agak mahal. Tahun 2008 di Pekanbaru belum ada toko buku dengan konsep toko buku diskon seperti Sosial Agency Baru (SAB) Yogyakarta, Toga Mas, dan toko buku diskon di Palasari Bandung dan lain-lain. Zanafa mencoba membuat konsep toko buku diskon semua buku dengan harga penerbit. Selama ini konsep diskon yang berkembang di masyarakat adalah barang dinaikkan dulu baru didiskon. Zanafa ingin mematahkan pandangan seperti itu, bahwa diskon toko buku zanafa adalah diskon yang sesungguhnya dengan tidak menaikkan harga buku.

Katalog penerbit sengaja diletakkan di kasir untuk membuktikan bahwa diskon zanafa adalah diskon yang benar tidak ada rekayasa harga. Usaha penerbitan dan toko buku juga di dorong oleh semangat untuk membantu pemerintah mencerdaskan anak bangsa. Hal ini menjadi mottozanafa yaitu: "Bersama mencerdaskan anak bangsa". Namun untuk mencapai maksud tersebut tentu banyak menghadapi berbagai persoalan antara lain, krisis ekonomi, rendahnya daya beli masyarakat, rendahnya semangat baca masyarakat dan harga buku yang semakin mahal. Oleh karena itu sebagai warga negara perlu melakukan usaha-usaha antara lain adalah:

1. Membuat toko buku diskon guna membantu masyarakat mendapatkan buku murah dan mudah mendapatkan dengan pelayanan prima.
2. Menciptakan rasa bangga dan bergengsi berkunjung ke toko buku.
3. Menciptakan budaya cinta buku dan gemar membaca.
4. Memberi kesempatan kepada masyarakat untuk menulis buku dan diterbitkan secara nasional, sehingga dikenal di seluruh Indonesia.

Nama Zanafa yang terkesan kearab-araban sesungguhnya tidak punya arti khusus, karena nama itu diambil dari nama putra-putri pemilik usaha (Owner) yaitu ZAKI (Ahmad Zaki), NADA (Nada Fitria) dan FAHMA (Fahma Zakiah). Konsumen adalah setuju.

Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk menguji kemampuan suatu angket untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh angket tersebut. Jika r hitung $>$ r tabel, maka butir pertanyaan tersebut disebut *valid*.

Sebaliknya, jika r hitung $<$ r tabel, maka hasilnya dinyatakan *tidak valid*. Pengolahan uji data validitas ini menggunakan SPSS (*Service For Product and Statistic Solutions*). Nilai r hitung diambil dari output SPSS *Cronbach Alpha* pada kolom *Corrected Item-Total Correlation*. Sedangkan nilai r tabel diambil dengan menggunakan rumus $df = n - k - 1$ yaitu $df = 96 - 2 - 1 = 93$ untuk adalah alpha 5%. Sehingga menghasilkan nilai r tabel sebesar 0,2017

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel

No.	Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Hasil
1.	Kualitas Pelayanan (X1)	X1	0,962	0,2017	Valid
		X2	0,752	0,2017	Valid
		X3	0,899	0,2017	Valid
		X4	0,587	0,2017	Valid
		X5	0,877	0,2017	Valid
2.	Kelengkapan Produk (X2)	X1	0,744	0,2017	Valid
		X2	0,846	0,2017	Valid
		X3	0,943	0,2017	Valid
		X4	0,879	0,2017	Valid
		X5	0,879	0,2017	Valid
3.	Kepuasan Konsumen (Y)	Y1	0,868	0,2017	Valid
		Y2	0,973	0,2017	Valid
		Y3	0,921	0,2017	Valid
		Y4	0,973	0,2017	Valid
		Y5	0,921	0,2017	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS, 2025

Dari tabel 2 dapat dilihat bahwa semua butir pernyataan yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian mempunyai koefisien korelasi (r hitung) yang lebih besar dari (r tabel) untuk sampel 96 responden yaitu pada $df = 96 - 2 - 1 = 93$. Hal ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan dari ketiga variabel yang diteliti valid.

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas dilakukan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dipercaya atau dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten bila dilakukan pengukuran berulang ulang. Penelitian dapat dikatakan reliabel apabila memenuhi kriteria bila nilai koefisien reliabilitas lebih besar dari 0,60. Adapun analisis yang digunakan adalah dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha* seperti pada tabel 5.26 berikut :

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas Variabel

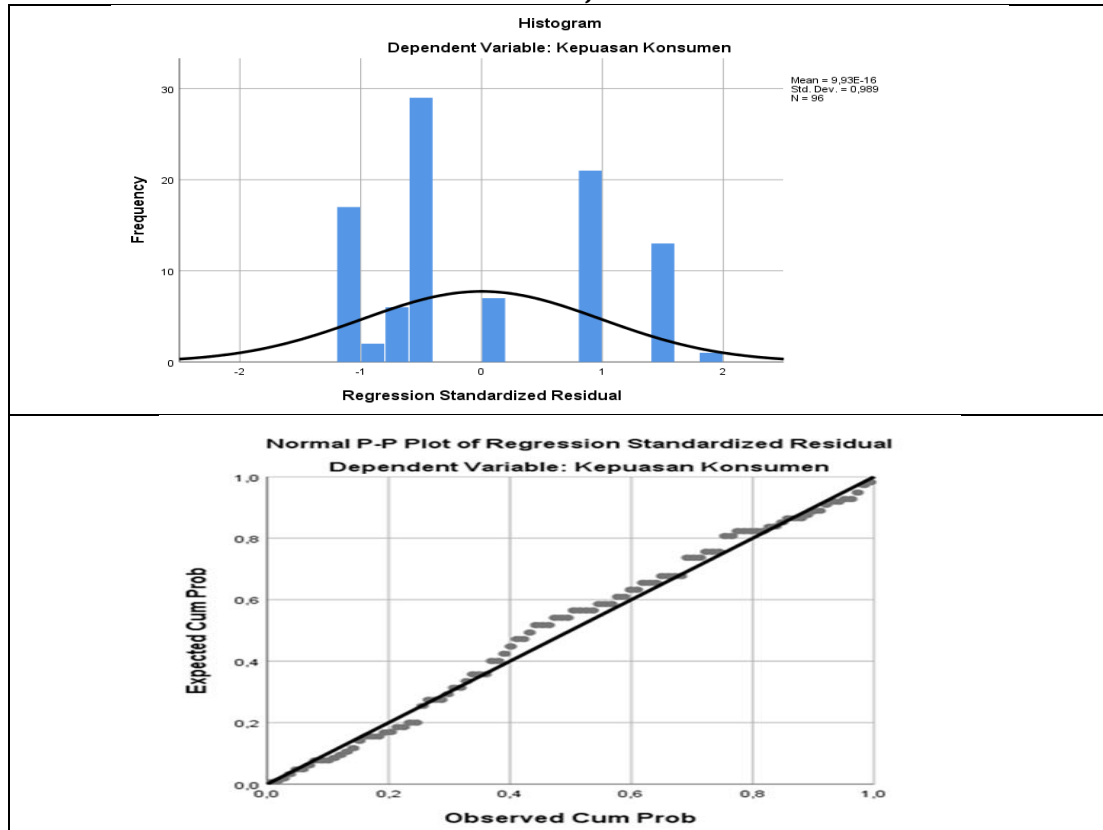
No.	Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan (X1)	5	0,882	Reliabel
2.	Kelengkapan Produk (X2)	5	0,903	Reliabel
3.	Kepuasan Konsumen (Y)	5	0,962	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 3 tersebut dapat diketahui nilai Cronbach's Alpha pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah 0,882. Variabel Kelengkapan Produk (X2) adalah 0,903 dan variabel Kepuasan Konsumen (Y) adalah 0,962, Sehingga dapat dinyatakan bahwa semua instrumen tersebut reliabel karena memiliki nilai Cronbach's Alpha diatas 0,60.

Uji Normalitas

Tujuan Uji Normalitas adalah untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel dependen dan independen mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal, dengan melihat penyebaran data (titik-titik) pada sumbu diagonal dari grafik. Cara yang bisa dilakukan untuk menguji kenormalan data adalah dengan menggunakan grafik Normal P-P Plot of Regression Stand dengan melihat penyebarannya. Jika pada grafik tersebut penyebaran datanya mengikuti pola garis lurus, maka datanya normal. Jika pada tabel test of normality dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov nilai $sig > 0,05$, maka data tersebut berdistribusi normal. Hubungan antara variabel yang diprediksi dengan residualnya dapat di gambarkan sebagai berikut ini :

Gambar 1 Hasil Uji Normalitas**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,57511842
Most Extreme Differences	Absolute	,150
	Positive	,155
	Negative	-,144
Test Statistic		,150
Asymp. Sig. (2-tailed)		,077 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Sumber : Data Olahan SPSS,2025

Berdasarkan gambar 1 Pada P-P Plot of Regression Standardized Residual terlihat bahwa noktah (titik) menyebar sekitar garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal sehingga dinyatakan bahwa regresi dalam penelitian layak digunakan untuk mengukur Kepuasan Konsumen, hal ini berarti data residual terdistribusi dengan normal.. Sedangkan dari yang terlihat di One-Sample Kolmogorov-smirnov Test ditemukan bahwa tingkat Sign > 0,05 atau 0,077 > 0,05, Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

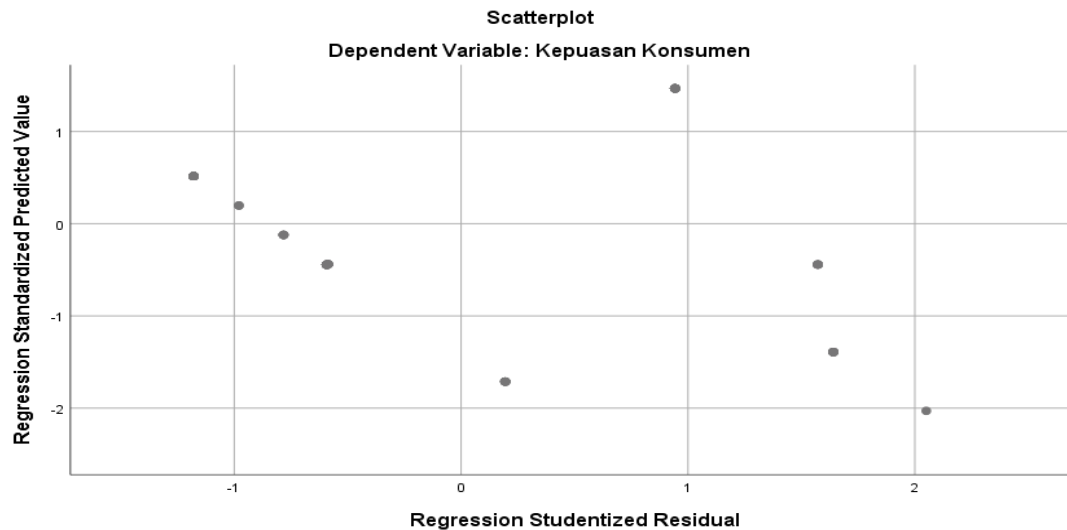
Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah metode dalam analisis regresi yang digunakan untuk menguji apakah varians dari kesalahan (residual) dalam model regresi bersifat konstan (homoskedastisitas) atau tidak (heteroskedastisitas). Heteroskedastisitas terjadi ketika varians residual bervariasi di sepanjang

rentang nilai variabel independen, yang dapat mempengaruhi keakuratan dan validitas estimasi koefisien regresi serta hasil uji statistik.

Dasar analisis ini dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel (ZPRED) dengan residual (SRESID). Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola-pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadinya heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data Olahan SPSS,2025

Berdasarkan Gambar 2 tersebut terlihat bahwa titik-titik tidak membentuk pola tertentu dan menyebar diatas dan di bawah 0 (nol) pada sumbu Y. Jadi dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini tidak terdapat heteroskedastisitas.

Regresi Linier Berganda

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh antara variabel bebas (*independent*) yaitu harga X1 dan kualitas pelayanan X2 terhadap variabel terikat (*dependen*) yaitu kepuasan konsumen Y. Untuk mengetahui nilai a dan b1, dan b2, dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4 Hasil Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,162	2,838		1,819	,050		
	Kualitas Pelayanan	,361	,094	,339	3,833	,000	,999	1,001
	Kelengkapan Produk	,363	,078	,412	4,658	,000	,999	1,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Olahan SPSS,2025

Berdasarkan Tabel 4 dapat diketahui bahwa nilai a = 5,162 nilai b1 = 0,361, nilai b2 = 0,363 dan berikut persamaan regresinya.

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 5,162 + 0,361 X_1 + 0,363 X_2 + e$$

Berdasar persamaan diatas maka dapat dilihat pengaruh variabel Kualitas Pelayanan X1 dan Kelengkapan Produk X2, terhadap variabel Kepuasan Konsumen Y adalah konstanta (a) sebesar 5,162 berarti saat variabel Kualitas Pelayanan X1, Kelengkapan Produk X2, dianggap tidak ada, maka variabel keputusan pembelian Y masih tetap diperoleh sebesar 7,937.

Hasil regresi menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,361 menandakan bahwa setiap

peningkatan satu satuan dalam kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,361 satuan, dengan asumsi variabel lainnya tetap. Begitu pula, kelengkapan produk memiliki koefisien regresi sebesar 0,363, yang berarti peningkatan satu satuan dalam kelengkapan produk akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 0,363 satuan.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (T)

Uji T menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen. Pengambilan keputusan dapat dilakukan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Jika nilai probabilitas signifikan > 0.05 , maka hipotesis ditolak. Hipotesis ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
2. Jika nilai probabilitas signifikan < 0.05 , maka hipotesis tidak dapat ditolak mempunyai arti bahwa variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t yang didapat dari perhitungan dengan nilai t yang ada pada tabel t dengan tingkat kesalahan (α) sebesar 5% dan derajat kebebasan atau *degree of freedom* (df) sebesar $n-k$.

Dimana:

n = Jumlah sampel, k = Jumlah variabel (variabel bebas dan terikat).

Tabel 5. Hasil Uji T

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,162	2,838		1,819	,050		
	Kualitas Pelayanan	,361	,094	,339	3,833	,000	,999	1,001
	Kelengkapan Produk	,363	,078	,412	4,658	,000	,999	1,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Olahan SPSS, 2025

Berdasarkan Tabel 5 Uji t ini dilakukan dengan membandingkan t_{hitung} dengan t_{tabel} pada signifikansi 5% ($\alpha=0,05$). Untuk nilai t_{tabel} diperoleh sebagai berikut: $df = n - k - 1$ (baris), α (kolom), maka diperoleh $96 - 2 - 1 = 93$ (baris) dan 0,05 (kolom) sehingga nilai t_{tabel} diperoleh sebesar 1,985. Hasil regresi diperoleh bahwa secara parsial dapat dilihat bahwa kedua variabel berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Y yaitu variabel Kualitas Pelayanan X_1 dimana $t_{hitung} = 3,833 > t_{tabel} 1,985$ dan nilai probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$, dan variabel Kelengkapan Produk X_2 dimana $t_{hitung} = 4,658 > t_{tabel} 1,985$ dan nilai dan nilai probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$.

Uji Simultan (Uji F)

Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama menjelaskan variabel dependen. Analisa uji F dilakukan dengan membandingkan F_{hitung} dan F_{tabel} namun sebelum membandingkan nilai F tersebut, harus ditentukan tingkat kepercayaan dan derajat kebebasan (*degree of freedom*) = $n - k - 1$ agar dapat ditentukan nilai kritisnya. Adapun nilai Alpha digunakan dalam penelitian ini adalah sebesar 0,05. Adapun hasil uji F dapat dibuat pada tabel berikut ini:

Tabel 6 Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	123,167	2	61,584	17,569	,000 ^b
	Residual	325,989	93	3,505		
	Total	449,156	95			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan

Sumber: Data Olahan, 2025

Berdasarkan Tabel 6 Dari hasil regresi diperoleh Fhitung sebesar 17,569, dengan menggunakan tingkat kepercayaan 95% atau $\alpha = 0,05$ maka dari tabel distribusi $df = n - k - 1$ diperoleh nilai Ftabel = 3,094 dengan membandingkan nilai Fhitung dengan Ftabel, maka $F_{hitung} (17,569) > F_{tabel} (3,094)$ dan probabilitas $(0,000) < 0,05$. Hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, jadi variabel Kualitas Pelayanan X1 dan Kelengkapan Produk X2, secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan.

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Kualitas Pelayanan X1, variabel Kelengkapan Produk X2, terhadap variabel Kepuasan Konsumen Y dapat dilihat dengan melalui nilai Adjusted R Square dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 7 Hasil Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,524 ^a	,274	,259	1,87223

a. Predictors: (Constant), Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber: Data Olahan SPSS, 2025

Berdasarkan Tabel 5.28 Nilai korelasi (R) yang dihasilkan adalah sebesar 0,524. Maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang tinggi antara variabel independen terhadap variabel dependen. Sedangkan nilai R Square sebesar 0,274. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kelengkapan Produk (X2) secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 27,4% terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sedangkan sisanya sebesar 72,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini,

PEMBAHASAN

Adapun jumlah responden pada penelitian ini sebanyak 96 orang atau konsumen Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan yang terdiri dari : Jenis Kelamin responden yang paling banyak adalah Perempuan dengan tingkat Usia responden yang paling banyak adalah usia 21 – 25 Tahun. Sedangkan tingkat Pendidikan terbanyak adalah Strata 1.

Hasil rata-rata tanggapan responden terhadap pernyataan variabel Kualitas Pelayanan adalah 4,60, Kelengkapan Produk X2 adalah 4,75, dan variabel Kepuasan Konsumen Y adalah 4,31, yang berarti semua rata-rata jawaban responden terhadap ketiga variabel penelitian adalah sangat setuju.

Model analisis regresi linier berganda yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu :

$5,162 + 0,361 X_1 + 0,363 X_2 + e$ Dimana nilai konstanta sebesar 5,162, variabel Kualitas Pelayanan X1 = 0,361, dan variabel Kelengkapan Produk X2 sebesar = 0,363.

SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan dan untuk mengetahui pengaruh terbesar dari variabel independen. Dan berdasarkan hasil pembahasan di atas, dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Kesimpulan lain dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian, Membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan terbukti valid dan reliabel.
2. Berdasarkan hasil penelitian uji normalitas di dapatkan hasil penelitian Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen Di Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan berdistribusi dengan normal dengan hasil bukti hasil noktah (titik) menyebar dalam garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal.
3. Berdasarkan analisis secara parsial, hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa nilai **thitung** = 3,833 > **ttabel** 1,985 yang berarti Variabel bahwa Kualitas Pelayanan dan Kelengkapan Produk berpengaruh signifikan terhadap Variabel Kepuasan Konsumen Di Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan
4. Berdasarkan perhitungan koefisien Determinasi (R²) diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,274. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) dan Kelengkapan Produk (X2)

secara keseluruhan memberikan pengaruh sebesar 27,4% terhadap Kepuasan Konsumen (Y) sedangkan sisanya sebesar 72,6% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini,

SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diuraikan, Adapun beberapa saran-saran yang dapat disampaikan penulis dalam penelitian ini yang nantinya akan menjadi masukan untuk meningkatkan suatu kepuasan konsumen Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan sebagai berikut :

1. Bagi Toko Buku Zanafa 2 Cabang Marpoyan agar lebih memperhatikan lagi kualitas pelayanan ditoko seperti memberikan pelatihan – pelatihan terkait keterampilan komunikasi dan etika pelayanan terhadap karyawan dan memperhatikan kelengkapan produk dengan selalu dilakukan pengecekan stok dan menganalisis kebutuhan konsumen.
2. Bagi akademik hendaknya menambah referensi kepustakaan yang dapat dijadikan sebagai rujukan bagi mahasiswa untuk melakukan penelitian khususnya di bidang manajemen pemasaran
3. Bagi peneliti selanjutnya, pada penelitian ini erdapat beberapa pernyataan dengan nilai terendah pada masing-masing indikator variabel, yang dapat menjadi perhatian dan peluang pengembangan untuk penelitian selanjutnya. Pada variabel Kualitas Pelayanan (X1), pernyataan dengan nilai terendah menunjukkan bahwa karyawan belum sepenuhnya sigap dalam membantu pembeli yang kebingungan serta kurang profesional dalam menghadapi konsumen yang bersikap kurang ramah. Selain itu, kemampuan karyawan dalam memberikan informasi secara tepat juga dinilai masih kurang optimal. Oleh karena itu, peneliti selanjutnya disarankan untuk menggali lebih dalam faktor-faktor yang memengaruhi responsivitas dan kompetensi komunikasi karyawan, baik melalui pendekatan kualitatif seperti wawancara atau observasi, maupun dengan menambahkan indikator yang lebih spesifik. Pada variabel Kelengkapan Produk (X2), nilai terendah terdapat pada pernyataan bahwa toko belum menyediakan produk dalam berbagai macam variasi yang memadai, sehingga pilihan konsumen menjadi terbatas. Penelitian selanjutnya dapat lebih fokus pada preferensi konsumen terhadap ragam produk yang diinginkan serta dampaknya terhadap kepuasan atau keputusan pembelian. Sementara itu, pada variabel Kepuasan Konsumen (Y), nilai terendah ditemukan pada pernyataan bahwa merek yang dijual belum sepenuhnya mencerminkan nilai atau citra yang penting bagi konsumen, serta pengalaman berbelanja yang belum cukup kuat untuk mendorong konsumen kembali berbelanja. Oleh karena itu, disarankan bagi penelitian berikutnya untuk mempertimbangkan penambahan variabel seperti *brand image*, *customer experience*, atau loyalitas pelanggan guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan dan niat pembelian ulang. Dengan memperhatikan hal-hal tersebut, diharapkan penelitian selanjutnya dapat memberikan kontribusi yang lebih luas dan mendalam terhadap pengembangan kualitas pelayanan, kelengkapan produk, serta peningkatan kepuasan konsumen.

REFERENSI

- Ahmad Afan Zain. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Al-Maqashid: Journal of Economics and Islamic Business*, 2(2), 47–54.
- Arianto, A. (2023). *Manajemen Pemasaran*.
- Eriyanto Prastyo Nugroho. (2011). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan konsumen Pengguna Notebook Acer. In *Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang*.
- Gultom, D. K., Arif, M., & Muhammad Fahmi. (2020). Determinasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepercayaan Dedek. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(2), 273–282.
- Jacobus, T. (2022). Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Freshmart Superstore Bahu Manado di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal EMBA*, 10(4), 95–105.
- Kepuasan, T., Poskopi, K., & Jombang, Z. I. O. (2021). 469676-None-C9314916. 2(2), 603–612.
- Kurniawan, R., & Krismonita, Y. A. (2020). Pengaruh Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Giant Expresss Sukabumi (Studi Kasus konsumen Giant Expresss Sukabumi). *Jurnal Ilmiah Manajemen*, 11(2), 145–154.
- Monica, C., & Marlius, D. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah pada Bank Nagari cabang Muaralabuh. *Jurnal Pundi*, 7(1), 53.
- Nurhadi, N. (2020). Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah. *EkBis: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 137.

- Pramono, H. S., Rahadhini, M. D., & Susanti Retno. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 21(3), 1–9.
- Rahmah, C. A. (2020). , Dengan Jumlah Sampel Yaitu 87 Orang. *Jurnal Manajemen Tools*, 12(2), 30–44.
- Redha, A., & Husain, M. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Pelaksanaan Klaim Kecelakaan Lalulintas Program Magister Ilmu Administrasi Publik Pascasarjana Universitas Medan Area.
- Sariatn, S., & Ekawati, C. (2023). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 5, 1258–1261.
- Steven. (2022). Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi.
- Tirtayasa, S., Lubis, A. P., & Khair, H. (2021). Keputusan Pembelian: Sebagai Variabel Mediasi Hubungan Kualitas Produk dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Inspirasi Bisnis Dan Manajemen*, 5(1), 67.
- Wahyudi, D., Rahayunianto, A., & Farida, F. (2022). Pengaruh Ketrampilan Menjual Dan Kelengkapan Produk Terhadap Omzet Penjualan Tanaman Hias. *Management and Accounting Expose*, 5(1), 35–47.
- Fandy Tjiptono, Ph. D dan Gregorius Chandra. (2016). Service Quality and Satisfaction. Yogyakarta: Andi offset
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2014). Dasar-Dasar Pemasaran, 15th ed. Penerbit Indeks, Jakarta.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung
- Sugiyono, Prof. Dr. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung : CV. Alfabeta.
- Tjiptono, F 2014, Pemasaran Jasa- Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- Ghozali, I. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Sugiyono.(2018).Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung:Alfabeta
- Kotler, & Keller. (2016). Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 & 2. PT. Indeks.
- Kotler,P.,Kartajaya,H.,Setiawan,I.(2019).Marketing4.0 Bergerak dari Tradisional Digital .Jakarta:PT GramediaPustakaUtama