



# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



## Analisis Kepuasan Konsumen Berbelanja di Maju Bersama Cabang MMTC Terhadap Kelengkapan Produk Impor

<sup>1</sup> Eveline Stheny,<sup>2</sup> Michael Gho,<sup>3</sup> Kevin,<sup>4</sup> Vanness Febrian,<sup>5</sup> Kevin Ray

<sup>1,2,3,4,5</sup> Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Eka Prasetya, Sumatera Utara, Indonesia

e-mail: [evelinestheny@gmail.com](mailto:evelinestheny@gmail.com)

### ABSTRACT

Retail industry business players as providers of products to end users are faced with intense competition and need to prioritize customer needs to create customer satisfaction which is greatly influenced by the completeness of the products marketed by retailers. The research uses a descriptive approach with quantitative methods. The research population was 50 consumers who had shopped at MB MMTC Branch. The sampling technique uses Random Sampling. Obtaining research data was carried out by survey by distributing questionnaires directly to Maju Bersama MMTC supermarket customers. Data analysis was carried out descriptively and the data results were presented in the form of diagrams that could interpret and be closely related to the phenomena studied in the research. Based on the results of data analysis, 68% of customers feel that imported products at MB MMTC are very diverse and varied and as many as 56% of customers are satisfied with the availability of imported products at Maju Bersama MMTC.

**Keywords:** Customer satisfaction; Product Completeness

### ABSTRAK

Pelaku usaha industri ritel sebagai penyedia produk kepada pengguna akhir dihadapkan pada persaingan ketat dan perlu memprioritaskan kebutuhan pelanggan untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang sangat dipengaruhi kelengkapan produk. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif dengan metode kuantitatif. Populasi penelitian adalah pelanggan MB MMTC sebanyak 50 responden. Teknik pengambilan sampel menggunakan Random Sampling. Perolehan data penelitian dilakukan dengan survei melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada pelanggan swalayan MB MMTC. Analisis data dilakukan secara deskriptif dan hasil data disajikan dalam bentuk diagram yang dapat menginterpretasikan dan berhubungan erat dengan fenomena yang diteliti pada penelitian. Berdasarkan hasil analisis data, 68% pelanggan merasa produk impor di MB MMTC sangat beragam dan bervariasi dan sebanyak 56% pelanggan merasa puas dengan ketersediaan produk impor di Maju Bersama MMTC.

**Kata Kunci:** Kepuasan Pelanggan; Kelengkapan Produk



# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



## A. PENDAHULUAN

Industri ritel, sebagai penjual kepada pengguna akhir (*end user*) terutama dalam konteks perdagangan dan penjualan, telah berubah secara signifikan seiring dengan kemajuan teknologi dan harapan konsumen yang semakin tinggi. Dalam menghadapi persaingan yang semakin ketat, kepuasan pelanggan menjadi salah satu kunci kesuksesan bagi pelaku usaha industri ritel seperti supermarket dan swalayan. Terpenuhinya kebutuhan konsumen merupakan faktor yang paling utama dari terbentuknya kepuasan pelanggan. Semakin lengkap produk yang dijual makanya konsumen juga akan merasa puas dan akan kembali lagi untuk membeli produk / keperluan yang sama. Tetapi apabila kelengkapan produk ada yang kurang, maka dapat mengakibatkan konsumen menjadi tidak merasa puas (Ika Purnama dkk., 2021). Kepuasan Konsumen mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi (Priscilia D. Rondonuwu, 2013). Saat ini, kebutuhan konsumen bukan hanya pada produk lokal saja akan tetapi juga pada berbagai produk Impor sejak diberlakukannya kebijakan perdagangan bebas di Indonesia oleh pemerintah. Oleh sebab itu, pelanggan yang telah terbiasa dan ketergantungan dengan penggunaan produk impor sering kali memiliki ekspektasi terhadap ketersediaan produk impor tertentu yang sesuai dengan selera dan keinginan mereka setiap mereka datang ke swalayan untuk berbelanja.

Maju Bersama cabang MMTC yang berlokasi di Jalan Pancing, Kenangan Baru, Kecamatan Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara 20223, merupakan salah satu swalayan yang terkenal di kalangan Masyarakat Kota Medan dan memiliki banyak cabang di Kota Medan. Maju Bersama (MB) MMTC sebagai salah satu pemain dalam industri ritel, memiliki tantangan besar untuk mempertahankan kepuasan pelanggan, termasuk ketersediaan produk yang lengkap. Kelengkapan produk yang diinginkan oleh pelanggan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan. MB MMTC memasarkan berbagai jenis produk seperti produk kebutuhan pokok, perlengkapan rumah tangga, alat elektronik, makanan ringan, hingga produk impor berupa makanan atau barang impor, akan tetapi produk impor yang dipasarkan MB MMTC sangat sedikit bahkan tidak terlalu lengkap sehingga sering menimbulkan rasa kecewa pada pelanggan yang datang berkunjung untuk membeli produk impor yang dibutuhkan.

Untuk memahami sejauh mana faktor ketersediaan produk impor memengaruhi kepuasan pelanggan yang berbelanja di MB MMTC, diperlukan analisis lebih lanjut yang mendalam. Analisis tersebut tidak hanya menggambarkan keadaan aktual dari sisi ketersediaan produk, tetapi juga mengevaluasi persepsi pelanggan terkait ketersediaan produk impor tersebut. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk melakukan penelitian di swalayan MB MMTC dengan judul **“Analisis Kepuasan Konsumen Berbelanja di Maju Bersama Cabang MMTC Terhadap Ketersediaan Produk Impor”**



# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



## B. TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan konsumen adalah suatu kondisi yang di tunjukan oleh konsumen pada saat ia menyadari bahwa kebutuhannya dan keinginannya terpenuhi sesuai dengan yang diharapkannya (Tjiptono, 2012). Kepuasan konsumen merupakan suatu perasaan positif konsumen ketika mendapatkan produk yang didapatkan atau yang digunakan sesuai dengan yang diinginkannya (Bachtiar, 2011). Kepuasan konsumen adalah tanggapan emosional yang dirasakan oleh konsumen pada evaluasi terhadap pengalaman mengkonsumsi suatu produk barang atau jasa (Tjiptono, 2012).

Indikator kepuasan konsumen menurut (Priscilia D. Rondonuwu, 2013) yaitu terpenuhinya harapan konsumen, sikap/keinginan untuk menggunakan kembali produk, merekomendasikan kepada pihak lain, kualitas pelayanan, setia dan citra baik.

Kelengkapan produk merupakan tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki dan dipakai konsumen memiliki tuntutan nilai yang jauh lebih besar dan beragam karena dihadapkan pada berbagai pilihan berupa barang maupun jasa yang dapat mereka beli (Emor dkk., 2019). Kelengkapan produk adalah macam-macam produk dalam artian kelengkapan produk mulai dari merek, kualitas serta ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko (Karmila dkk., 2023)

Menurut (Raharjani, 2015), indikator dari kelengkapan produk meliputi keragaman produk yang dijual, variasi ukuran yang dijual, ketersediaan produk yang dijual dan macam merek yang tersedia.

## C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif dengan teknik kuantitatif karena pelaksanaannya melibatkan data, analisis, pemaknaan dan interpretasi terhadap data yang diperoleh (Tranggono dkk., 2023) dengan tujuan untuk menggambarkan keadaan kompetensi atau fakta empiris. Keadaan populasi yang akan di deskripsikan pada penelitian adalah konsumen yang pernah berbelanja di Maju Bersama MMTC. Secara sederhana, populasi dapat diartikan sebagai subjek pada wilayah serta waktu tertentu yang akan diamati atau diteliti oleh peneliti (Sinaga, H.D.E, 2022) Penelitian ini dilakukan selama pada November-Desember 2023. Penelitian ini dilaksanakan di Maju Bersama Cabang MMTC Kota Medan.

Populasi pada penelitian ini adalah konsumen yang pernah berbelanja di swalayan Maju Bersama MMTC sebanyak 50 Orang. Agar sampel yang diambil akurat maka teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah Random Sampling. Pengambilan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara survei melalui penyebaran kuesioner secara offline atau langsung diberikan kepada konsumen yang sedang berbelanja. Skala



# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



pengukuran yang digunakan pada adalah dengan skala Likert. Penarikan sample menggunakan rumus *Hair. Et al* dikarenakan jumlah ukuran populasi tidak dapat diketahui secara pasti. (*Hair et al.*, 2020) menyatakan jika ukuran sampel terlalu besar diduga akan sulit untuk mendapatkan ukuran *goodness of fit* yang baik. Sehingga disarankan bahwa ukuran sampel minimum adalah 5-10 observasi untuk setiap parameter yang diestimasi. Penelitian ini menggunakan skala 10, Maka jumlah indikator pada penelitian ini (5) x 10 sehingga jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 50 responden yang merupakan pelanggan Maju Bersama MMTC.

## D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan teknik kuantitatif melalui penyebaran kuisioner yang diberikan kepada 50 orang pelanggan swalayan Maju Bersama MMTC di kota Medan dimana pada kuisioner terdapat 9 poin pertanyaan dengan 2 opsi pilihan jawaban, maka diperoleh hasil pembahasan sebagai berikut.

**Gambar 1.** Diagram Perbandingan Jenis Kelamin

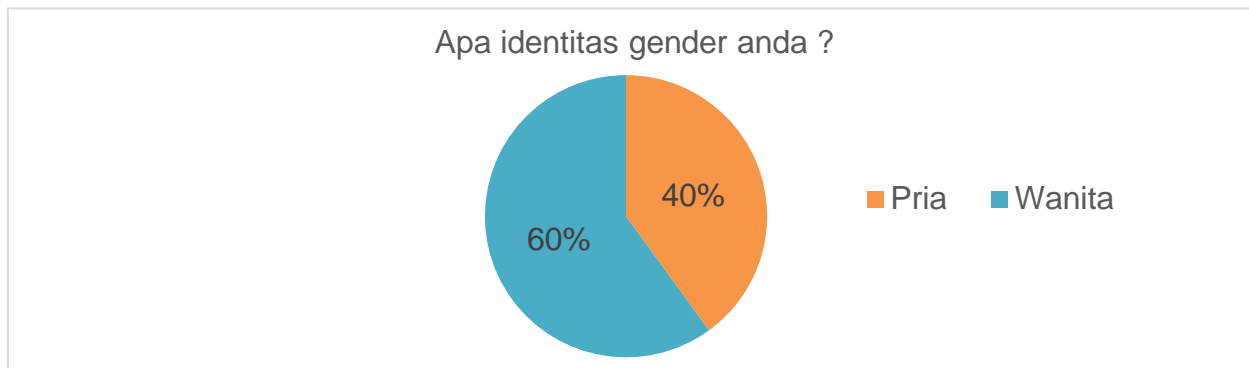


Diagram *Pie Chart* (Diagram Lingkaran) di atas menunjukkan bahwa kebanyakan individu yang berbelanja di Maju Bersama MMTC di dominasi oleh gender wanita yaitu sebesar 60% sementara sisanya 40% adalah Pria.

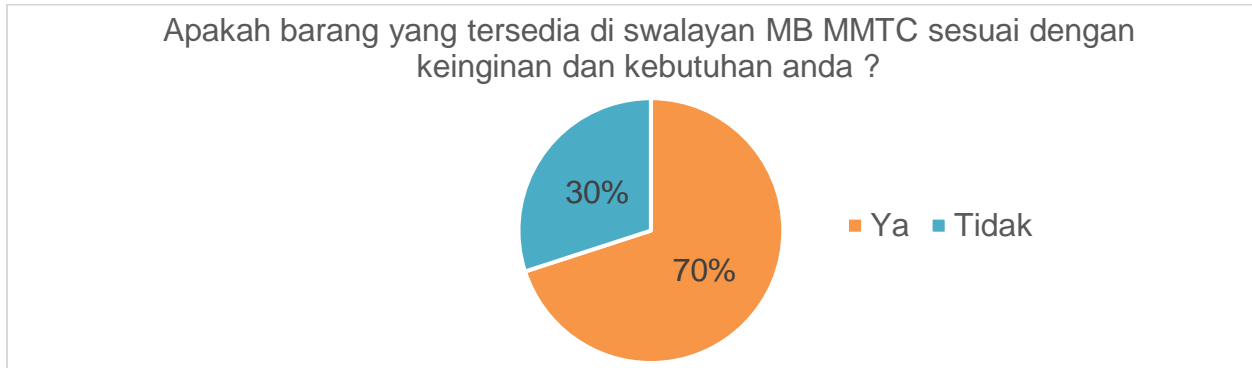


# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)

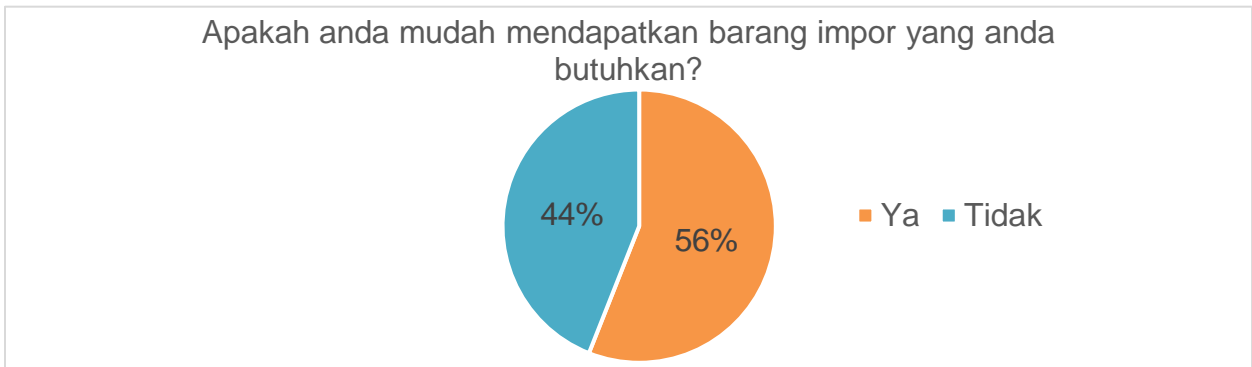


**Gambar 2.** Diagram Kesesuaian Produk Dengan Keinginan Dan Kebutuhan



Sebanyak 70% pelanggan menyatakan bahwa barang yang tersedia di MB MMTC sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka sementara sisanya 30% pelanggan menyatakan barang di MB MMTC tidak sesuai dengan kebutuhan dan keinginan.

**Gambar 3.** Diagram Kemudahan Mendapatkan Produk Impor Sesuai Kebutuhan



Dari Diagram *Pie Chart* (Diagram Lingkaran) di atas dapat disimpulkan sebanyak 56% customer merasa mudah mendapatkan barang impor yang tersedia di MB MMTC sedangkan sisanya sebesar 44% sulit mendapatkan barang impor yang dibutuhkan.

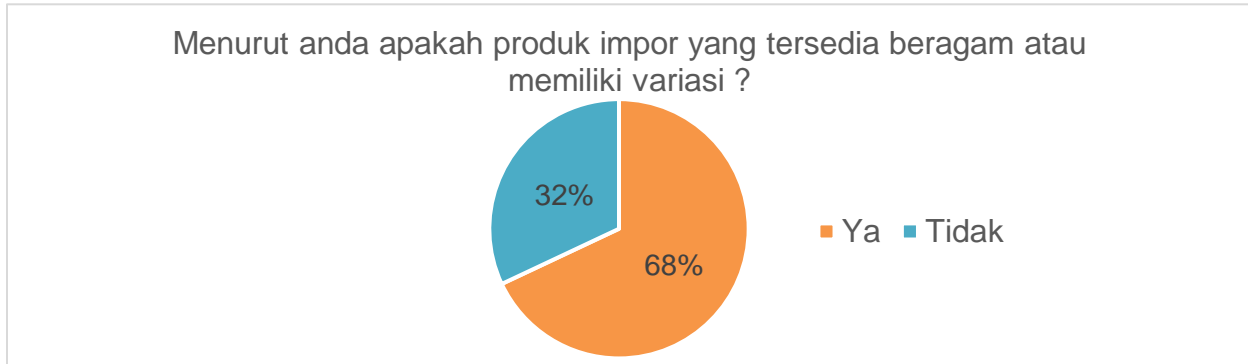


# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)

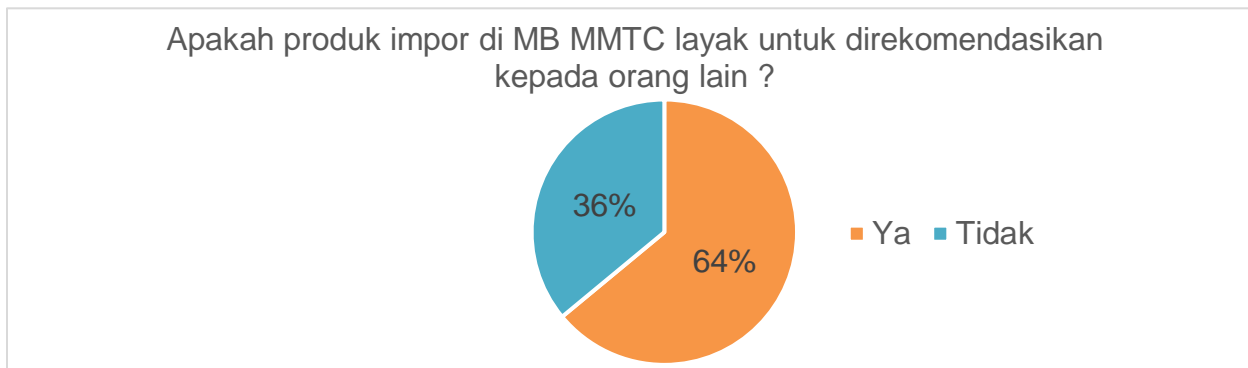


**Gambar 4.** Diagram Variasi Produk Impor



Sebanyak 68% customer merasa barang impor yang tersedia di MB MMTTC beragam dan bervariasi sementara sisanya 32% customer menyatakan bahwa produk impor yang tersedia di MB MMTTC tidak bervariasi.

**Gambar 5.** Diagram Kelayakan Rekomendasi Produk Impor



Sebanyak 64% customer memberikan pendapat bahwa produk impor di MB MMTTC layak untuk di rekomendasikan sementara sisanya 36% customer mengatakan bahwa produk impor di MB MMTTC tidak layak di rekomendasikan kepada orang lain.

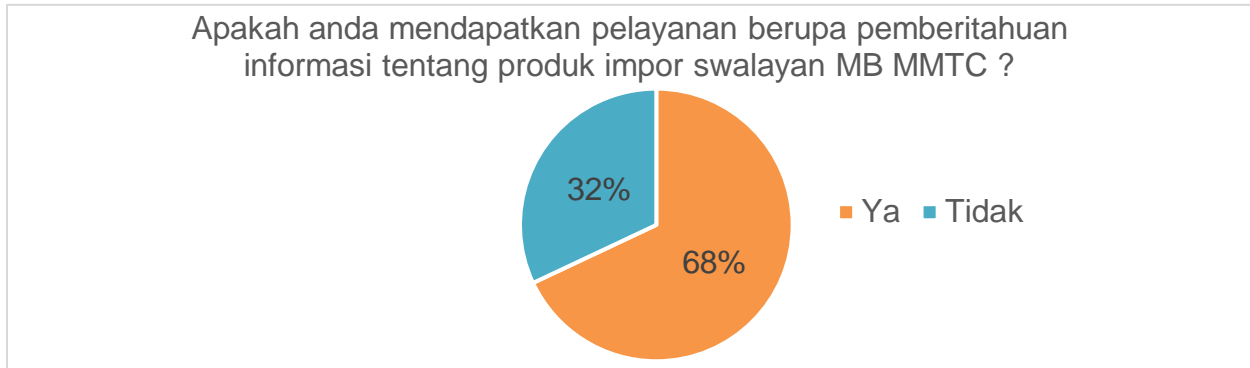


# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)

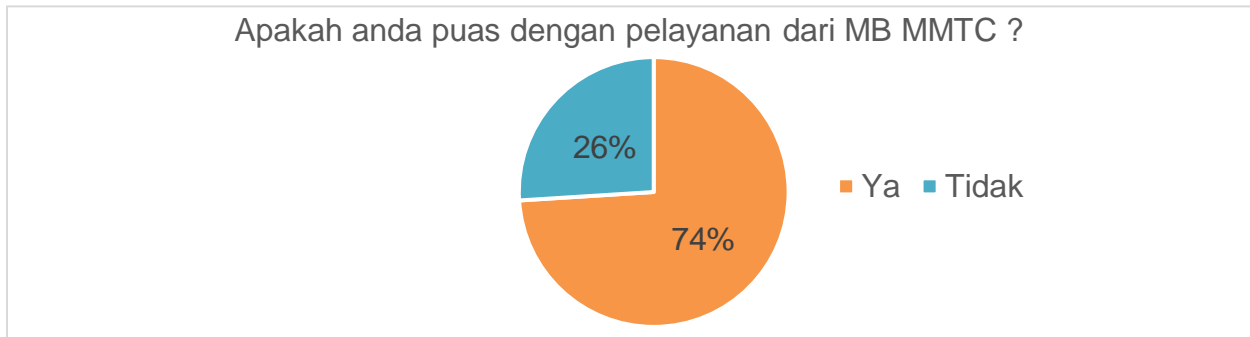


**Gambar 6.** Diagram Perolehan Informasi Produk Impor



Sebanyak 68% customer mendapatkan pelayanan terkait pemberitahuan informasi produk impor yang diberikan oleh MB MMTC sementara sisanya 32% pelanggan mengatakan tidak mendapatkan pelayanan informasi produk impor dari pihak MB MMTC.

**Gambar 7.** Diagram Kepuasan Terhadap Pelayanan



Sebanyak 74% pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan sementara sisanya 26% pelanggan mengatakan tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak MB MMTC.

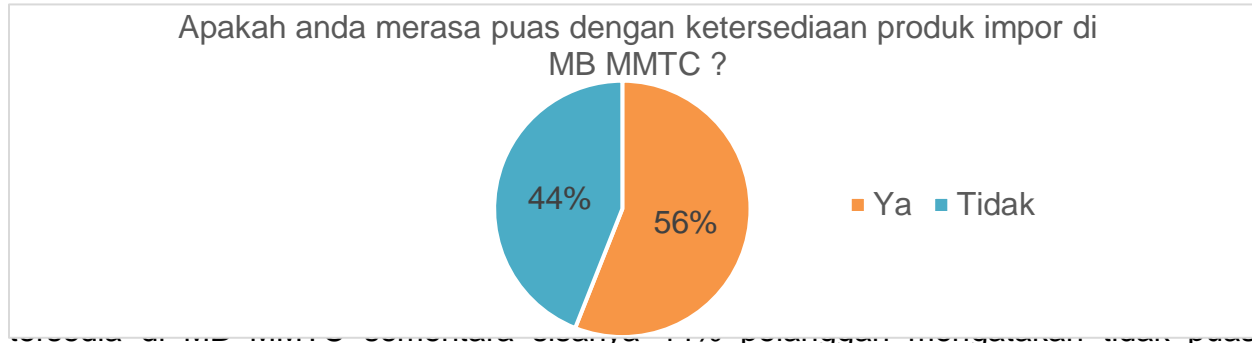


# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)

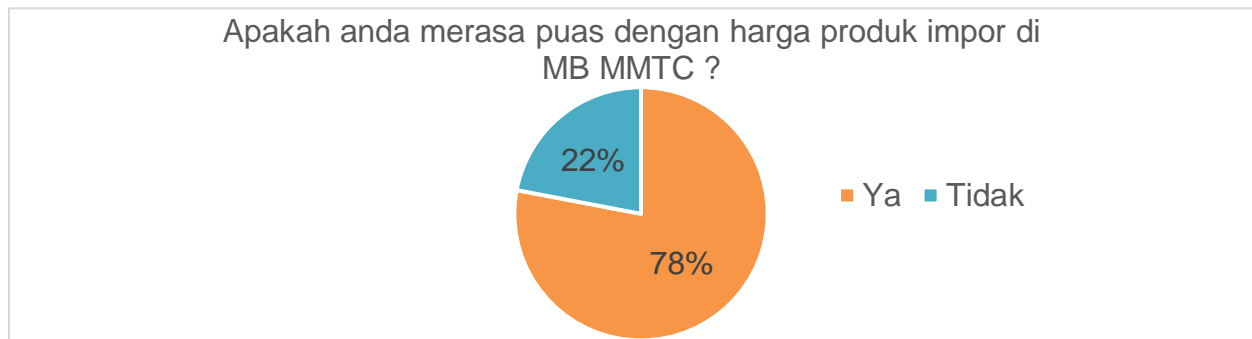


**Gambar 8.** Diagram Kepuasan Terhadap Ketersediaan Produk Impor



dengan ketersediaan produk di MB MMTC.

**Gambar 9.** Diagram Kepuasan Terhadap Harga Produk Impor



Sebanyak 78% pelanggan merasa puas dengan harga produk impor yang diberikan oleh MB MMTC sedangkan sisanya 22% pelanggan mengatakan tidak puas dengan harga produk yang diberikan MB MMTC.

## E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data di atas, pelanggan di MB MMTC merasa puas dengan ketersediaan produk impor di MB MMTC. Dari data tersebut dapat diketahui pula bahwa ketersediaan atau kelengkapan produk mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam berbelanja di MB MMTC. Saran bagi pihak swalayan adalah agar dapat lebih menambah variasi produk impor yang dipasarkan. Kemudian, saran bagi peneliti selanjutnya adalah agar dapat lebih mendalam lagi dalam meneliti jenis produk impor apa saja yang paling dibutuhkan oleh konsumen pada saat berbelanja di swalayan sejenis secara rinci.



# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



## DAFTAR PUSTAKA

- Emor, J. I., Tumbuan, W., & Rogi, M. (2019). Pengaruh Kelengkapan Produk, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Rm.Bakso Solo Pak Eko Di Tomohon. *Jurnal EMBA*, 7, 5407–5415.
- Ika Purnama, N., Fauzan Habibi Nasution, M., & Astuti, R. (2021). *Pengaruh Harga Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Di 212 Mart* (Vol. 3, Nomor 1).
- Karmila, M., Lestari, S., Risana, D., Studi Manajemen Universitas Perjuangan Tasikmalaya Alamat, P., Peta No, J., & Tawang Kota Tasikmalaya, K. (2023). Pengaruh Promosi Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Prianka.Gallery Tasikmalaya). *Journal of Economics and Business Management*, 2(3), 254–267. <https://doi.org/10.56444/transformasi.v2i3>
- Priscilia D. Rondonuwu. (2013). Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March Pada Pt. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*, 1, 718–726.
- Raharjani, J. (2015). *Analisis Faktor - Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Swalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kasus Pada Pasar Swalayan Di Kawasan Seputar Simpang Lima Semarang)*.
- Sinaga, H. D. E. (2022). *Variabel, Definisi Operasional, Populasi Dan Sampel Penelitian Kuantitatif Dalam Metode penelitian kuantitatif*.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran* (4 ed.). CV. ANDI OFFSET.
- Tranggono, Rahma Sari, P., Rose Mariel Telaumbanua, A., Octaviano, D., Sena Duanda Purwantoro, B., Faradita, H., & Irsyadi, R. (2023). Meningkatkan Semangat Wirausaha Guna Mengurangi Tingkat Pengangguran Di Kota Surabaya. *Bussman Journal: Indonesian Journal of Business and Management*, 3(1). <https://doi.org/10.53363/buss.v3i1.147>