

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi sekarang, lanskap bisnis berkembang dengan cepat di berbagai wilayah. Konsekuensinya, setiap bisnis harus bersaing secara strategis dengan mempelajari dan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan untuk membedakan diri dari pesaing dan memperoleh pangsa pasar. Selain itu, era globalisasi sendiri dipengaruhi faktor-faktor contohnya perubahan gaya hidup serta tuntutan masyarakat. Saat ini konsumen Indonesia lebih berpikiran terbuka dan dapat memilih barang dan jasa yang akan mereka gunakan berdasarkan kebutuhan spesifik mereka.

Pada dasarnya setiap pebisnis ingin menjalankan bisnisnya dengan sukses. Kepuasan pelanggan adalah salah satu cara untuk mengetahui apakah suatu bisnis berhasil. Tingkat kepuasan seseorang ditentukan oleh seberapa puasny ia terhadap kinerja atau hasil yang berkaitan dengan harapannya¹. Kotler dan Armstrong menggambarkan kepuasan pelanggan serta sejauh mana produk memenuhi ekspektasi kinerja dalam kaitannya dengan harapan pembeli². Karena setiap pelanggan mengalami tingkat kepuasan yang berbeda-beda dan proses pemenuhannya melibatkan lebih dari sekadar produk berkualitas tinggi, harga terjangkau, kelengkapan produk, dan pelayanan

¹ Atmadjati Arista, *Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini*, (Yogyakarta: Deepublish, 2018), 4.

² Armstrong, dan Kotler, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kesembilan, (Jakarta: PT. Indeks Gramedia, 2003), 9.

memuaskan, maka sulit bagi setiap pelaku usaha untuk mencapai kepuasan pelanggan³.

Untuk menilai tingkat kepuasan konsumen yang dapat dinilai berdasarkan harga dan kelengkapan produk, perlu dipahami faktor-faktor yang mempengaruhinya kepuasan konsumen. Jumlah yang dibayarkan oleh pelanggan sebagai imbalan atas keuntungan memiliki suatu produk dikenal sebagai harga. Jumlah ini dikurangkan dari nilai produk⁴. Harga berperan penting dalam membentuk nilai konsumen karena berpotensi mempengaruhi pengeluaran dan pendapatan perusahaan. Harga mempengaruhi kepuasan pelanggan secara internal.

Kelengkapan produk menjadi faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan selain harga. Puncaknya di sini menyangkut banyaknya jenis barang yang ditawarkan, variasi ukuran yang berbeda, merek yang berbeda dan aksesibilitas barang secara konsisten. Kotler (2009) mendefinisikan kelengkapan produk sebagai ketersediaan seluruh Produk adalah jenis barang yang diproduksi oleh produsen untuk dimiliki, dipakai, ataupun dikonsumsi pelanggan. Pelanggan membeli produk sebab sesuai keperluan khusus ataupun memberi manfaat khusus. Istilah “Karakteristik produk” bukan cuma mencakup aspek nyata dari produk namun juga mencakup "fitur berwujud", namun juga "fitur tidak berwujud", yang mencakup hal-hal seperti layanan yang dapat dilihat dan gambar. Kelengkapan produk menjadi contoh faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Semakin

³ Maslachatul Chikmiah, “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Lokasi dan Fasilitas terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis Ritel Syariah 212 Mart” (Skripsi, UIN Sunan Ampel, Surabaya, 2021), 2.

⁴ Arianty, N., Jasin, HJ., Nasution, P. L. K., & Cjristina, I. *Manajemen Pemasaran*. (Medan: Perdana Publishing, 2016), 18.

lengkap suatu produk, semakin puas pelanggan dan semakin besar kemungkinan mereka membeli barang yang sama atau memenuhi kebutuhannya lagi. Namun kelengkapan produk yang kurang dapat menurunkan kepuasan pelanggan.

Ketika pelanggan merasa puas dengan produk yang mereka beli, kemungkinan besar akan terjadi mereka ingin membelinya lagi di masa mendatang ketika mereka membutuhkan barang yang sama. Ketika pelanggan puas dengan layanan, harga, atau fasilitas di lokasi tertentu, mereka cenderung untuk kembali lagi dan melakukan pembelian tambahan di lokasi tersebut. Pelanggan yang puas lebih cenderung merekomendasikan suatu produk atau layanan kepada teman dan keluarganya dibandingkan mereka yang tidak menyukainya. Dengan demikian, dapat dinyatakan derajat kepuasan pelanggan menjadi alasan utama mereka terus membeli suatu produk.

Kepuasan pelanggan terjadi ketika suatu produk atau layanan memenuhi harapan pelanggan. Jika suatu produk dapat membuat pelanggan puas dalam jangka waktu yang lama, mereka akan senang. Kepuasan konsumen merupakan respon emosional atas kebahagiaan atau kekecewaan yang dialami seseorang setelah mengevaluasi hasil suatu produk yang diinginkan. Pelanggan biasanya akan merespons dengan salah satu dari dua cara jika mereka tidak puas: dengan tetap diam atau memprotes. Perusahaan harus mampu memuaskan pelanggan dengan menawarkan produk yang lengkap, kualitas yang unggul, harga lebih rendah, pengiriman produk lebih cepat, dan layanan lebih baik dibandingkan pesaing. Menjalin hubungan positif antara bisnis dengan pelanggannya, sehingga menimbulkan pembelian

berulang dan menumbuhkan loyalitas pelanggan terhadap produk dan jasanya merupakan manfaat kepuasan pelanggan yang pada akhirnya dapat bermanfaat bagi perusahaan.

Toko Hj. Firda merupakan toko grosir dan ritel yang cukup dikenal oleh warga Pakong karena toko tersebut sudah berdiri sejak Tahun 2008. Toko Hj. Firda menawarkan alternatif bagi konsumen untuk membeli barang dengan harga dan kualitas yang kompetitif. Strategi ini efektif untuk tetap bersaing dengan bisnis sejenis. Hj Shop Firda menawarkan rangkaian produk berkualitas tinggi, antara lain makanan, minuman, perlengkapan rumah tangga, kebutuhan pokok, dan kebutuhan pribadi. Selain produk yang beragam, toko tersebut juga menerapkan harga yang terjangkau dan mampu bersaing, dalam artian harga termasuk lebih murah dari toko-toko lain sejenis. Hal ini menyebabkan Toko Hj. Firda menjadi ramai dikunjungi oleh konsumen. Ramainya toko tersebut menjadi hal menarik untuk diteliti. Toko HJ. Firda melayani pelanggan dengan pelayanan ramah, cepat dan akurat, produk berkualitas tinggi, dan pilihan lengkap, serta harga yang terjangkau adalah bonus yang membantu Anda memenangkan persaingan dan menarik pelanggan.

Akan tetapi, terdapat beberapa permasalahan yang terjadi pada aspek kelengkapan produk. Permasalahan tersebut meliputi apabila produk sudah habis tidak langsung ada pengganti stoknya. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan di Toko Hj. Firda terdapat Selain pasokan barang yang semakin berkurang, sebagian pelanggan mendapat kesan bahwa produk yang dijual tidak sesuai harapan. Alhasil, kelengkapan produk Toko Hj. Untuk

meningkatkan kepuasan pelanggan, Firda perlu ditingkatkan agar sesuai dengan harapan pelanggan. Hal tersebut relevan terhadap temuan Purnama dkk yang menunjukkan pelanggan tidak akan puas terhadap suatu produk jika kelengkapannya kurang.⁵

Selain kelengkapan produk, hal yang diutamakan dalam usaha grosir dan ritel adalah harga dari produk yang dijual. Faktor terpenting dalam mendongkrak penjualan seringkali adalah menetapkan harga yang tepat. Kecil kemungkinan suatu produk akan laku di pasaran jika penetapan harganya tidak sesuai dengan pasar. Terdapat beberapa perbedaan harga yang ditetapkan pada grosir dan ritel di Toko Hj. Firda. Harga grosir memiliki minimal pembelian, yaitu tiga barang pada setiap jenis maka akan mendapatkan harga grosir dan lebih murah. Sedangkan harga ritel berlaku untuk setiap barang pada setiap jenis. Harga ritel yang ditetapkan juga masih terjangkau dan bersaing di pasaran.

Tabel 1.1

Daftar Harga Produk di Toko HJ. Firda

No.	Produk	Harga Ritel	Harga Grosir
1.	Mie Sedap Goreng	3.000	2.700
2.	Mie Sedap Soto	3.000	2.600
3.	Teh Pucuk	3.000	2.500
4.	Gula Pasir 1kg	13.500	13.000
5.	Sabun Mandi Lervia	4.000	3.500
6.	Susu Bear Brand	10.000	9.600
7.	Susu Tiga Sapi Kaleng	13.000	12.300

⁵ Nadia Ika Purnama, dkk. "Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di 212 Mart". *Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi)* Vol 3 No 1 hal 74-86 (2022).

8.	Kecap Sedap Refil 63ml	2.000	1.650
9.	Mama Lemon 2.000	2.000	1.700
10.	Roti Sisir Poenix	3.500	3.100

Sumber: Data Daftar Harga Produk di Toko Hj. Firda, 2023.

Berdasarkan pada Tabel 1.1 diketahui harga grosir lebih murah dari harga ritel. Selain itu, harga produk ritel yang dijual hampir sama tetapi harga produk grosir lebih murah dibandingkan harga di toko kelontong sejenis. Hal ini menyebabkan beberapa pelanggan masih tetap bertahan di Toko Hj. Firda. Hal tersebut relevan terhadap penelitian dari Liardi dan Chandra yakni harga mempengaruhi penilaian konsumen terhadap suatu produk⁶. Harga juga dapat meningkatkan kepuasan konsumen⁷ sehingga konsumen bertahan di toko tersebut dan kembali untuk membeli produk atau keperluan yang sama.

Dari penjelasan tersebut, penulis melaksanakan penelitian terhadap **“Pengaruh Harga dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Hj. Firda di Desa Klompang Barat Kecamatan Pakong”**.

B. Rumusan Masalah

Latar belakang tersebut dapat membantu peneliti menentukan rumusan masalah penelitian yaitu.

1. Apakah harga dan kelengkapan produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Hj. Firda?

⁶ William Lianardi dan Chandra Stefani. “Analisis Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Swalayan JUNI Pekanbaru”. *Kurs : Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*. Vol. 4 No. 1, Juni (2019).

⁷ Nadia Ika Purnama, dkk. “Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di 212 Mart”. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)* Vol 3 No 1 hal 74-86 (2022).

2. Bagaimana harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Hj. Firda?
3. Bagaimana kelengkapan produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Hj. Firda?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah tersebut, tujuan penelitian dapat dijabarkan yakni.

1. Untuk mengetahui pengaruh harga dan kelengkapan produk secara simultan terhadap kepuasan konsumen di Toko Hj. Firda.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen di Toko Hj. Firda.
3. Untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen di Toko Hj. Firda.

D. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini bisa dijabarkan secara teoritis dan praktis, yaitu:

1. Secara Teoritis

Bagi Akademisi Ekonomi Islam, Penelitian ini memberikan wawasan dan pemahaman mengenai kualitas layanan dan harga, kelengkapan produk, dan kepuasan pelanggan.

2. Secara Praktis

Perusahaan dapat menjadikan penelitian ini sebagai referensi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan melakukan evaluasi.

E. Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Klompang Barat, yaitu salah satu toko ritel dan grosir Toko Hj. Firda. Peneliti memilih tempat penelitian Toko Hj. Firda karena dapat dijangkau dan mengurangi biaya saat penelitian. In this research, consumer satisfaction serves as the dependent variable (Y), while price (X1) and product completeness (X2) are the independent variables.

Adapun indikator variabel harga, kelengkapan produk serta kepuasan konsumen adalah.

1. Indikator Harga
 - a. Efektivitas biaya
 - b. Harga relatif terhadap kualitas produk
 - c. Daya saing harga
 - d. Menyelaraskan harga dengan manfaat
2. Indikator Kelengkapan Produk
 - a. Macam merek produk
 - b. Kelengkapan produk
 - c. Ukuran produk atau keragaman
 - d. Kualitas produk
3. Indikator Kepuasan Konsumen
 - a. Memenuhi ekspektasi konsumen
 - b. Keinginan untuk kembali
 - c. Kemungkinan merekomendasikan kepada orang lain

F. Asumsi Penelitian

Asumsi dasar atau dalil tentang sesuatu yang berkaitan dengan masalah penelitian yang telah diterima peneliti dikenal dengan asumsi penelitian. Dalam penelitian, asumsi dasar berfungsi sebagai landasan berpikir dan bertindak, menonjolkan variabel yang diteliti, serta menetapkan dan merumuskan hipotesis. Asumsi mendasar Penelitian ini menjelaskan kelengkapan produk dan harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Toko Hj. Firda.

G. Hipotesis Penelitian

Hipotesis ini didasari dari latar belakang penelitian maka hipotesisnya yakni

- H₁ : Harga dan kelengkapan produk secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- H₂ : Harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
- H₃ : Kelengkapan produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H. Definisi Istilah

1. Harga

Harga ialah nilai tukar yang digunakan untuk menilai nilai yang diperoleh seseorang atau kelompok dari suatu barang atau jasa pada waktu dan lokasi tertentu, yang dinyatakan dalam uang atau barang lainnya.

2. Kelengkapan Produk

Puncak barang adalah tersedianya berbagai macam barang yang diusulkan untuk diklaim, dimanfaatkan atau digunakan barang yang ditawarkan oleh produsen dan dibeli konsumen sebab sesuai kebutuhan

ataupun memberi manfaat khusus, kualitas barang tidak sekedar mencakup yang sebenarnya. bagian dari produk (sorotan penting), namun juga perspektif non-aktual (elemen yang sulit dipahami, misalnya gambar dan layanan yang harus terlihat).

3. Kepuasan Konsumen

Respons perilaku konsumen terhadap suatu produk atau layanan dikenal sebagai evaluasi pasca pembelian terhadap kinerjanya (kinerja produk) dibandingkan dengan harapannya.

I. Kajian Terdahulu

Tujuan penelitian terdahulu adalah mengumpulkan data untuk perbandingan serta referensi. Dan juga, untuk menghindari asumsi adanya hubungan dari penelitian ini. Pada survei tertulis, spesialis memasukkan konsekuensi dari pemeriksaan sebelumnya:

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sulistiyo Anjarwan (2018) berjudul “Pengaruh Kelengkapan Produk, Persepsi Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Toserba DM Baru 1 Pleret Bantul Yogyakarta”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh lokasi DM Baru 1 Department Store, persepsi harga serta kelengkapan produk dalam kaitannya pada kepuasan pelanggan. Penelitian ini mempunyai tambahan variabel independen yaitu lokasi, berbeda dengan penelitian sebelumnya. Merupakan jenis penelitian kuantitatif yang menggunakan angka-angka yang diolah secara statistik untuk menarik kesimpulan tentang kondisi suatu objek tertentu yang berkaitan atau dipengaruhi oleh faktor lain. Dari analisis data, maka kesimpulannya yakni:

Kepuasan pelanggan pada New DM Department Store 1 dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kelengkapan produk. Variabel terikatnya Kepuasan konsumen dipengaruhi secara signifikan oleh kelengkapan produk, persepsi harga, serta lokasi. Hasil pengujian menunjukkan tingkat signifikansi yakni 0,000, ada di bawah 0,05.

2. Chandra dan Lianardi (2019) meneliti tentang “Analisis Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Swalayan JUNI Pekanbaru”. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh keputusan pembelian Supermarket JUNI Pekanbaru terhadap kualitas layanan, kelengkapan produk, dan harga. Variabel independennya meliputi kelengkapan produk dan harga juga dimiliki oleh penelitian ini dan penelitian lainnya. Namun, keputusan pembelian merupakan variabel dependen tersendiri dalam penelitian Chandra dan Liardi. Memakai metode Accidental Sampling dengan jumlah sampel yakni 100 orang, pembeli yang mengunjungi Toko tersebut dipilih sebagai responden. Analisis data dilaksanakan melalui regresi linier berganda, dengan pengujian hipotesis dilaksanakan melalui uji t dan uji F. Temuan penelitian menunjukkan bahwa keputusan pembelian di Supermarket JUNI dipengaruhi dengan signifikan dari kualitas pelayanan, variasi produk, dan harga. Keputusan pembelian dipengaruhi secara kecil namun negatif oleh penelitian tentang variabel kualitas layanan. Kelengkapan produk secara signifikan berdampak pada keputusan pembelian. Diharapkan, mengingat pelanggan Supermarket JUNI sensitif terhadap harga, maka mereka dapat menurunkan menyesuaikan harga atau menerapkan promosi agar tetap kompetitif dalam penetapan harga

berdasarkan temuan penelitian mengenai variabel harga dan kelengkapan produk. Dengan begitu, perseroan mampu mendongkrak penjualan di Supermarket JUNI.

3. Aminullah, dkk. (2018) melakukan penelitian terkait “Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui baik secara individu maupun kolektif bagaimana harga, lokasi, serta kelengkapan produk mempengaruhi keputusan pembelian. Dimasukkannya variabel independen yaitu lokasi menjadi penanda perbedaan penelitian Aminullah dengan penelitian ini. Aminullah menegaskan, riset lokasi sangat penting untuk menentukan keputusan pembelian konsumen. Penelitian deskriptif kuantitatif melalui metode purposive sampling dengan jumlah responden 96 orang ini bersifat eksploratif. Hasil uji kesesuaian menunjukkan bahwa harga, lokasi, dan kelengkapan produk efektif menjelaskan variasi keputusan pembelian pada Toko Putra Motor di Desa Batu Urip, Kecamatan Sumberbaru, Jember. Berdasarkan temuan, faktor-faktor tersebut—harga, lokasi, dan kelengkapan produk—memengaruhi volume penjualan di toko secara positif dan signifikan.
4. Purnama, dkk. (2022) melakukan penelitian tentang “Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di 212 Mart”. Tujuan dari penelitian ini yakni agar tau pengaruh lokasi 212 Mart, kelengkapan produk, dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian Purnama berbeda dengan penelitian lain karena penelitian ini juga berupaya mengetahui dampak lokasi terhadap kepuasan pelanggan. Populasi penelitian ini terdiri dari 96 responden yang pernah melakukan pembelian di 212 Mart.

Kuesioner dengan sejumlah pertanyaan digunakan untuk pengumpulan data. Analisis data memakai uji t, uji F, dan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menunjukkan variabel harga berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan, dengan harga mempengaruhi kepuasan pembelian produk dari 212 Mart. Selanjutnya variabel kelengkapan produk juga berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan, dengan kepuasan pelanggan mempengaruhi kepuasan pembelian produk di 212 Mart. Kemudian ditemukan bahwa pemenuhan barang secara mendasar mempengaruhi pemenuhan pembelanja. Kepuasan pelanggan pada 212 Mart dipengaruhi secara positif oleh variabel lokasi, dan lokasi mempengaruhi kepuasan pelanggan saat membeli suatu produk. Hal ini menunjukkan, melalui pengujian simultan, bahwa kepuasan pelanggan di 212 Mart dipengaruhi oleh harga, kelengkapan produk, dan lokasi.

5. Dora (2022) melakukan penelitian tentang “Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen Liberty Mart Watulimo Trenggalek”. Tujuan dari Penelitian ini berupaya menilai dampak harga, kualitas layanan, dan kelengkapan produk pada kepuasan pelanggan di Liberty Mart Watulimo. Penelitian Dora berbeda dengan penelitian peneliti lainnya karena Dora juga ingin menyelidiki kualitas pelayanan. Populasi penelitian ini tidak terbatas atau tidak teridentifikasi, dan besar sampelnya adalah 100 responden. Teknik analisis data melibatkan berbagai pengujian antara lain Uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik (termasuk uji normalitas, multikolinearitas, serta heteroskedastisitas), analisis regresi linier berganda, uji hipotesis (seperti uji F dan t), serta koefisien determinasi. Kesimpulan yang dapat diambil dari penelitian pengaruh harga,

kualitas pelayanan, dan kelengkapan produk terhadap kepuasan pelanggan di Liberty Mart Watulimo Trenggalek:⁸.

- 1) Hasil hipotesisnya yakni kualitas pelayanan punya pengaruh signifikan pada kepuasan konsumen Liberty Mart Watulimo Trenggalek, sedangkan harga serta kelengkapan produk tidak punya pengaruh signifikan.
- 2) Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa pada Liberty Mart Watulimo Trenggalek kepuasan konsumen dipengaruhi dengan simultan oleh harga, kualitas pelayanan, serta kelengkapan produk. Faktor-faktor ini menyumbang 23,6% variasi kepuasan pelanggan di Liberty Mart. Sisanya 76,4% dipengaruhi dari faktor-faktor yang tidak diteliti pada penelitian ini.

⁸ Laura Dhea Dora. "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen Liberty Mart Watulimo Trenggalek". *Jurnal Inovasi Penelitian*. Vol.3 No.2 Juli hal. 5135, (2022).

Tabel 1.2
Kajian Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian	Persamaan Variabel, Metode, dan Hasil Penelitian	Perbedaan Variabel, Metode, dan Hasil Penelitian
1.	Sulistiyo Anjarwan (2018) “Pengaruh Kelengkapan Produk, Persepsi Harga, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Toserba DM Baru 1 Pleret Bantul Yogyakarta”	Kelengkapan produk dan harga sama-sama berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Metode pengumpulan data yang digunakan sama-sama menggunakan angket.	Terdapat variabel bebas tambahan berupa lokasi yang juga berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen
2.	Chandra dan Liamardi (2019) “Analisis Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada Swalayan JUNI Pekanbaru”	Kelengkapan produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara pemberian	Terdapat variabel bebas tambahan yaitu kualitas pelayanan yang juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian

		angket atau kuisioner.	
3.	Aminullah (2018) "Pengaruh Harga, Lokasi, dan Kelengkapan Produk terhadap Keputusan Pembelian"	Kelengkapan produk dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan angket berdasarkan jumlah indikator penelitian.	Terdapat variabel bebas tambahan yaitu lokasi dengan hasil bahwa lokasi berpengaruh terhadap keputusan pembelian
4.	Purnama, dkk. (2022) "Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk, dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen di 212 Mart"	Harga dan kelengkapan produk menunjukkan hasil yang sama, yaitu berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Metode pengumpulan data pada penelitian ini	Menambahkan variabel bebas berupa lokasi dan menunjukkan hasil bahwa lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen

		sama-sama menggunakan kuisioner.	
5	Dora (2022) "Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen Liberty Mart Watulimo Trenggalek"	Secara simultan harga, kualitas pelayanan, dan kelengkapan produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen. Metode pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan kuisioner atau pertanyaan-pertanyaan yang dibagikan langsung kepada responden atau sampel penelitian.	Secara parsial, harga tidak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, sedangkan kelengkapan produk juga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen