



ANALISIS KELENGKAPAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN PADA UD. SONIA KABUPATEN BIMA

Indra Widaryanto ^{a*}, Muhajirin ^b, Ita Purnama ^c

^a Program Studi Manajemen; indrawidaryanto.stiebima21@gmail.com, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Nusa Tenggara Barat.

^b Program Studi Manajemen; jirin.stiebima@gmail.com, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Nusa Tenggara Barat.

^c Program Studi Manajemen; ita123purnama@gmail.com, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bima, Nusa Tenggara Barat.

* Penulis Korespondensi: Indra Widaryanto

ABSTRACT

This research investigates the level of product completeness and service quality at UD. Sonia, Bima Regency. A descriptive research method with a quantitative approach was employed, with a sample of 100 respondents who had previously shopped at UD. Sonia. The findings indicate that UD. Sonia's product completeness exceeds 75% of the expected criteria, indicating a good performance. However, the service quality falls short of the expected criteria, scoring less than 75%. This study recommends that UD. Sonia focus on improving its service quality to enhance customer satisfaction.

Keywords: *Product Completeness; Service Quality; UD. Sonia.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kelengkapan produk dan kualitas pelayanan pada UD. Sonia Kabupaten Bima. Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Sampel penelitian ini adalah 100 responden yang pernah berbelanja di UD. Sonia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelengkapan produk UD. Sonia lebih dari 75% dari kriteria yang diharapkan atau baik, sedangkan kualitas pelayanan UD. Sonia kurang dari 75% dari kriteria yang diharapkan atau tidak baik. Penelitian ini menyarankan agar UD. Sonia memperhatikan kembali sisi kualitas pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Kata Kunci: Strategi Inovasi Produk, Daya Saing Produk, dan Persaingan Pasar.

Kata Kunci: Kelengkapan Produk; Kualitas Pelayanan; UD. Sonia.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan dalam bidang industri, jasa dan dagang sangat berperan penting dalam dunia perekonomian, dimana perekonomian mampu memberikan perubahan-perubahan yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat. Perubahan kondisi perekonomian Indonesia mengakibatkan terjadinya juga peningkatan bisnis ritel dan eceran. Hal ini ditandai dengan banyaknya bisnis ritel modern dan tradisional yang bermunculan di hampir setiap wilayah Indonesia. Adanya globalisasi juga merupakan faktor utama terciptanya permintaan atau meningkatkan permintaan barang dan jasa ritel (Lianardi & Chandra, 2019).

Semakin ketatnya persaingan bisnis yang ada, dengan jenis usaha yang sama hingga membuat setiap perusahaan semakin diuntut untuk lebih cepat dalam menarik konsumen. Setiap konsumen memiliki banyak pilihan produk atau merek yang mereka inginkan untuk dikonsumsi sesuai dengan kebutuhan

mereka masing-masing. Dunia usaha yang semakin berkembang menyebabkan peran pemasaran sangat penting dalam menunjang kemajuan usaha (Wardana, 2020).

UD. Sonia merupakan salah satu usaha bangunan di Desa Belo Kecamatan Palibelo Kabupaten Bima yang berfokus pada penyediaan berbagai jenis material bangunan, seperti keramik, semen, besi, seng, cat tembok, kayu, dan peralatan listrik lainnya. Berbagai macam jenis barang dari ukuran kecil sampai yang berukuran besar tersedia, agar konsumen mendapatkan sesuai kebutuhan.

Di dalam persaingan ini, setiap pengusaha harus memiliki strategi-strategi khusus agar perusahaan yang di kelolanya tetap eksis di dunia usaha yang digelutinya. Strategi ini tidak lepas dari kelengkapan produk yang berkualitas dan garansi barang yang di perdagangkan. Untuk memenangkan persaingan produk tidak hanya mengutamakan kelengkapan produk, tetapi harus juga memperhatikan kualitas pelayanan yang di berikan kepada pelanggan (Muamar, 2023).

Kelengkapan produk merupakan ketersediaan dari tiap jenis produk yang ditawarkan perusahaan dan di konsumsi oleh pihak konsumen. Beberapa pertimbangan yang berpengaruh pada keputusan pembelian yang meliputi baiknya kelengkapan produk, kualitas layanan serta dari harga produk yang di pasarkan (Puspika & Sitorus, 2023).

Kelengkapan produk adalah yang menyangkut kedalaman, luas dan produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap toko. Penyediaan kelengkapan produk yang baik tidak hanya akan menarik minat konsumen tetapi dapat mempengaruhi keputusan pembelian saat berbelanja. Hal ini menjadi tuntutan tersendiri bagi UD. Sonia untuk dapat memberikan kelengkapan produk agar konsumen muncul niat belinya dan terjadilah keputusan pembelian. Dalam hal ini penjual harus dapat memberikan produk yang baik begitu pula dengan kelengkapan produk yang di tawarkan juga sangat mempengaruhi minat beli konsumen (Lianardi & Chandra, 2019).

Menurut (Prabowo et al., 2024), Kelengkapan produk merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian. Kelengkapan produk adalah menyediakan berbagai jenis produk yang dibutuhkan konsumen serta menyediakannya setiap saat di toko. Konsumen kini memiliki tuntutan yang lebih besar dan beragam dalam pemilihan suatu produk yang mereka beli. Produsen harus memberikan kualitas produk yang baik dengan memperhatikan kelengkapan produk yang ditawarkan. Ketersediaan produk yang bervariasi dengan berbagai macam merek yang disediakan dengan sistem berkelanjutan akan mempengaruhi dan menarik minat konsumen. Konsumen akan menilai apakah konsumen puas atau tidak puas terhadap produk yang ditawarkan.

Kualitas pelayanan adalah tingkat kualitas yang diharapkan oleh konsumen untuk memenuhi keinginannya, jika konsumen merasakan jasa atau pelayanan yang di terimanya dapat memenuhi apa yang diharapkan atau bahkan melampaui harapannya, maka kualitas jasa atau pelayanan tersebut di persepsikan baik, prima dan memuaskan. Sebaliknya apabila jasa atau pelayanan yang di berikan kepada konsumen tidak mampu memenuhi apa yang diharapkan konsumen, maka kualitas jasa tersebut dipersepsikan buruk (Indiani et al., 2024).

Kualitas pelayanan merupakan sebuah upaya dalam melakukan atau memberikan sebuah layanan kepada konsumen. Konsumen akan menilai kualitas sebuah jasa yang dirasakan berdasarkan apa yang mereka deskripsikan. Konsumen akan beralih ke penyedia jasa lain yang lebih mampu memahami kebutuhan spesifik konsumen dan memberikan layanan yang lebih baik. Kualitas layanan yang dapat memuaskan konsumen akan berdampak terjadinya pembelian berulang-ulang yang berarti akan terjadi peningkatan penjualan. Dengan pelayanan yang baik dapat menciptakan kepuasan konsumen serta membantu memuaskan konsumen (Ongky et al., 2023).

Kualitas pelayanan merupakan segala sesuatu upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaian dalam mengimbangi harapan konsumen. Dapat dinyatakan kualitas pelayanan adalah pencapaian hasil tertentu dari aktifitas yang dilakukan dengan cara yang efektif guna memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dan menjalin hubungan yang baik (Biba et al., 2023). Respon pelayanan UD. Sonia kurang memuaskan, keterlambatan dalam melayani juga dapat membuat konsumen beralih ke toko lain, selain itu kurangnya pemahaman produk oleh karyawan akan membuat konsumen merasa tidak puas.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “**Analisis Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan pada UD. Sonia Kabupaten Bima**”

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Kelengkapan Produk

Kelengkapan produk adalah sebagai penyediaan produk yang berhubungan dengan kedalaman, keluasan serta kualitas dari peredaran produk, termaksud ketersediaan akan produk tersebut. Ketersediaan produk yang lengkap dapat meningkatkan ketertarikan konsumen yang berpengaruh pada keputusan untuk melakukan pembelian. Kelengkapan produk ini dapat menciptakan loyalitas dari konsumen untuk peningkatan keputusan pembelian yang berdampak pada tercapainya tujuan perusahaan (Puspika & Sitorus, 2023).

Kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh produsen (Sari et al., 2024). (Puspika & Sitorus, 2023) Mengemukakan beberapa indikator dalam kelengkapan produk diantara lain:

- a. Merek Produk, merupakan ragam jenis merek dari produk berbeda dalam pasar. Merek mencakup sebuah nama, desain ataupun karakteristik dari gabungan semua elemen yang membedakannya dengan produk lain yang dimiliki oleh pesaing.
- b. Kelengkapan Produk, adalah banyaknya kategori produk berbeda yang disediakan oleh perusahaan untuk dipasarkan kepada konsumen. Kelengkapan produk sebagai penyediaan ragam produk yang menyesuaikan kebutuhan serta permintaan konsumen.
- c. Keragaman dan Ukuran Produk, adalah satu set kualitas umum dari beragam cakupan toko. Elemen ini mencakup keberagaman varian yang disediakan dari satu jenis produk yang dipasarkan.

2.2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat, sehingga kualitas yang baik yaitu kualitas yang dapat mempengaruhi minat beli konsumen karna dapat memenuhi keinginan konsumen (Sari et al., 2024).

Kualitas pelayanan merupakan suatu usaha yang harus dilakukan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dengan memberikan kualitas pelayanan yang sebaik mungkin terhadap apa yang diperlukan oleh konsumen pada saat melakukan pembelian. Kualitas pelayanan yang baik akan dinilai oleh konsumen baik secara langsung maupun tidak secara langsung karna dengan memberikan pelayanan yang baik akan memberikan kenyamanan pada konsumen untuk melakukan keputusan pembelian (Pramono et al., 2021).

Menurut (Indiani et al., 2024) terdapat lima indikator pokok kualitas pelayanan yaitu:

- a. Bukti fisik yaitu tampilan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya yang merupakan cerminan dari layanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
- b. Keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
- c. Daya tanggap yaitu kesigapan untuk membantu dan memberikan layanan yang cepat dan tepat kepada konsumen.
- d. Jaminan mencakup pengetahuan, kesopanan santunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para konsumen kepada perusahaan.
- e. Perhatian yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi kepada konsumen seperti kepekaan akan kebutuhan konsumen.

2.3. Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian adalah merupakan jawaban sementara terhadap permasalahan penelitian yang telah dirumuskan (Sugiyono, 2017). Adapun Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

2.4. Hipotesis Statistik

- a. $H_0 : \mu \leq 75\%$ Kelengkapan Produk UD. Sonia kurang dari 75% dari kriteria yang di harapkan atau tidak baik.

- b. $H_a : \mu \geq 75\%$ Kelengkapan Produk UD. Sonia lebih dari 75% dari kriteria yang di harapkan atau baik.
- c. $H_0 : \mu \leq 75\%$ Kualitas Pelayanan UD. Sonia kurang dari 75% dari kriteria yang di harapkan atau tidak baik.
- d. $H_a : \mu \geq 75\%$ Kualitas Pelayanan UD. Sonia lebih dari 75% dari kriteria yang di harapkan atau baik

3. METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri (independen), baik satu variabel atau lebih tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan antara variabel satu dengan variabel yang lain (Sugiyono, 2017).

3.2. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang di amati (Sugiyono, 2017). Instrumen penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan menggunakan kuesioner skala likert.

- a. Sangat setuju (SS) diberi bobot 5
- b. Setuju (S) diberi bobot 4
- c. Netral (N) diberi bobot 3
- d. Tidak Setuju (TS) diberi bobot 2
- e. Sangat Tidak Setuju (STS) diberi bobot 1

3.3. Populasi Dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang dapat ditetapkan oleh peneliti untuk dapat dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2017). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang pernah berbelanja di UD. Sonia yang bertempat tinggal di Kabupaten Bima yang tidak diketahui secara pasti jumlahnya (*Unknown Population*).

Menurut (Sugiyono, 2017) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Dikarenakan populasinya tidak diketahui secara pasti, untuk menentukan jumlah sampel dalam populasi yang tidak diketahui ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah 30 sampai dengan 500 sampel. Berdasarkan pendapat tersebut, maka jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden dengan keterbatasan waktu yang dimiliki, biaya dan kemampuan peneliti.

Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan metode *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2017) *purposive sampling* merupakan sampel yang mempunyai pertimbangan tertentu, yaitu dengan kriteria: 1) Konsumen yang pernah berbelanja di UD. Sonia yang ada di Kabupaten Bima, 2) Konsumen yang sudah berusia 17 tahun keatas, hal ini karena pada usia tersebut dianggap sudah mampu memahami dan menjawab pertanyaan pada kuesioner.

3.4. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di UD. Sonia Desa Belo Kecamatan Palibelo Kabupaten Bima, Provinsi Nusa Tenggara Barat.

3.5. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono, 2017).

2. Kuesioner

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara penyebaran angket yang berisi sejumlah pernyataan, dimana setiap jawaban dari pertanyaan tersebut memiliki bobot nilai yang berbeda (Sugiyono, 2017).

3. Studi pustaka

Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data dengan mencari informasi lewat buku, majalah, koran, dan literatur lainnya yang bertujuan untuk membentuk sebuah landasan teori (Arikunto, 2016).

3.6. Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Uji yang digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dan kuesioner mampu mengungkap sesuatu yang akan di ukur oleh kuesioner tersebut. Menurut (Ghozali, 2018) dasar pengambilan keputusan sebagai berikut:

- Hasil nilai corrected item total correlation $> 0,30$ valid
- Hasil nilai corrected item total correlation $< 0,30$ tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Suatu instrumen dapat dikatakan handal apabila memiliki koefisien keandalan (α) $\geq 0,60$ maka jika (α) $< 0,60$ dinyatakan tidak reliabel (Ghozali, 2018).

3. Uji T-test one sampel

Untuk menguji hipotesis tersebut maka digunakan T-test satu sampel dengan rumus sebagai berikut :

$$t = \frac{X - \mu_0}{S / \sqrt{n}}$$

T = Nilai Hitung

X = Nilai Rata-Rata

μ_0 = Nilai yang dihipotesiskan

s = Simpangan baku sampel

n = Jumlah Sampel

Langkah-langkah pengujian hipotesis deskriptif adalah sebagai berikut :

- Menghitung skor ideal untuk variabel yang diuji Skor ideal adalah skor tertinggi karna diansumsikan setiap responden akan memberikan jawaban dengan skor tertinggi.
- Menghitung rata-rata variabel (Menghitung X).
- Menentukan nilai yang dihipotesiskan (Menentukan Y).
- Menghitung nilai simpangan baku variabel (Menghitung).
- Menentukan jumlah nilai anggota sampel.
- Memasukan nilai tersebut kedalam rumus t-test satu sampel.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Kelengkapan Produk (X1)	1	0,474	0,196	Valid
	2	0,753	0,196	Valid
	3	0,792	0,196	Valid
	4	0,570	0,196	Valid
	5	0,719	0,196	Valid
	6	0,741	0,196	Valid
	7	0,529	0,196	Valid
	8	0,621	0,196	Valid
	9	0,749	0,196	Valid
	1	0,358	0,196	Valid
	2	0,784	0,196	Valid
	3	0,774	0,196	Valid
	4	0,576	0,196	Valid
	5	0,700	0,196	Valid

		6	0,846	0,196	Valid
		7	0,862	0,196	Valid
Kualitas Pelayanan (X2)		8	0,666	0,196	Valid
		9	0,788	0,196	Valid
		10	0,877	0,196	Valid
		11	0,815	0,196	Valid
		12	0,554	0,196	Valid
		13	0,708	0,196	Valid
		14	0,853	0,196	Valid
		15	0,865	0,196	Valid

Sumber Data: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel 1 diatas, hasil pengujian Validitas terhadap setiap pernyataan instrumen penelitian pada variabel Kelengkapan Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) dapat dikatakan semua item-item pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini adalah Valid, karena berada diatas standar validitas yaitu > 0,300.

4.2. Uji Reliabilitas

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Jumlah item	Cronbach's	Standar	Keterangan
Kelengkapan Produk (X1)	9	0,843	0,600	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X2)	15	0,942	0,600	Reliabel

Sumber Data: Data Primer diolah, 2025

Berdasarkan tabel 2 diatas, hasil uji Reliabilitas terhadap item-item pernyataan pada variabel Kelengkapan Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) nilai *Cronbach Alpha* mencapai standar yang ditetapkan yaitu 0,600 yang artinya semua item-item pernyataan dari kuesioner dinyatakan reliabel untuk digunakan dalam penelitian ini.

4.3. Uji T-test one sampel

4.3.1. Uji Normalitas

Tabel 3. Hasil Uji Normalitas

Tests of Normality			
	Kolmogorov-Smirnov ^a		
		df	Sig.
KELENGKAPAN_PRODUK	.183	100	.200
KUALITAS PELAYANAN	.129	100	.200

a. Lilliefors Significance Correction

Berdasarkan hasil uji normalitas yang menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov diatas, terlihat nilai Asymp.Sig memiliki nilai $0.200 < 0.05$ ($0.200 < 0.05$). Hal ini menunjukkan bahwa data pada penelitian ini terdistribusi secara Normal dan model regresi tersebut layak dipakai untuk memprediksi variabel dependen yaitu Kelengkapan Produk dan Kualitas pelayanan maka data penelitian layak digunakan sebagai penelitian.

4.3.2. Uji T-test one

Tabel 4. One-Sample Test X1

One-Sample Test						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
					Test Value = 33.75	
KELENGKAPAN_PRODUK	6.739	99	<,001	3.090	2.18	4.00

$H_a : \mu \geq 75\%$ Kelengkapan Produk UD. Sonia lebih dari 75% dari kriteria yang di harapkan atau baik.
 $H_0 : \mu \leq 75\%$ Kelengkapan Produk UD. Sonia kurang dari 75% dari kriteria yang di harapkan atau tidak baik.

Hasil statistik uji t untuk variabel Kelengkapan Produk dengan One-Sampel Test diperoleh nilai t hitung sebesar 6.739 dengan nilai t tabel sebesar 1.660 dengan nilai alpa yang di pakai 0.05 ($6.739 > 1.660$) dengan nilai signifikansi sebesar 0.001 lebih kecil dari 0.05 ($0.001 > 0.05$), maka “ $H_a : 75\%$ Kelengkapan Produk UD. Sonia lebih dari 75% dari kriteria yang di harapkan atau baik”. H_a Diterima dan H_0 Di tolak.

Hasil penelitian ini sejalan dengan peneltian dari Ayuningtyas, D. (2023), menggunakan regresi linier berganda serta uji t dan F, hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa variabel Kelengkapan produk secara parsial berpengaruh **positif** terhadap kepuasan pelanggan, dan secara simultan bersama variabel harga dan pelayanan juga **signifikan** terhadap kepuasan pelanggan di toko Rovin’s Bondowoso

Tabel 4. One-Sample Test X2

One-Sample Test						
Test Value = 56.25						
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
KELENGKAPAN_PRODUK	-42.331	99	<.001	-19.410	-20.32	-18.50

$H_a : \mu \geq 75\%$ Kualitas Pelayanan UD. Sonia lebih dari 75% dari kriteria yang di harapkan atau baik.
 $H_0 : \mu \leq 75\%$ Kualitas Pelayanan UD. Sonia kurang dari 75% dari kriteria yang di harapkan atau tidak baik.

Hasil statistik uji t untuk variabel Kualitas Pelayanan dengan One-Sampel Test diperoleh nilai t hitung sebesar -42.331 dengan nilai t tabel sebesar 1.660 dengan nilai alpa yang di pakai 0.05 ($-42.331 < 1.660$) dengan nilai signifikansi sebesar 0.001 lebih kecil dari 0.05 ($0.001 > 0.05$), maka “ $H_0 : 75\%$ Kualitas Pelayanan UD. Sonia kurang dari 75% dari kriteria yang di harapkan atau tidak baik. H_0 diterima dan H_a ditolak ini sejalan tapi bisa menjadi acuan dengan penelitian dari Kartasura (2025) Kualitas Pelayanan memiliki efek positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, penelitian ini menyebutkan pelayanan bersama Kelengkapan Produk dan harga berpengaruh walau tanpa nilai t-value eksplisit terhadap mitra swalayan.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kelengkapan produk UD. Sonia telah memenuhi kriteria yang di harapkan dengan capaian lebih dari 75% atau tergolong baik, sedangkan kualitas pelayanannya masih berada di bawah 75% dari kriteria yang di harapkan sehingga dapat dikategorikan belum baik.

Saran

Adapun saran dalam penelitian adalah sebagai berikut:

- Terlihat Kelengkapan Produk dari pengujian dari data yang di peroleh sudah tercapai dan dari Kualitas Pelayanan belum tercapai kedepanya bagi objek penelitian UD. Sonia bisa memperhatikan lagi sisi Kualitas Pelayanan agar pelangan menjadi puas atau sesuai dengan kriteria yang di harapkan.
- Bagi penelitian selanjutnya disarankan dapat menggunakan variabel tambahan yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian yang lebih beragam, seperti penambahan independet variabel atau menggunakan variabel yang lebih beragam lagi seperti variabel intervening, varibel mediasi dan memperkaya variabel yang bisa di uji dan di buat analisisnya.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Arikunto, S. (2016). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.

- [2] Biba, L. K., Anggraini, N. P. N., & Jodi, I. W. G. A. S. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan, persepsi harga dan kelengkapan produk terhadap minat beli ulang pada Petahu Santih Mart Denpasar Selata. *Jurnal EMAS*, 4(3), 680–693.
- [3] Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25* (Edisi 9). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- [4] Indiani, N. L. P., Pusparini, N. K. N., & Wijaya, B. K. (2024). Jurnal Mirai Management Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Apotekku di Tabanan. *Jurnal Mirai Management*, 9(1), 128–137.
- [5] Lianardi, W., & Chandra, S. (2019). Analysis Of Service Quality, Product Completeness, And Price On Purchasing Decisions At Juni Minimarket Pekanbaru. *Kewirausahaan Dan Bisnis*, 45(1), 45–58. <http://www.ejournal.pelitaindonesia.ac.id/ojs32/index.php/KURS/index>
- [6] Muamar, B. E. (2023). ANALISIS PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS TOKO METTA YOUTH DIGITAL) SAMPIT. *E-Jurnal Profit (Jurnal Penerapan Ilmu Manajemen Dan Kewirausahaan)*, VIII(1), 19–30.
- [7] Ongky, A. M., Haris, H., & Sari, M. I. (2023). ANALISIS PERSEPSI TENTANG KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA UD. MUKTI JAYA JEMBER. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis GROWTH*, 21(2), 344–359.
- [8] Prabowo, C., Harminingtas, R., Riza Fahlefi, D., Widowati, M., Tinggi Manajemen dan Informatika Himsya Semarang, S., Ekonomi dan Bisnis, F., & Wahid Hasyim Semarang, U. (2024). Membangun Loyalitas Pelanggan Melalui Kelengkapan Produk, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Pada TB. Murah Rejeki Semarang Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Pelita Nusantara Semarang. *Jurnal Ilmiah Fokus Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 03(02), 167–176.
- [9] Pramono, H. S., Rahadhini, M. D., & Susanti, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan, kelengkapan produk, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. *21(3)*, 211–219.
- [10] Puspika, Y., & Sitorus, D. H. (2023). Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di PT Tanindo Plastik Batam. *SEIKO : Journal of Management & Business*, 6(1), 905–914. <https://doi.org/10.37531/sejaman.v6i1.3934>
- [11] Sari, T. K., Putri, I. W., Gunaningrat, R., Nur, R. T., & Muftiyanto. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kelengkapan Produk , dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen di Toserba Laris Kartasura. *2(1)*, 47–56.
- [12] Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- [13] Wardana, L. A. (2020). Analisis Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Beli Yang Berdampak Pada Kepuasan Konsumen Pada CV. Mantep Etan Kraksaan Probolinggo. (Doctoral Dissertation, STIE MAHARDHIKA SURABAYA).