

ABSTRAK

Saifi Nur Fawaid. 2024. *Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Hj. Firda di Desa Klompang Barat Kecamatan Pakong.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syaria'ah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Pembimbing: Wasilul Chair, S. H., I., M. Si.

Kata Kunci: harga, kelengkapan produk, kepuasan konsumen.

Toko Hj. Firda merupakan salah satu toko yang melayani grosir dan ritel di daerah Pakong, tepatnya Desa Klompang Barat. Toko Hj. Firda memberikan alternatif bagi masyarakat yang konsumtif berbelanja dengan harga yang bersaing serta kualitas barang pilihan. Toko Hj. Firda menyediakan keberanekaragaman kebutuhan rumah tangga seperti makanan, minuman, kebutuhan rumah tangga, sembako, kebutuhan diri yang berkualitas untuk konsumennya. Selain produk yang beraneka ragam, toko tersebut juga menerapkan harga yang terjangkau dan mampu bersaing, dalam artian harga termasuk lebih murah dari toko-toko lain sejenis. Hal ini dapat menyebabkan Toko Hj. Firda menjadi ramai dikunjungi konsumen. Akan tetapi, terdapat beberapa kendala pada aspek kelengkapan produk. Permasalahan tersebut meliputi apabila produk sudah habis tidak langsung ada pengganti stok sehingga beberapa konsumen merasa produk yang dijual tidak sesuai dengan yang diharapkan. Selain itu, penyediaan barang juga semakin berkurang.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen Toko Hj. Firda di Desa Klompang Barat Kecamatan Pakong secara parsial dan simultan. Populasi pada penelitian ini seluruh pelanggan yang berbelanja di Toko Hj. Firda. Adapun sampel pada penelitian ini sebanyak 96 responden. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuisioner yang disebar. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji parsial (uji t), dan uji simultan (uji f) yang selanjutnya dianalisis menggunakan aplikasi SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,031 > 1,986$ dan nilai signifikansi $0,024 < 0,05$. Begitu pula dengan kelengkapan produk, kelengkapan produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,062 > 1,986$ dengan nilai signifikansi $0,011 < 0,05$. Berdasarkan hasil penelitian juga menunjukkan bahwa harga dan kelengkapan produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $3,387 > 3,095$ dan nilai signifikansi $0,038 < 0,05$.