

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK, PELAYANAN PRIMA,
KEPERCAYAAN DAN KENYAMANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA MUHAMMADIYAH *BUSINESS CENTER*
SWALAYAN DI METRO**

Kinanti Ambarwati¹, Suharto², Suwanto³

Universitas Muhammadiyah Metro, Kota Metro, Lampung

E-mail : ambarwatikinanti@gmail.com

ABSTRAK

Kelengkapan produk, pelayanan prima, kepercayaan, dan kenyamanan bagi sebuah pasar swalayan merupakan faktor yang penting untuk menarik konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kelengkapan produk, pelayanan prima, kepercayaan dan kenyamanan terhadap kepuasan konsumen pada Muhammadiyah Business Center swalayan di Metro.

Populasi dan sampel yang diambil sebanyak 100 responden konsumen MBC dengan teknik sampling yang digunakan adalah *accidental sampling*. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuisioner kepada responden yang merupakan konsumen yang pada saat dilakukan penelitian sedang atau pernah membeli produk. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah asosiatif kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda yang dioperasikan melalui program SPSS 25.

Berdasarkan (Uji F) untuk variabel kelengkapan produk, pelayanan prima, kepercayaan dan kenyamanan diperoleh F_{hitung} sebesar 2.517 dengan nilai signifikansi 0,000 dan nilai $F_{hitung} (2,517) > F_{tabel} (2,46)$ dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga bisa diasumsikan secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan. Berdasarkan R square sebesar 0,860 yang dapat disimpulkan bahwa pengaruh kelengkapan produk, pelayanan prima, kepercayaan dan kenyamanan adalah sebesar 86,0%. sedangkan sisanya sebesar 14% dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian.

Kata Kunci: Kelengkapan Produk, Pelayanan Prima, Kepercayaan, Kenyamanan, Kepuasan Konsumen.