

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KLINIK ELISYAH SKINCARE
CENDONO PADANGAN**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

AULIA LINDA ANGGRAINI

NIM. 20010045

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI CENDEKIA
BOJONEGORO
TAHUN 2023**

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA KLINIK ELISYAH SKINCARE
CENDONO PADANGAN**

SKRIPSI

Diajukan guna memenuhi salah satu syarat
Guna mencapai gelar Sarjana Manajemen
Pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia
Bojonegoro

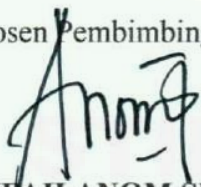
Oleh

AULIA LINDA ANGGRAINI

NIM. 20010045

Menyetujui :

Dosen Pembimbing I,



LATIFAH ANOM, SE, MM
NIDN.0702057305

Dosen Pembimbing II,



EKA ADIPUTRA, SE., M.SM
NIDN.0705018403

Dipertahankan di Depan Panitia Penguji Skripsi

Program Studi Manajemen

STIE CENDEKIA BOJONEGORO

Oleh :

Nama : Aulia Linda Anggraini

NIM : 20010045

Disetujui dan diterima pada :

Hari, Tanggal : 15 Juli 2023

Tempat : Ruang A

Dewan Penguji Skripsi

- | | | |
|-----------------------|------------------------------------|---------|
| 1. Ketua Penguji | : Dr. Ari Kuntardina, ST., SE., MM | (.....) |
| 2. Anggota Penguji | : Abdul Azis Safii, SE., MM | (.....) |
| 3. Sekretaris Penguji | : Eka Adiputra, SE., MSM | (.....) |

Disahkan Oleh :

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro

Ketua



Nurul Mazidah, SE., MSA. Ak.

NIDN: 0705067503

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Aulia Linda Anggraini

NIM : 20010045

Program Studi : Manajemen

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sejujurnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Elisyah Skincare Cendono Padangan** adalah asli hasil penelitian saya sendiri dan bukan plagiasi hasil karya orang lain.

Apabila dikemudian hari terbukti bahwa skripsi ini merupakan plagiasi dari karya orang lain, maka saya bersedia ijazah dan gelar Sarjana Manajemen yang saya terima dari STIE Cendekia untuk ditinjau kembali.

Padangan, 21 Juni 2023

Yang menyatakan



Aulia Linda Anggraini

NIM. 20010045

MOTTO

“Hidup adalah tentang belajar. Belajar bersyukur meski tidak cukup, belajar memahami meski tidak sehati, belajar sabar meski terbebani, belajar mengasihi meski disakiti dan belajar tersenyum meskipun hati ingin menangis”.

(Aulia Linda Anggraini)

Kupersembahkan untuk :

Dari saya sendiri yang telah berjuang menyelesaikan pendidikan Sarjana Manajemen

Bapak Kabran dan Ibu Surni

Keluarga besar Nenek dan Kakek

Pasangan (Setyo Budi Hermawanto, S.I.Kom)

Teman-teman Kampus C Padang

ABSTRAK

Anggraini, Aulia L. 2023. *Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Elisyah Skincare Cendono Padangan*. Skripsi. Manajemen. STIE Cendekia. Latifah Anom, SE., MM. selaku pembimbing satu dan Eka Adiputra, SE., M.SM. selaku pembimbing dua.

Kata kunci : Kelengkapan Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

Kelengkapan produk merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan. Konsumen akan memberikan kesan yang baik terhadap suatu toko apabila toko tersebut dapat menyediakan barang yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Selain kelengkapan produk, kualitas pelayanan merupakan tingkat layanan terkait pemenuhan harapan dan kebutuhan konsumen dan juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Layanan bisa disebut berkualitas jika memenuhi sebagian besar harapan para konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kelengkapan produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Klinik Elisyah Skincare Cendono Padangan. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari kelengkapan produk (X1), kualitas pelayanan (X2) dan kepuasan konsumen (Y). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampling acak. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada 76 responden yang berkunjung di Elisyah Skincare Cendono Padangan. Teknik analisis yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda. Dari hasil analisis didapatkan bahwa terdapat pengaruh kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Dari penelitian dapat disarankan kepada pengelola Elisyah Skincare untuk tetap menjaga dan mempertahankan kelengkapan produk, dan tetap menjaga dan mempertahankan kualitas pelayanan yang baik dan berkualitas.

BIODATA SINGKAT PENULIS

Nama Lengkap : Aulia Linda Anggraini
NIM : 20010045
Tempat, Tanggal lahir : Bojonegoro, 12 Februari 1997
Agama : Islam
Pendidikan Sebelumnya : SMK Negeri 1 Cepu
Nama Orangtua/Wali : Kabran
Alamat Rumah : Dusun Merbo RT 14/RW 03 Desa Sidorejo
Kec. Padangan Kab. Bojonegoro
Judul Skripsi : Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kualitas
Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada
Klinik Elisyah Skincare Cendono Padangan

Padangan, 21 Juni 2023

Penulis



Aulia Linda Anggraini

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT dan sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada Rasulullah SAW yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk dapat melaksanakan dan menyelesaikan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini disusun dengan tujuan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna meraih gelar Sarjana Manajemen (S.M) Program Studi Manajemen. Selain itu bertujuan untuk menambah ilmu pengetahuan khususnya bagi penulis dan juga menambah wawasan bagi pembaca.

Penulis ucapkan terima kasih dengan tulus kepada :

1. Ibu Nurul Mazidah, SE., MSA., selaku Ketua STIE Cendekia Bojonegoro.
2. Ibu Latifah Anom, SE., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen STIE Cendekia Bojonegoro dan selaku dosen pembimbing I yang telah bersabar dan berkenan memberi banyak petunjuk yang berguna dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Bapak Eka Adiputra, SE., M.SM, selaku dosen pembimbing II yang telah bersabar dan meluangkan banyak waktunya untuk memberikan petunjuk yang berguna dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Para staff dan karyawan STIE Cendekia Bojonegoro, yang banyak membantu administrasi dan akademik penulis.
5. Pihak Klinik Elisyah Skincare Cendono Padangan, beserta karyawan yang memberikan kesempatan bagi peneliti untuk melakukan penelitian.
6. Para dosen, rekan-rekan, dan semua pihak yang telah memberikan berbagai bentuk bantuan dalam proses penelitian dan penulisan skripsi ini.
7. Secara khusus paling utama yang penulis banggakan kepada Bapak Kabran dan Ibu Surni, kedua orang tua yang telah banyak memberikan doa, kasih sayang, kesabaran, dukungan, dorongan motivasi serta pengorbanan yang selalu diberikan kepada penulis.

8. Setyo Budi Hermawanto seseorang spesial yang selalu mendoakan, memberikan semangat dan dukungan disaat merasa lelah dan ingin menyerah, serta motivasi untuk terus berjuang menyelesaikan skripsi ini.
9. Kerabat, teman dan sahabat yang tidak dapat disebutkan namanya satu persatu namun selalu memberikan dukungan dan motivasi selama proses penulisan dan penyusunan skripsi ini.

Kemudian sebagai hamba yang lemah, penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak luput dari kelemahan dan kekurangan. Untuk itu penulis harapkan saran dan kritik dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhirnya, semoga Allah senantiasa memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada siapa saja yang mencintai pendidikan. Amin Yaa Robbal Alamin.

Padangan, 7 April 2023

Penulis,



Aulia Linda Anggraini

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	
HALAMAN PERSETUJUAN	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK	v
BIODATA PENULIS.....	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
 BAB I PENDAHULUAN	 1
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi dan Cakupan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian	7
 BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR.....	 9
A. Kajian Teori dan Deskripsi Teori	9
B. Kajian Empiris	24
C. Kerangka Berpikir	26
D. Hipotesis	27
 BAB III METODOLOGI PENELITIAN	 28
A. Metode dan Teknik Penelitian	28
B. Jenis dan Sumber Data	28
C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	29
D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data	32
E. Metode dan Teknik Analisis Data	36
 BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	 42
A. Gambaran Singkat Obyek Penelitian.....	42
B. Hasil Penelitian dan Analisis Data	50
C. Pembahasan	61

BAB V PENUTUP.....	67
A. Kesimpulan.....	67
B. Saran.....	67

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

1. Tabel 1.....	24
2. Tabel 2.....	30
3. Tabel 3.....	34
4. Tabel 4.....	35
5. Tabel 5.....	51
6. Tabel 6.....	52
7. Tabel 7.....	53
8. Tabel 8.....	54
9. Tabel 9.....	55
10. Tabel 10.....	56
11. Tabel 11.....	57
12. Tabel 12.....	58
13. Tabel 12.....	59
14. Tabel 14.....	61

DAFTAR GAMBAR

1. Gambar 1.....	27
2. Gambar 2.....	48



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Setiap wanita tentu ingin terlihat menarik dan cantik. Kebanyakan wanita selalu ingin tampil berbeda, bukan semata-mata untuk menarik lawan jenisnya namun penampilan wanita yang cantik dapat meningkatkan kepercayaan diri. Dalam hal kecantikan, wajah memegang peranan yang sangat penting. Wajah merupakan kesan pertama untuk menarik perhatian orang lain. Oleh karena itu, kecantikan wajah sangat penting bagi wanita untuk dijaga. Namun hal utama lainnya adalah bagaimana merawat kecantikan wajah secara alami agar wajah tetap terlihat cantik. Salah satu adalah melakukan perawatan di klinik kecantikan. Tempat untuk merawat dan meningkatkan kecantikan pada kulit terutama pada wajah.

Klinik kecantikan adalah tempat yang menyediakan layanan berupa perawatan yang dapat meningkatkan kecantikan (halodoc.com, 2021). Beberapa perawatan meliputi tindakan medis dengan peralatan yang canggih. Berbeda dengan salon, di klinik kecantikan konsumen akan dilayani oleh dokter kulit bersertifikat. Dokter kulit akan memeriksa dan memantau masalah kulit yang dimiliki oleh pelanggan, dan merawat secara komprehensif. Selama perawatan, konsumen akan dibantu oleh terapis atau staf kecantikan.

Sejalan dengan perkembangan gaya hidup dan ekonomi saat ini, perawatan kecantikan telah menjadi suatu kebutuhan bagi sebagian masyarakat khususnya untuk kaum wanita. Fenomena tersebut mendukung munculnya banyak klinik

kecantikan yang menawarkan produk dan jasanya untuk memenuhi kebutuhan masyarakat terhadap perawatan kecantikan. Klinik-klinik kecantikan yang muncul saat ini tidak hanya menawarkan jasa perawatan yang dibutuhkan konsumen tetapi juga menawarkan produk-produk perawatan lanjutan di rumah agar konsumen mendapatkan hasil yang sesuai dengan yang diinginkannya. Produk tersebut biasanya berupa obat-obatan yang dikemas dalam berbagai macam bentuk produk kecantikan untuk digunakan sehari-hari oleh konsumen.

Klinik Elisyah Skincare merupakan salah satu klinik kecantikan yang berusaha memenuhi kebutuhan konsumen terhadap perawatan kecantikan. Masalah kulit seperti jerawat, kulit kering, keriput, perawatan tubuh slimming serta bopeng pada wajah mampu ditangani secara alami dan professional di Klinik Elisyah Skincare. Perawatan Klinik Elisyah Skincare menggunakan bahan-bahan yang telah mendapat izin dari Badan Pengawasan Obat dan Makanan (BPOM) dan memiliki sertifikat halal. Produk-produk kosmetik tersebut dipatenkan dan hanya dijual di gerai-gerai Klinik Elisyah Skincare.

Produk kecantikan merupakan produk yang unik karena selain memiliki kemampuan untuk membuat wanita lebih cantik, produk tersebut sesungguhnya memiliki risiko pemakaian karena kandungan bahan kimia yang tidak selalu memberi efek yang sama untuk setiap konsumen (Ferrinadewi, 2005). Kondisi tersebut menyebabkan klinik-klinik kecantikan dituntut untuk memperhatikan manfaat produk dan keamanan produk untuk konsumen. Usaha tersebut dilakukan dengan menciptakan inovasi-inovasi dalam menghasilkan produk dan jasa yang

berkualitas. Klinik kecantikan yang memiliki produk-produk yang lengkap dan berkualitas dapat meningkatkan kepuasan konsumen (Mufidah, 2021).

Kelengkapan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan (Kotler, 2002:448). Konsumen akan melihat suatu produk berdasarkan pada karakteristik atau ciri, atau atribut dari produk tersebut (Kotler, 2002:448). Konsumen akan memberikan kesan yang baik terhadap suatu toko apabila toko tersebut dapat menyediakan barang yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumen. Oleh karena itu pengecer harus tanggap terhadap kebutuhan dan keinginan konsumen.

Selain kelengkapan produk, kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Anggraini, 2019). Pelayanan yang baik bertujuan untuk mempertahankan konsumen agar tidak pindah ke perusahaan lain. Ketika konsumen merasa pelayanan yang diterimanya tidak sesuai dengan yang diharapkan maka konsumen tersebut tidak akan mempertimbangkan untuk kembali membeli barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan menjadi salah satu kunci yang wajib dimiliki perusahaan, baik yang baru memulai bisnis ataupun yang telah bertahun-tahun berbisnis.

Kualitas pelayanan merupakan tingkat layanan terkait pemenuhan harapan dan kebutuhan konsumen. Artinya, layanan bisa disebut berkualitas jika memenuhi sebagian besar harapan para konsumen. Kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (Kotler, 2019). Kualitas layanan merupakan keseluruhan ciri dan

karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen (Abdullah dan Tantri, 2019).

Selain itu, kepuasan konsumen sangat berpengaruh penting terhadap perkembangan suatu perusahaan. Ketika merasa puas maka konsumen akan kembali lagi membeli produk dan jasa perusahaan tersebut. Namun ketika tidak merasa puas maka konsumen dapat berpindah ke perusahaan lain. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler dan Kaller, 2007).

Penelitian (Ishak, 2005) menyimpulkan bahwa konsumen yang puas terhadap merk/produk tertentu cenderung untuk membeli kembali merk/produk tersebut pada saat kebutuhan yang sama muncul di kemudian hari. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang. Sementara pembelian ulang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan. Selanjutnya konsumen yang puas tersebut sangat dimungkinkan untuk mempengaruhi lingkungan untuk mengkonsumsi merk/produk yang telah memuaskannya. Keadaan ini akan sangat membantu perusahaan dalam mempromosikan produknya. Dari kenyataan diatas Nampak bahwa kepuasan konsumen merupakan faktor yang penting bagi kelangsungan hidup perusahaan untuk bertahan dalam persaingan.

Seiring berjalannya waktu, banyak perusahaan atau klinik yang mulai bermunculan terutama klinik kecantikan, sehingga persaingan akan semakin ketat.

Untuk dapat memenangkan persaingan, pelayanan terbaik menjadi salah satu faktor yang harus diperhatikan. Selain kelengkapan produk, menjaga kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen sangat diperlukan oleh perusahaan. Untuk dapat menjalin hubungan yang kuat dengan konsumen, salah satu cara yang dapat digunakan adalah dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik.

Terlepas dari ketatnya persaingan yang ada, Klinik Elisyah Skincare sudah memiliki banyak pelanggan yang sudah melakukan perawatan. Selain itu, banyak pula pelanggan yang memberikan masukan untuk diadakannya promo/diskon setiap bulan supaya lebih menarik banyak pelanggan dan pendatang baru.

Klinik Elisyah Skincare bertempat di Cendono Padangan yang saat ini sudah berdiri selama kurang lebih 12 tahun dengan tempat yang lebih strategis. Klinik Elisyah Skincare mempunyai 5 karyawan di cabang Cendono Padangan, 1 karyawan di cabang Ngori Ngraho, dan 2 karyawan di cabang Boteng Gresik. Klinik Elisyah Skincare menawarkan jasa kesehatan berupa perawatan wajah dan produk kecantikan.

Di Klinik Elisyah Skincare pelanggan akan ditawarkan dengan berbagai macam perawatan yang mengandalkan kepakaran dari seluruh staff mulai dari *administrasi*, *beauty therapy* dan *dokter* yang ahli dalam melayani dengan kemampuan, ketrampilan dan sikap positif. Tidak hanya menawarkan jasa perawatan, namun Klinik Elisyah Skincare juga menawarkan produk-produk kecantikan untuk semua jenis kulit. Klinik Elisyah Skincare melayani semua kalangan khususnya wanita, dari usia 14 tahun sampai dengan usia kurang lebih 70

tahun. Ada banyak cara yang dilakukan sebagai upaya mempengaruhi konsumen agar kembali berkunjung untuk melakukan perawatan wajah secara berulang-ulang, salah satunya ialah dengan melakukan promosi atau diskon setiap bulan dalam sistem pemasaran kepada konsumen atau masyarakat.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti lebih lanjut tentang kepuasan konsumen yang dipengaruhi oleh kelengkapan produk dan kualitas pelayanan. Peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Elisyah Skincare Cendono Padangan”**.

B. Identifikasi dan Cakupan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, maka cakupan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Semakin ketatnya suatu persaingan bisnis kecantikan yang berlomba-lomba untuk mendapatkan konsumen.
- b) Kurang lengkapnya produk yang dijual seperti barang yang sudah habis tidak dimasukkan lagi.
- c) Besarnya pengaruh kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Klinik Elisyah Skincare Cendono Padangan.
- d) Kurangnya jumlah karyawan.

2. Cakupan Masalah

Dalam penelitian ini dibahas mengenai cakupan yang mungkin muncul dalam penelitian, supaya pembahasannya lebih terarah dan sesuai dengan tujuan yang dicapai yaitu untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kelengkapan produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Klinik Elisyah Skincare Cendono Padangan.

Konsumen pada Klinik Elisyah Skincare merupakan masyarakat, pelajar, dan karyawan yang berkunjung di Klinik Elisyah Skincare. Mengingat luasnya ruang lingkup kajian penelitian ini dan populasi konsumen yang cukup besar untuk konsumen Klinik Elisyah Skincare, maka peneliti membatasi sampel dan populasi yang sedang berkunjung di Klinik Elisyah Skincare.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kelengkapan produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Klinik Elisyah Skincare Cendono Padangan?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen di Klinik Elisyah Skincare Cendono Padangan?

D. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dalam penelitian ini adalah:

- a. Untuk mengetahui apakah kelengkapan produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Klinik Elisyah Skincare Cendono Padangan.
- b. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Klinik Elisyah Skincare Cendono Padangan.

2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diharapkan sebagai berikut:

- a. Manfaat Teoritis
 - 1) Menambah pengetahuan dan memperluas wawasan penulis tentang kelengkapan produk dan kualitas pelayanan.
 - 2) Sebagai bahan referensi bagi peneliti lain untuk melakukan penelitian di bidang yang sama.
- b. Manfaat Praktis
 - 1) Dapat digunakan sebagai bahan informasi bagi konsumen yang memilih perusahaan untuk lebih mengenal kelengkapan produk untuk mempertimbangkan kepuasan konsumen.
 - 2) Memberikan masukan dalam rangka perumusan strategi dalam mempertahankan konsumen yang sudah ada.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERPIKIR

A. Kajian Teori dan Deskripsi Teori

1. Kelengkapan Produk

a. Pengertian Kelengkapan Produk

Kelengkapan produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke dalam pasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai, atau dikonsumsi sehingga dapat memenuhi keinginan atau kebutuhan (Kotler dan Armstrong, 2004:345). Menurut Widodo (Kotler 2002:448) kelengkapan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan. Konsumen akan melihat suatu produk berdasarkan pada karakteristik atau ciri, atau atribut dari produk tersebut.

Lebih lanjut Kotler (2008:347) dalam penjelasannya menyatakan bahwa kelengkapan produk adalah tersedianya semua jenis produk yang ditawarkan untuk dimiliki, dipakai atau dikonsumsi oleh konsumen yang dihasilkan oleh produsen. Menurut Engel (2002:258) kelengkapan produk adalah kelengkapan produk yang menyangkut kedalaman, luas dan kualitas produk yang ditawarkan juga ketersediaan produk tersebut setiap saat di toko.

Dari penelitian Lemana (2017) menurut Raharjani (2005:8) kelengkapan produk adalah keragaman produk yang dijual untuk konsumen yang cenderung memilih tempat yang menawarkan produk yang bervariasi

dan lengkap menyangkut kedalaman, luas dan kualitas keragaman barang yang ditawarkan oleh penjual. Menurut Ma'ruf, kelengkapan produk adalah kegiatan pengadaan barang-barang yang sesuai dengan bisnis yang dijalani toko (produk berbasis makanan, pakaian, barang kebutuhan rumah, produk, umum dan lain-lain atau kombinasi) untuk disediakan dalam toko atau perusahaan ritel. Konsumen dapat memilih tempat yang akan dikunjungi dengan mempertimbangkan lengkap tidaknya produk yang dijual di tempat tersebut (Ma'ruf 2005).

b. Faktor Yang Mempengaruhi Kelengkapan Produk

Faktor– faktor yang dipertimbangkan oleh suatu toko dalam memilih produk yang dijualnya yaitu (Gilbert, 2003:113) :

- 1) Variety, kelengkapan produk yang dijual dapat mempengaruhi pertimbangan konsumen dalam memilih suatu toko.
- 2) Width or Breath, tersedianya produk-produk pelengkap dari produk utama yang ditawarkan.
- 3) Depth, merupakan macam dan jenis karakteristik dari suatu produk.
- 4) Consistency, produk yang sudah sesuai dengan keinginan konsumen harus tetap dijaga keberadaannya dengan cara menjaga kelengkapan, kualitas dan harga dari produk yang dijual.
- 5) Balance, berkaitan erat dengan usaha untuk menyesuaikan jenis dan macam-macam.

Produk di beli oleh konsumen karena dapat memenuhi kebutuhan tertentu atau memberi manfaat tertentu, karakteristik produk tidak hanya meliputi aspek fisik produk (tangible features), tetapi juga aspek non fisik (intangible features) seperti citra dan jasa yang dapat di lihat. Dalam hal ini kelengkapan produk dapat dilihat dari kategori produk yang tersedia di suatu perusahaan ritel atau swalayan, dimana pemasar membagi produk berdasarkan proses pembelian dan penggunaannya, menjadi konsumsi dan produk industri.

1. Produk Konsumsi (Consumption Product)

Produk konsumsi merupakan barang atau jasa yang dikonsumsi oleh rumah tangga atau individual. Produk yang dibeli konsumen akan langsung dikonsumsi sendiri. Produk itu tidak akan digunakan sebagai bahan baku produksi barang lain atau dijual kembali. Berdasarkan perilaku pembelian konsumen, produk konsumen di golongan menjadi (Kismono, 2001) :

a. Convenience goods

Adalah barang dan jasa yang harganya relative mahal, frekuensi pembeliannya tinggi, dan konsumen mengeluarkan sedikit usaha maupun pertimbangan sebelum membuat keputusan pembelian.

Barang convenience goods terdiri dari tiga jenis yaitu :

- 1) Bahan baku pokok (staples) adalah barang-barang yang sering dan secara rutin dibeli tanpa banyak pertimbangan. Contohnya

bahan makanan, obat-obatan yang digunakan secara tetap oleh keluarga.

2) Barang-barang yang dibeli karena dorongan sesaat adalah barang-barang yang dibeli tanpa perencanaan sebelumnya. Konsumen memutuskan untuk membeli begitu barang tersebut terlihat. Barang-barang impulsive biasanya diletakkan di dekat pintu masuk atau di rak-rak pajangan yang memungkinkan untuk dilihat dengan mudah oleh konsumen.

3) Barang-barang mendesak (emergency goods) adalah barang-barang yang dibeli hanya ketika kebutuhan sangat mendesak dan harus dibeli segera atau mendesak, berapapun harganya tidak penting.

b. Shopping goods

Adalah barang-barang dalam proses pemilihan dan pembelian di bandingkan oleh konsumen diantara berbagai alternatif yang tersedia. Contohnya alat-alat rumah tangga, pakaian, furniture, mobil bekas dll.

c. Special goods

Adalah barang yang memiliki karakteristik atau identifikasi merek unik dimana sekelompok konsumen bersedia melakukan usaha khusus untuk membelinya misalnya mobil lamborghini, pakaian rancangan desainer terkenal.

d. Unsought goods

Merupakan barang-barang yang tidak di ketahui konsumen atau walaupun sudah diketahui, tetapi pada umumnya belum terpikirkan untuk membelinya. Contohnya asuransi jiwa, ensiklopedia, tanah kuburan dan sebagainya.

2. Produk Industri

Produk industri adalah produk yang dipakai perusahaan untuk operasional menghasilkan barang atau jasa. Produk industri dapat dibagi menjadi beberapa kategori seperti produk instalasi, peralatan rumah tangga, persediaan, pelayanan, bahan mentah, komponen dan lain-lain (Kismono, 2001).

c. Indikator Kelengkapan Produk

Raharjani (2005:8), mengemukakan variabel kelengkapan produk meliputi keragaman barang yang dijual di pasar swalayan dan ketersediaan barang-barang tersebut di pasar swalayan. Adapun indikator dari kelengkapan produk, yaitu :

1. Keragaman produk yang dijual
2. Variasi produk yang dijual
3. Macam merk yang tersedia
4. Ketersediaan produk yang dijual

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen. Dalam hal ini perusahaan dapat dikatakan baik jika mampu menyediakan barang atau jasa sesuai dengan keinginan pelanggan. Kualitas produk dan kinerja layanan yang baik akan sangat berpengaruh dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2019:182) dalam Alamry (2017) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima.

Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai tingkat kepuasan konsumen. Dimana hal tersebut diperoleh dengan cara membandingkan jenis pelayanan satu dengan pelayanan lain yang sejenis. Kualitas pelayanan dianggap baik apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang diharapkan oleh konsumen, maka dapat dikatakan pelayanan sangat memuaskan.

Menurut Tjiptono (2005) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan produk, jasa, sumber daya manusia. Serta proses dan lingkungan yang setidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan.

Kualitas pelayanan menurut Olsen dan Wyckoff dalam Hasrina (2018) merupakan perbandingan keinginan konsumen terhadap pelayanan

yang nyata diberikan. Dengan kata lain, merupakan seberapa jauh perbedaan keinginan terhadap kenyataan pelayanan (Sudiarto, 2004 dalam Hasrina 2018).

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:681), kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung. Produk jasa yang berkualitas mempunyai peranan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan.

b. Faktor Yang Mempengaruhi Kalitas Pelayanan

Menurut Kasmir (2017, hlm. 6-7) faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

1) Jumlah tenaga kerja

Banyaknya tenaga kerja yang ada dalam suatu perusahaan.

2) Kualitas tenaga kerja

Meliputi pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki oleh tenaga kerja.

3) Motivasi karyawan

Suatu dorongan yang dimiliki oleh karyawan untuk melakukan suatu kegiatan atau pekerjaan.

4) Kepemimpinan

Proses mempengaruhi individu, biasanya dilakukan oleh atasan kepada bawahan supaya dapat bertindak sesuai dengan kehendak atasan demi tercapainya tujuan perusahaan.

5) Budaya organisasi

Sebuah sistem dalam suatu perusahaan yang dianut oleh semua anggota organisasi dan menjadi pembeda antara organisasi yang satu dengan organisasi yang lain.

6) Kesejahteraan karyawan

Pemenuhan kebutuhan-kebutuhan karyawan oleh suatu perusahaan.

7) Lingkungan kerja dan faktor lainnya

Meliputi sarana dan prasarana yang digunakan, teknologi, layout gedung dan ruangan, kualitas produk dan lain sebagainya.

c. Indikator Kualitas Pelayanan

Ada beberapa indikator kualitas pelayanan yang harus dipenuhi, diantaranya harus memenuhi lima indikator berikut ini (Lupiyoadi dan Hamdani, 2009:182 dalam Maula, 2021) :

1) *Tangibles* (Berwujud)

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak eksternal.

2) *Reliability* (Keandalan)

Yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

3) *Responsiveness* (Ketanggapan)

Yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.

4) *Assurance* (Asuransi dan Kepastian)

Yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan kepada perusahaan.

5) *Empathy* (Empati)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Menurut Heterogeneity (dalam Mukarom dan Laksana, 2018, hlm. 68-69) untuk mengukur kualitas layanan yang diharapkan oleh pelanggan, perlu diketahui kriteria, dimensi, atau indikator yang dipakai oleh pelanggan dalam menilai pelayanan tersebut, dimana lima indikator kualitas layanan tersebut diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Tangibility

Yaitu penampilan fisik, peralatan, personil, dan materi komunikasi.

2. Reliability

Yaitu kemampuan untuk memberikan layanan yang menjanjikan secara akurat, tepat waktu dan dapat dipercaya.

3. Responsiveness

Yaitu kemauan untuk membantu pelanggan dengan memberikan layanan yang baik dan cepat.

4. Empathy

Yaitu berusaha untuk mengetahui dan mengerti kebutuhan pelanggan secara individual.

5. Assurance

Yaitu pengetahuan dan keramahan personil serta kemampuan personil untuk dapat dipercaya dan diyakini.

3. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan Konsumen

Secara umum, kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah melakukan perbandingan antara apa yang diterima dengan apa yang diharapkan. Menilai kepuasan konsumen dan meningkatkan ekspektasi konsumen, sehingga dapat menjadi pelanggan yang setia. Ketika apa yang didapatkan oleh konsumen sesuai dengan harapannya, tentu konsumen akan merasa puas. Menurut Rondonuwu dan Komalig (2013) kepuasan konsumen adalah mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapan (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi.

Kepuasan konsumen menurut Kotler dan Keller (2003) yaitu, perasaan konsumen, baik berupa kesenangan atau ketidakpuasan yang timbul

ketika membandingkan produk dengan harapan konsumen atas produk tersebut. Jika produk itu sesuai atau lebih dari yang diharapkan oleh konsumen, maka kesenangan dan kepuasan akan dirasakan oleh konsumen.

Definisi kepuasan konsumen menurut Brown (1992) adalah kondisi dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen terhadap suatu produk, baik barang maupun jasa, sesuai atau terpenuhi dengan penampilan dari produk dan jasa. Jika puas, konsumen akan melakukan konsumsi secara berulang, terus-menerus, dan menjadikan konsumen loyal terhadap suatu produk dan jasa serta dengan sukarela mempromosikan produk tersebut.

Menurut Women dan Minor (2002), kepuasan konsumen diartikan sebagai keseluruhan sikap yang ditunjukkan konsumen atas barang dan jasa setelah memperoleh dan menggunakannya. Kepuasan konsumen ini merupakan penilaian evaluative setelah pemilihan yang disebabkan dan pengalaman menggunakan produk.

Memberikan kepuasan kepada konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Memenuhi kepuasan konsumen menjadi faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, yang mana dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan.

b. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Lupiyoadi (2001) dan Irawan (2004) :

1) Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi perusahaan menunjukkan bahwa produk yang digunakan berkualitas.

2) Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan terutama dibidang jasa, pelanggan akan merasa puas bila konsumen mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

3) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia ketika menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang diperoleh.

4) Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

5) Kemudahan dan biaya

Kemudahan dalam memperoleh produk atau jasa tersebut dan kemudahan dalam pembayaran dapat membuat pelanggan akan semakin puas ketika relative mudah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan suatu produk dan pelayanan.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan menurut (Zeithmal dan Bitner, 2003) :

1. Kualitas pelayanan atau jasa

Yaitu konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan.

2. Kualitas produk

Yaitu konsumen akan merasa puas apabila hasil mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

3. Harga

Yaitu produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen.

4. Faktor situasi

Yaitu keadaan atau kondisi yang dialami oleh konsumen.

5. Faktor pribadi dari konsumen

Yaitu karakteristik yang mencakup kebutuhan pribadi.

c. Indikator Kepuasan Konsumen

Indikator kepuasan konsumen menurut (Irawan, 2008) yaitu :

1) Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk

Yaitu, sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

2) Selalu membeli produk

Yaitu, pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.

3) Akan merekomendasikan kepada orang lain

Yaitu, pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.

4) Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya)

Yaitu, ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.

Menurut Tjiptono (2012), aspek-aspek yang digunakan sebagai indikator atau pengukur adanya kepuasan konsumen adalah sebagai berikut :

1. Kepuasan konsumen keseluruhan (overall customer satisfaction)
2. Konfirmasi harapan (confirmation of expectations)
3. Minat membeli ulang
4. Kesiediaan untuk merekomendasikan (willingness to recommended)

d. Strategi Kepuasan Konsumen

Berikut beberapa strategi menarik untuk menambah kepuasan konsumen :

- 1) Selalu terhubung di media sosial

Banyak bisnis daring yang berusaha membangun engagement dengan pelanggan di media sosial. Kehadiran bisnis tersebut di media sosial ataupun saluran lainnya yang dapat dihubungi membuat pelanggan makin puas.

2) Pahami pelanggan anda

Kenali kebutuhan dan pain point mereka agar perusahaan bisa memberikan produk atau jasa yang tepat untuk pelanggan.

3) Selalu berempati

Empati merupakan pilar utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Sikap ini menunjukkan bahwa perusahaan benar-benar memahami konsumen dan berusaha untuk membantu menyelesaikan masalahnya.

4) Jujur terhadap kesalahan atau perbaikan

Jujurlah kepada pelanggan apabila memang ada kesalahan atau hal yang perlu diperbaiki dalam bisnis.

5) Jadilah pendengar aktif

Pendengar aktif selalu memberikan perhatian penuh saat pelanggan berbicara.

B. Kajian Empiris

Tabel 1
Kajian Empiris

No	Nama Peneliti (Tahun) & Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan & Perbedaan
1	Elisa Lintang Pertiwi (2017) Universitas Nusantara PGRI Kediri Pengaruh Kualitas Produk, Kelengkapan Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Roti “Yulia Bakery” Kota Kediri	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.	Ada pengaruh signifikan secara parsial antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen, antara kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen antara kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen pada Toko Roti “Yulia Bakery”.	Persamaan menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan dalam kajian empiris adalah objeknya di Toko Roti, sedangkan penulis di Klinik Elisyah Skincare.
2	Wakyu Nur Prabowo (2015) Universitas Muhammadiyah Surakarta Pengaruh Harga, Promosi, Lokasi, Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan menggunakan kuesioner untuk mengumpulkan data. Sedangkan untuk pengolahan data menggunakan uji regresi berganda	Semua variabel independen yang terdiri dari harga, promosi, lokasi, kelengkapan produk, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel	Persamaan menggunakan metode kuantitatif. Perbedaan dalam kajian empiris ini adalah melakukan penelitian terkait pengaruh harga dan

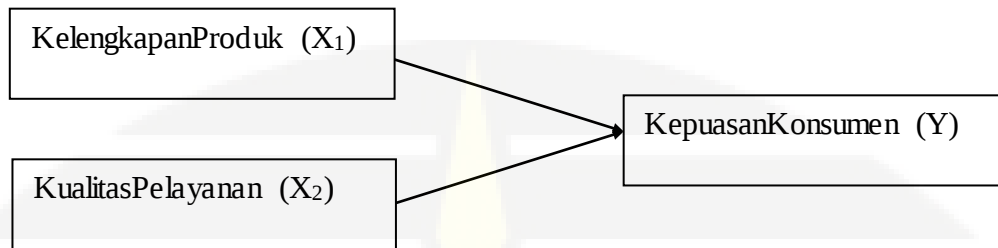
	Kepuasan Konsumen	sebagai alat ujinya.	independen yaitu kepuasan konsumen. Dan semua hipotesis yang ada terbukti berpengaruh signifikan.	promosi, sedangkan penulis terkait kelengkapan produk dan kualitas pelayanan.
3	Nia Sinta Nuriah, Budi Santoso, Retno Endah Supeni, Wenny Murtalining Tyas (2023) Universitas Muhammadiyah Jember Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Toko Rovin's Kecamatan Prajekan Kabupaten Bondowoso	Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan variabel bebas dan terikat.	Berdasarkan variabel X_1, X_2, X_3 maka dapat disimpulkan bahwa variabel kelengkapan produk, harga dan pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Toko Rovin's.	Persamaan menggunakan metode kuantitatif, melakukan penelitian terkait kelengkapan produk. Perbedaan kajian empiris adalah melakukan penelitian tentang harga, sedangkan penulis tidak melakukan penelitian tentang harga.
4	Nur Farida, Susilo Aji, A.Junaidi Mustofa (2021) Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi NU Trate Gresik Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap	Penelitian menggunakan metode kuantitatif.	Bahwa variabel harga, variabel kelengkapan produk, variabel kualitas pelayanan dan kelengkapan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan	Persamaan menggunakan metode kuantitatif dan pengumpulan data menggunakan kuesioner. Perbedaan kajian empiris adalah melakukan penelitian

	Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja di Toko Kautsar Lowayu Dukun Gresik		konsumen Toko Kautsar.	tentang harga, sedangkan penulis melakukan penelitian tentang kelengkapan produk dan kualitas pelayanan.
--	--	--	------------------------	--

C. Kerangka Berpikir

Dengan mengetahui apa yang menjadi kepuasan konsumen di harapkan perusahaan dapat meningkatkan kualitasnya, terutama pada aktivitas-aktivitas konsumen dalam melakukan pembelian. Semakin lengkapnya produk yang ditawarkan dan kualitas pelayanan yang baik, maka semakin adanya dorongan konsumen untuk memilih perusahaan tersebut. Sehingga kelengkapan produk dan kualitas pelayanan sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian diatas, maka kerangka berpikir Pengaruh Kelengkapan Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Elisyah Skincare Cendono Padang adalah :



Gambar.1
Kerangka Berpikir

D. Hipotesis

Hipotesis diartikan sebagai dugaan sementara atau pendapat yang masih lemah sehingga perlu dibuktikan kebenarannya (Sugiyono, 2009:93). Adapun hipotesis yang digunakan adalah :

- H₁ : Terdapat pengaruh kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen di Klinik Elisyah Skincare Cendono Padangan.
- H₂ : Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Klinik Elisyah Skincare Cendono Padangan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode dan Teknik Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang merupakan metode penelitian yang berbasis pada filsafat positivisme, yang mana digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, yang umumnya pengambilan sampelnya dilakukan secara acak, dan data dikumpulkan menggunakan instrument penelitian, lalu dianalisis secara kuantitatif/statistic dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2009:14).

Kemudian teknik penelitiannya berjenis survey. Menurut (Fraenkel dan Wallen, 1990) penelitian survey merupakan penelitian dengan mengumpulkan informasi dari suatu sampel dengan menanyakan melalui angket atau interview supaya nantinya menggambarkan berbagai aspek dari populasi.

B. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data dalam penelitian ini berjenis kuantitatif. Data kuantitatif adalah data dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan (Sugiyono, 2003:14 dalam Nugroho, 2018).

2. Sumber Data

Sumber data penelitian ini dibedakan menjadi dua macam, yaitu sumber data primer dan sekunder.

a. Data primer

Data primer menurut Sugiyono (2013:193) dalam Putranta (2020) adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumber aslinya. Data primer secara khusus dikumpulkan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Dalam penelitian ini, data primer bersumber dari beberapa atau sejumlah responden yang sudah dipilih, yaitu para pelanggan atau konsumen Klinik Elisyah Skincare Cendono Padangan.

b. Data sekunder

Data sekunder menurut Sugiyono (2013:62) dalam Putranta (2020) adalah data yang tidak langsung memberikan data kepada peneliti, misalnya penelitian harus melalui orang lain atau mencari melalui dokumen. Data sekunder biasanya telah dikumpulkan oleh lembaga pengumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data. Data sekunder dalam penelitian ini adalah profil perusahaan, struktur organisasi, data konsumen dan data produk.

C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan objek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti sebuah elemen yang ada dalam wilayah penelitian tersebut, maka

penelitiannya merupakan penelitian populasi (Arikunto, 1998:117). Populasi penelitian ini adalah konsumen yang sedang berbelanja kebutuhan wajah di Klinik Elisyah Skincare Cendono Padangan selama satu bulan yang rata-rata jumlahnya mencapai 309 orang.

Tabel 2

**Daftar Pengunjung Klinik Elisyah Skincare Cendono Padangan
Bulan Februari 2023**

No.	Tanggal/Bulan	Jumlah Pengunjung
1	Tanggal 1-7 Februari 2023	81
2	Tanggal 8-14 Februari 2023	81
3	Tanggal 15-21 Februari 2023	66
4	Tanggal 22-28 Februari 2023	81
Jumlah		309

Sumber : Data Pengunjung Klinik Elisyah Skincare Cendono Padangan

2. Sampel

Dalam hal ini Sugiyono (2008:118) berpendapat bahwa sampel merupakan suatu bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi. Dalam suatu penelitian, tidak semua individu dalam populasi dapat diteliti karena mengingat keterbatasan dalam faktor dana, tenaga, dan waktu yang tersedia maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari sebagian populasi (Arikunto, 2006:109 dalam Aliyah, 2017).

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan rumus slovin yang bertujuan untuk menentukan jumlah sampel peneliti, bahwa batas kesalahan yang ditoler

dalam sebuah penelitian memakai tingkat kesalahan ada yang 1%, 2%, 3%, 4%, 5%, dan 10% dari Umar (Krisyantono 2012:89 dalam Aliyah, 2017). Dalam penelitian ini peneliti memakai 10%, rumus slovin untuk menentukan jumlah sampel adalah :

$$n = \frac{N}{1 + N e^2}$$

$$= \frac{309}{1 + 309(10)^2} = \frac{309}{1 + 309 (0,01)} = \frac{309}{4,09} = 75,5 = 76$$

Dimana :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah seluruh anggota populasi

de = Tingkat kesalahan (batas kesalahan yang ditoleransi, yaitu 10%)

Berdasarkan penghitungan pengambilan sampel diatas, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 76 responden pada Klinik Elisyah Skincare Cendono Padangan.

3. Teknik Sampling

Menurut Margono (2004) teknik sampling adalah cara untuk menentukan sampel yang jumlahnya sesuai dengan ukuran sampel yang akan dijadikan sumber data sebenarnya, dengan memperhatikan sifat-sifat dan penyebaran populasi agar diperoleh sampel yang representative. Kemudian, jenis teknik

sampling yang diambil peneliti dalam pengambilan sejumlah sampel penelitian adalah teknik sampling acak.

Teknik sampling acak adalah jenis pengambilan sampel probabilitas dimana setiap orang di seluruh populasi target memiliki kesempatan yang sama untuk dipilih. Sampel dipilih secara acak yang dimaksudkan sebagai representasi yang tidak bias dari total populasi. Menurut Arikunto (2006:124) dalam Cahayani (2012), pengambilan sampel dengan sampling acak adalah teknik yang bisa dilakukan dengan cara undian.

D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data

Metode dan teknik pengumpulan data dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

1. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seseorang (Sugiyono, 2013:240). Metode ini digunakan untuk mengumpulkan data-data mengenai Klinik Elisyah Skincare Cendono Padangan, yaitu profil klinik, foto-foto aktivitas, dan lain sebagainya.

2. Metode Kuesioner

Menurut Sugiyono (2005:162) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila

peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur serta tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Metode ini digunakan untuk mendapatkan data variabel bebas (X) yang mencakup kelengkapan produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) dan variabel terikat (Y), yaitu kepuasan konsumen. Dalam hal pengukuran data kuesioner, penulis menggunakan kuesioner tertutup dengan skala pengukuran interval karena kuesioner terdiri dari sekian pernyataan yang memiliki beberapa pilihan jawaban yang tersedia.

Dalam penelian ini, skala pengukuran yang digunakan merupakan skala likert. Skala likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur persepsi, sikap atau pendapat seseorang atau kelompok mengenai sebuah peristiwa atau fenomena sosial dalam Pranatawijaya (Bahrun, Alifah, & Mulyono, 2018 ; Saputra & Nugroho, 2017).

Tabel 3
Skala Likert

No	Keterangan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber :Sugiyono (2017)

Keterangan :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Adapun kisi-kisi instrument kuesioner penelitian ini, dapat dilihat pada table di bawah ini :

Tabel 4
Indikator Variabel

Variabel	Indikator	Referensi
Kelengkapan Produk (X1)	Keragaman produk yang dijual	Raharjani (2005:8)
	Variasi produk yang dijual	
	Ketersediaan produk yang dijual	
	Macam merk yang tersedia	
Kualitas Pelayanan (X2)	Tangible (Berwujud)	Lupiyoadi dan Hamdani (2009:182)
	Reliability (Keandalan)	
	Responsiveness (Ketanggapan)	
	Assurance (Jaminan dan kepastian)	
	Empathy (Empati)	
Kepuasan Konsumen (Y)	Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk	Irawan (2008)
	Selalu membeli produk	
	Akan merekomendasikan kepada orang lain	
	Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya)	

E. Metode dan Teknik Analisis Data

Dalam mengolah data, penulis menggunakan teknik statistic analisis regresi sederhana dengan dibantu program *Statistical Product and Service Solution (SPSS) ver. 24 for windows*. Berdasarkan data dan variabel diatas, maka peneliti akan melakukan metode analisis data sebagai berikut :

1. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah ketetapan atau ketelitian suatu alat ukur dalam mengukur apa yang sedang ingin diukur. Dalam pengertian lain, uji validitas adalah uji yang bertujuan untuk menilai apakah seperangkat alat ukur sudah tepat mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji ini dilakukan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan *Produk Moment Pearson*. Pengujian menggunakan uji dua sisi dengan taraf signifikan 0,05. Uji signifikan dilakukan dengan membandingkan r hitung dengan r table. Jika r hitung lebih besar dari r table maka butir pertanyaan atau indicator tersebut dikatakan valid ($r_{hitung} > r_{table}$). Kuesioner dikatakan valid atau sah apabila pertanyaan atau pertanyaan yang ada pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur pada kuesioner tersebut. Namun, terlebih dahulu harus diuji terlebih dahulu kelayakan dan kevalidannya dengan beberapa tahap pengujian, yaitu uji validitas dan reliabilitas dimana penulis memilih 76

orang konsumen yang datang ke Klinik Elisyah Skincare Cendono Padangan untuk dijadikan responden sebagai kelompok uji coba instrument.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menurut Ghozali (2016) adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabilitas atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah One Shot atau pengukuran sekali saja., dimana pengukurannya hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur korelasi antar jawaban pertanyaan. Reliabilitas diukur dengan uji statistic *Cronbach Alpha*. Suatu konstruk atau variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach alpha* $> 0,7$.

2. Uji Persyarat Analisis

Dalam penelitian ini, data yang dianalisis berbentuk statistic. Maka dari itu, harus diuji terlebih dahulu melalui beberapa tahapan pengujian untuk memenuhi persyaratan, antara lain uji normalitas dan uji linieritas. Adapun data yang digunakan disini berasal dari data kuesioner yang telah diisi oleh responden utama yang berjumlah 76 orang.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu teknik statistic yang digunakan untuk menentukan apakah suatu sampel data atau variabel tertentu berasal dari

populasi yang memiliki distribusi normal atau tidak. Distribusi normal (juga dikenal sebagai distribusi Gaussian atau distribusi normal *bell-shaped*) adalah jenis distribusi yang paling umum ditemui dalam statistic. Distribusi normal memiliki kurva lonceng simetris dengan mean (rata-rata) di tengah dan standar deviasi yang mempengaruhi tinggi dan lebar kurva. Uji normalitas menggunakan metode *Kolmogorov-Smirnov*.

Adapun data untuk pengambilan keputusan dari hasil yang diperoleh melalui metode tersebut, yaitu :

- 1) Jika $\text{Sig} > 0.05$, maka data berdistribusi normal
- 2) Jika $\text{Sig} < 0.05$, maka data tidak berdistribusi normal

b. Uji Linearitas

Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linier. Pengujian linearitas dalam penelitian ini menggunakan perangkat *Test for Linearity* pada SPSS.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas adalah :

- i. Jika nilai probabilitas > 0.05 , maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah linear.
- ii. Jika nilai probabilitas < 0.05 , maka hubungan antara variabel X dengan Y adalah tidak linear.

3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis adalah metode pengambilan keputusan yang didasarkan dari analisis data, baik dari percobaan yang terkontrol, maupun dari observasi (tidak terkontrol). Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan analisis regresi linier berganda.

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda adalah hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y).

Rumus regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2$$

Keterangan :

Y = Kepuasan konsumen

X₁ = Kelengkapan produk

X₂ = Kualitas Pelayanan

a = Konstanta yang merupakan rata-rata nilai Y pada saat nilai X₁ dan X₂ sama dengan nol

b₁, b₂ = Koefisien regresi parsial, mengukur rata-rata nilai Y untuk tiap perubahan X dengan menganggap X yang konstan

b. Uji t

Uji t dilakukan untuk menguji hipotesis penelitian mengenai pengaruh dari masing-masing variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat. Uji t adalah salah satu test statistic yang dipergunakan untuk menguji kebenaran atau kepalsuan hipotesis yang menyatakan bahwa diantara dua buah mean sampel yang diambil secara acak dari populasi yang sama, tidak terdapat perbedaan yang signifikan (Sudjiono, 2010).

Pengambilan keputusan dilakukan dengan melihat nilai signifikan pada table Coefficients. Biasanya dasar pengujian hasil regresi dilakukan dengan tingkat kepercayaan sebesar 95% atau dengan taraf signifikannya sebesar 5% ($\alpha = 0,05$). Adapun kriteria dari uji statistic t (Ghozali, 2016) :

- 1) Jika nilai signifikan uji t $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.
- 2) Jika nilai signifikan uji t $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

c. Mencari Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi ini dilakukan dengan maksud mengukur kemampuan model dalam menerangkan seberapa pengaruh variabel independen secara bersama-sama (simultan) mempengaruhi variabel dependen yang dapat diindikasikan oleh nilai *adjusted R-Squared* (Ghozali,

2016). Koefisien determinasi menunjukkan sejauh mana kontribusi variabel bebas dalam model regresi mampu menjelaskan variasi dari variabel terikat. Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengetahui seberapa besar variabel endogen secara simultan mampu menjelaskan variabel eksogen. Semakin tinggi nilai R^2 berarti semakin baik model prediksi dari model penelitian yang diajukan. Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk menentukan dan memprediksi seberapa besar atau penting kontribusi pengaruh yang diberikan oleh variabel independen secara bersama-sama terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi yaitu antara 0 dan 1. Jika nilai mendekati 1, artinya variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Namun jika nilai R^2 semakin kecil, artinya kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen cukup terbatas (Ghozali, 2016).

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul, Y. 2022. *Kualitas Pelayanan : Indikator, Pengaruh dan Contoh (Lengkap)*.
<https://deepublishstore.com/blog/kualitas-pelayanan/> diakses tanggal 6 Juli.
- Al-Amin, I. M. 2022. *Populasi Adalah Salah Satu Objek Penelitian, Ini Penjelasan Para Ahli*. <https://katadata.co.id/agung/berita/6265abd09a1b8/populasi-adalah-salah-satu-objek-penelitian-ini-penjelasan-para-ahli>. diakses tanggal 25 April.
- Alamry, S. M. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Buku Gramedia Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*. Volume 6 No.2.
- Aliyah, A. K. 2017. Pengaruh Promosi Melalui Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Dengan *Viral Marketing* Sebagai Variabel *Intervring* (Studi Kasus Pada Konsumen SFA Steak & Resto Karanganyar). *Institut Agama Islam Negeri Surakarta*.
- Anggraini, P. A. 2019. Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Kecantikan Maya Aesthetic Clinic Kenayan Tulungagung. *Institut Agama Islam Negeri Tulungagung*.
- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revi. Jakarta : Rineka Cipta.
- Bahar, A., Sjaharuddin, H. 2015. Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang. *Jurnal Organisasi Dan Manajemen*. Volume 3.
- Binus University. 2021. *Memahami Uji T Dalam Regresi Linear*. <https://accounting.binus.ac.id/2021/08/12/memahami-uji-t-dalam-regresi-linear/>. diakses tanggal 12 Agustus.
- Cahayani, A. 2012. Pengaruh Interaksi Belajar Dan Intensitas Perhatian Orang Tua Terhadap Motivasi Belajar Akuntansi Keuangan menengah 2 Pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Akuntansi Angkatan 2009/2010. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Engel. Paul D Blaewel. 2002. *Perilaku Konsumen Edisi ke-6*. Binapura Aksara.

Jakarta.

- Farida, N., Aji, S., Mustofa, J.A. 2021. Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dalam Berbelanja Di Toko Kautsar Lowayu Dukun Gresik. *Jurnal Ekonomi dan Kewirausahaan Kreatif (JEKK)*. Volume 6 No. 1.
- Ferrinadewi, E. 2005. Atribut Produk Yang Dipertimbangkan Dalam Pembelian Kosmetik Dan Pengaruhnya Pada Keputusan Konsumen Di Surabaya. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*. Volume 7, No. 2.
- Ghozali, I. 2016. *Aplikasi Analisis Multivailate Dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gilbert, David. 2003. *Retail Marketing Management*. New Jersey. Prentice Hall.
- Hafidzi, A.A. 2013. Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Universitas Negeri Semarang*.
- Hardani. 2020. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Yogyakarta. Pustaka Ilmu.
- Hasrina, Y. 2018. Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Asuransi Terhadap Tingkat Kepuasan Masyarakat Di PT. Jasa Raharja KPJR Pangkalan Balai. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Sriwijaya*. Volume 16 (3).
- Imron. 2019. Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Metode Kuantitatif Pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian sJournal on Software Engineering (IJSE)*. Volume 5, No. 1.
- Indrasari, M. 2019. *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. UP. Unitom Press. Surabaya.
- Ishak, A. 2005. Pentingnya Kepuasan Konsumen Dan Implementasi Strategi Pemasarannya. *Jurnal Siasat Bisnis*. Hal : 1-11.
- Iskandar. Jaya, a., Warti, R., Zaini. 2022. *Statistik Pendidikan (Teori Dan Aplikasi SPSS)*. PT. Nasya Expanding Management. Bojong.
- Tjiptono, F. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi Kedua, Yogyakarta : Andi Offset.
- Tjiptono, F. 2012. *Pemasaran Strategik*, Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi Offset.

- Kasmir. 2017. *Customer Service Excellent : Teori dan Parktik*. PT. Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Kismono, Gugup. 2001. *Pengantar Bisnis*. Yogyakarta : BPEE.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2001. *Prinsip-Prinsip Pemasaran. Jilid 2 Edisi ke-8*. Erlangga. Jakarta
- Lemana, R. 2017. Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Penetapan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. *Jurnal Pemasaran Kompetitif Manajemen Pemasaran*. Volume 1, No.1.
- Makarim, R. F. 2021. *Klinik Kecantikan : Tujuan, Jenis Dan Prosedur*. <https://www.halodoc.com/artikel/klinik-kecantikan-tujuan-jenis-dan-prosedur>. diakses tanggal 16 Desember.
- Margono. 2004. *Metode Penelitian Pendidikan*, Jakarta, Rineka Cipta.
- Maula, M. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Makanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung Mie Celor 26 Ilir HM Syafei Z Kota Palembang. *Politeknik Negeri Sriwijaya*.
- Mufidah, W. 2021. Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko Tugu Gede Mayong. *Jurnal Ekonomi Mahasiswa (JEKMA)*. Volume 2 No. 3.
- Mursalin. 2022. Pengaruh Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan pembelian Konsumen Pada Indomaret Diponegoro Takalar. *Universitas Muhammadiyah Makassar*.
- Nasution, H. F. MHD. 2021. Pengaruh Harga, Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Konsumen Di 212 Mart. *Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara Medan*.
- Nuriah, S.N., Santoso, B., Supeni, E.R., Tyas, M.W. 2023. Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Rovin's Kecamatan Prajekan Kabupaten Bondowoso. *Program Studi Ekonomi Manajemen. Universitas Muhammadiyah Jember*. Volume 7 No. 1.
- Nurmalasari, M. R. 2013. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Klinik Kecantikan Profira Di Surabaya. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa*

Universitas Surabaya. Volume 2 No.1.

- Oktriwina, S. A. 2022. *Random Sampling : Devinisi, Tipe, kelebihan Dan Kekurangannya*. <https://glints.com/id/lowongan/random-sampling-adalah/#:~:text=Devinisi%20Random%20Sampling,-%C2%A9%20Dexels.com&text=menurut%20Sampl%20Psychology%20random%20sampling,tidak%20bias%20dari%20total%20populais.diakses> tanggal 26 Oktober.
- Pertiwi, L.E. 2017. Pengaruh Kualitas Produk, Kelengkapan Produk Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Toko Roti “Yulia Bakery” Kota Kediri. *Universitas Nusantara Kediri*.
- Prabowo, N.W. 2015. Pengaruh Harga, Promodi, Lokasi, Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Universitas Muhammadiyah Surakarta*.
- Pranatawijaya, H.V., Widiatry., Priskila, R., Putra, A. A. B. P. 2019. Pengembangan Aplikasi Kuesioner Survey Berbasis Web Menggunakan skala Likert Dan Guttman. *Jurnal Sains Dan Informatika*. Volume 5 No.2.
- Putranta, T. A., Qiyanto, A. 2020. Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Transaksi E-Pulsa (Studi Kasus Di Indomart Sudirman Tangerang). *Jurnal Disrupsi Bisnis*. Volume 3 No.2.
- Raharjani, Jeni. 2005. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pemilihan Pasar Awalayan Sebagai Tempat Berbelanja (Studi Kaus Pada Pasar Swalayan di Kawasan Seputar Simpang Lima (Semarang). *Jurnal Studi Manajemen & Organisasi*. Volume 2 No. 1 Hal 1-15.
- Ramdhan, A. N. M. 2013. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Service Berkala Pada Dealer Nissan Basuki Rhamt di Kota Surabaya. *Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. Malang*.
- Rondonuwu, D. P. 2013. Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Mobil Nissan March Pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBE*. Volume 1 No.4 Hal 718-728.

- Rosmawati, S., Shita, T. R. 2022. Penentuan Lokasi Usaha Strategis Klinik NNW Dengan Implementasi Data Mining Algoritma Naïve Bayes Di Kota Tangerang Selatan. *Seminar Nasioanl Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi (Senafti) Jakarta*.
- Sihabudin. Wibowo, D., Mulyono, S., Kusuma, W. K., Arofah, I., Ningsi, A. B., Saputra, E., Purwasih, R., Syaharuddin. 2021. *Ekonomi Dasar, Teori Dan Praktik Berbasis SPSS*. CV. Pena Persada. Purwokerto, Banyumas. Jawa Tengah.
- Sudana, K. I., Anggraeni, Y. P. L. N., Indrawan, E. P. I. 2021. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada kober Mie Setan (Studi Kasus Kober Mie Setan Peguyangan). *Widyadari*. Volume. 22 No. 2 Hlm 555-561.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi Keempat. Bandung : CV Alfabeta.
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Alfabeta, Bandung.
- Tips dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan*. <https://www.sodexo.co.id/strategi-kepuasan-pelanggan>. diakses tanggal 20 September 2022.
- Uji Hipotesis*. https://id.m.wikipedia.org/wiki/Uji_hipotesis.
- Uji Normalitas Dengan SPSS*. <https://cattleyapublicationsservice.com/?p=729>. diakses tanggal 18 Februari 2023. Jurnal Ilmiah dan Buku.
- Umami, R., Putra, E. W., Friyani, R. Pengaruh Partisipasi Penyusunan Anggaran, Gaya Kepemimpinan Dan Motivasi Terhadap Kinerja Manajerial (Studi Kasus Pada Kantor Wilayah Kementrian Agama Provinsi Jambi). *Universitas Jambi*.
- Wahyuni. 2019. Analisis Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Universitas Semarang*.
- Widodo, T. 2016. Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Among Makarti*. Volume 9 No. 17.

- Yusuf, M. 2017. Pengaruh Kompetensi, Tekanan Ketaatan Dan Kompleksitas Tugas Terhadap Audit Judgment. *Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*. Volume 13 No. 01.
- Zikri, A., Harahap, I. M. 2022. Analisis Kualitas Pelayanan Pengiriman Barang Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT Pos Indonesia (Persero) Regional 1 Sumatera. *Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen (JIKEM)*. Volume 2 No. 1 Page 923-926.

Lampiran 1. Lembar Kuesioner Penelitian**KUESIONER PENELITIAN**

**PENGARUH KELENGKAPAN PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA
KLINIK ELISYAH SKINCARE CENDONO PADANGAN**

1. Identitas Responden

Nama :

Usia

- ☐ 14 th- 24 th ☐ 36 th – 50 th
☐ 25 th – 35 th ☐ > 50 th

Pekerjaan

- ☐ Pelajar ☐ PNS/TNI/POLRI
☐ Karyawan swasta ☐ Lainnya

Alamat :

Handphone :

2. Petunjuk Pengisian

Isilah jawaban sesuai pendapat anda dengan memberi satu tanda centang pada kontak yang tersedia.

Keterangan :

SS = Sangat Setuju = 5

S = Setuju = 4

N = Netral = 3

TS = Tidak Setuju = 2

STS = Sangat Tidak Setuju = 1

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian**a. Kelengkapan Produk (X1)**

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Produk yang dijual sangat lengkap					
2	Produk yang dijual sangat bervariasi					
3	Ketersediaan stock produk yang dijual					
4	Ada berbagai macam pilihan merk produk yang tersedia					

b. Kualitas Pelayanan (X2)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Administrasi yang sangat baik dan menarik					
2	Peralatan (perlengkapan sarana dan prasarana) sangat lengkap					
3	Tempat parkir sangat memadai					
4	Kemampuan pelayanan karyawan dapat dipercaya oleh konsumen					
5	Keakuratan karyawan dalam melakukan pelayanan jasa					
6	Kecepatan tanggap terhadap keluhan konsumen					
7	Kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat dan benar					
8	Pengetahuan dan keterampilan					

	karyawan dalam menjalankan tugasnya					
9	Karyawan dapat memberikan kepercayaan kepada konsumen (ketepatan produk, kenyamanan, keamanan)					
10	Karyawan peduli akan keinginan konsumen					
11	Menjaga hubungan baik kepada konsumen					

c. Kepuasan Konsumen (Y)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
1	Terwujudnya keinginan konsumen terpenuhi					
2	Setia menggunakan produk terus-menerus					
3	Merekomendasikan Klinik Elisyah Skincare kepada teman saya					
4	Kualitas pelayanan sangat baik dan ramah					

Lampiran 3. Tabulasi Data Umum Kuesioner pada 76 Responden

**Tabulasi Data Umum Pada 76 Responden Yang Digunakan Dalam Penelitian
Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Pelanggan Pada Klinik Elisyah Skincare Cendono Padangan**

No	Nama Inisial	Umur	Pekerjaan	Alamat
1	R	1	4	Napis
2	L	1	4	Kauman
3	R	2	4	Purworejo
4	F	2	2	Ngelo
5	A	2	4	Mulyorejo
6	N	2	4	Cepu
7	A	2	4	Ngraho
8	S	2	4	Jipang
9	D	2	4	Gresik
10	D	2	4	Sambong
11	W	1	2	Padangan
12	R	2	4	Cepu
13	S	1	4	Ngraho
14	A	1	2	Tanjung
15	I	2	2	Cepu
16	P	1	4	Sidorejo
17	R	2	4	Mersodo
18	S	2	4	Purworejo
19	E	2	4	Randublatung
20	N	2	4	Sumberarum
21	E	2	4	Nglanjuk

22	M	2	4	Biting
23	S	2	4	Pandan
24	D	1	2	Sambeng
25	T	2	4	Kedungtuban
26	S	2	4	Cepu
27	F	2	2	Cepu
28	A	3	4	Tawongan
29	I	4	4	Malo
30	S	2	4	Ngraho
31	A	2	4	Kuncen
32	N	3	4	Balen
33	N	2	4	Mulyorejo
34	R	2	4	Rowobayan
35	N	2	3	Getas
36	I	2	2	Bojonegoro
37	W	2	4	Randublatung
38	A	2	4	Kebonagung
39	R	1	2	Balun
40	E	2	4	Kapuan
41	L	3	4	Tambakromo
42	F	2	4	Gayam
43	K	2	4	Jepon
44	S	3	4	Tambakrejo
45	Y	3	4	Cepu
46	S	4	4	Bojonegoro
47	L	2	4	Surabaya
48	L	2	2	Cepu
49	R	3	4	Ngelo

50	E	1	2	Randublatung
51	T	3	4	Bojonegoro
52	D	1	2	Menden
53	M	2	4	Tambakrejo
54	N	2	4	Blora
55	Y	3	4	Sumberarum
56	S	4	4	Kasiman
57	D	1	4	Ngraho
58	K	3	4	Sukoharjo
59	R	3	4	Tebon
60	S	2	4	Trucuk
61	S	2	4	Nogiri
62	S	3	4	Ngori
63	S	3	4	Purwosari
64	D	1	2	Ploso Wetan
65	M	1	2	Blora
66	B	1	2	Surabaya
67	D	1	1	Dengok
68	D	2	2	Sonorejo
69	U	1	1	Bojonegoro
70	W	1	2	Kasiman
71	N	1	4	Balun
72	M	2	2	Ngasinan
73	F	1	4	Cepu
74	S	4	4	Meduri
75	S	4	2	Banjarejo
76	N	1	2	Pengkok

Keterangan :

- Usia	: Jumlah Responden	= 76 orang (100%)
	: 1. 14 th - 24 th	= 20 orang (26,3%)
	: 2. 25 th – 35 th	= 39 orang (51,3%)
	: 3. 36 th – 50 th	= 12 orang (15,8%)
	: 4. > 50 th	= 5 orang (6,6%)
- Pekerjaan	: Jumlah Responden	= 76 orang
	: 1. Pelajar	= 2 orang (2,6%)
	: 2. Karyawan	= 19 orang (25%)
	: 3. PNS/TNI/POLRI	= 1 orang (1,3%)
	: 4. Lainnya	= 54 orang (71,1%)

A. Hasil Uji Validitas

1. Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kelengkapan Produk (X1)

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.608**	.355**	.464**	.804**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.000
	N	76	76	76	76	76
X1.2	Pearson Correlation	.608**	1	.433**	.373**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000
	N	76	76	76	76	76
X1.3	Pearson Correlation	.355**	.433**	1	.411**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000
	N	76	76	76	76	76
X1.4	Pearson Correlation	.464**	.373**	.411**	1	.742**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000
	N	76	76	76	76	76
Total_X1	Pearson Correlation	.804**	.788**	.714**	.742**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.511**	.217	.457**	.381**	.317**	.413**	.318**	.492**	.254*	.365**	.596**
	Sig. (2-tailed)		.000	.059	.000	.001	.005	.000	.005	.000	.027	.001	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76
X2.2	Pearson Correlation	.511**	1	.384**	.525**	.596**	.521**	.513**	.564**	.645**	.344**	.554**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76
X2.3	Pearson Correlation	.217	.384**	1	.104	.226	.290*	.174	.290*	.177	.429**	.334**	.480**
	Sig. (2-tailed)	.059	.001		.370	.050	.011	.133	.011	.125	.000	.003	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76
X2.4	Pearson Correlation	.457**	.525**	.104	1	.675**	.715**	.652**	.645**	.544**	.395**	.359**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.370		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76
X2.5	Pearson Correlation	.381**	.596**	.226	.675**	1	.620**	.519**	.649**	.610**	.380**	.539**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.050	.000		.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000

	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76
X2.6	Pearson Correlation	.317**	.521**	.290*	.715**	.620**	1	.692**	.582**	.549**	.431**	.434**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.011	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76
X2.7	Pearson Correlation	.413**	.513**	.174	.652**	.519**	.692**	1	.583**	.541**	.357**	.325**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.133	.000	.000	.000		.000	.000	.002	.004	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76
X2.8	Pearson Correlation	.318**	.564**	.290*	.645**	.649**	.582**	.583**	1	.569**	.606**	.549**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.011	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76
X2.9	Pearson Correlation	.492**	.645**	.177	.544**	.610**	.549**	.541**	.569**	1	.395**	.507**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.125	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76
X2.10	Pearson Correlation	.254*	.344**	.429**	.395**	.380**	.431**	.357**	.606**	.395**	1	.582**	.652**
	Sig. (2-tailed)	.027	.002	.000	.000	.001	.000	.002	.000	.000		.000	.000
	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76
X2.11	Pearson Correlation	.365**	.554**	.334**	.359**	.539**	.434**	.325**	.549**	.507**	.582**	1	.704**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.003	.001	.000	.000	.004	.000	.000	.000		.000
	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76

Total_X2	Pearson												
	Correlation	.596**	.796**	.480**	.764**	.786**	.782**	.731**	.804**	.763**	.652**	.704**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76	76

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

4. Hasil Uji Validitas Berdasarkan Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

		Correlations				
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.312**	.257*	.357**	.655**
	Sig. (2-tailed)		.006	.025	.002	.000
	N	76	76	76	76	76
Y.2	Pearson Correlation	.312**	1	.576**	.581**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.006		.000	.000	.000
	N	76	76	76	76	76
Y.3	Pearson Correlation	.257*	.576**	1	.557**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.025	.000		.000	.000
	N	76	76	76	76	76
Y.4	Pearson Correlation	.357**	.581**	.557**	1	.806**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.000
	N	76	76	76	76	76
Total_Y	Pearson Correlation	.655**	.810**	.774**	.806**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	76	76	76	76	76

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

B. Uji Reliabilitas

1. Hasil Uji Reliabilitas Berdasarkan Variabel Kelengkapan Produk (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.759	4

2. Hasil Uji Reliabilitas Berdasarkan Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.902	11

3. Hasil Uji Reliabilitas Berdasarkan Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.751	4

C. Uji Prasyarat Analisis

1. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.96326800
Most Extreme Differences	Absolute	.096
	Positive	.052
	Negative	-.096
Test Statistic		.096
Asymp. Sig. (2-tailed)		.082 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

2. Hasil Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Kelengkapan Produk	Between Groups	(Combined)	107.246	6	17.874	14.615	.000
		Linearity	100.437	1	100.437	82.125	.000
		Deviation from Linearity	6.809	5	1.362	1.114	.361
	Within Groups		84.385	69	1.223		
	Total		191.632	75			

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Kepuasan Konsumen * Kualitas Pelayanan	Between Groups	(Combined)	131.982	14	9.427	9.641	.000
		Linearity	111.290	1	111.290	113.810	.000
		Deviation from Linearity	20.692	13	1.592	1.628	.102
	Within Groups		59.649	61	.978		
	Total		191.632	75			

D. Uji Hipotesis

1. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.589	1.309		1.978	.052
Kelengkapan Produk	.332	.099	.353	3.358	.001
Kualitas Pelayanan	.190	.040	.500	4.760	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

2. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.589	1.309		1.978	.052
Kelengkapan Produk	.332	.099	.353	3.358	.001
Kualitas Pelayanan	.190	.040	.500	4.760	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

3. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 ^a	.637	.627	.976

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Lampiran 4. Tabulasi Data Khusus Kuesioner pada 76 Responden Variabel Bebas

Tabulasi Data Khusus Kuesioner pada 76 Responden Variabel Bebas Yang Digunakan Dalam Penelitian Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Elisyah Skincare Cendono Padangan

No	Indikator Variabel Kelengkapan Produk				Total Skor	Indikator Variabel Kualitas Pelayanan											Total Skor
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	
1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
2	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
3	4	4	4	5	17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
4	4	4	4	4	16	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	52
5	3	4	4	3	14	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	43
6	4	4	3	4	15	5	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	41
7	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	46
8	4	4	3	3	14	5	4	3	5	5	5	5	4	5	4	4	49
9	4	5	4	4	17	4	3	3	5	4	4	4	3	4	4	4	42
10	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
11	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	54
12	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
13	5	5	4	4	18	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	47
14	4	4	4	5	17	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	47
15	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
16	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	45

17	5	5	5	4	19	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	48
18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
19	4	5	4	4	17	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	47
20	5	4	5	5	19	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	51
21	4	5	4	5	18	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	48
22	5	5	4	5	19	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	51
23	4	5	5	4	18	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	48
24	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
25	5	5	5	4	19	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	49
26	4	5	5	4	18	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	49
27	4	5	4	5	18	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	48
28	5	5	4	4	18	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	49
29	5	5	3	4	17	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	47
30	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	46
31	4	4	4	5	17	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	45
32	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	46
33	5	5	5	5	20	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	53
34	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
35	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
36	3	3	4	4	14	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	41
37	5	5	4	5	19	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	51
38	5	4	4	5	18	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	52
39	4	4	5	4	17	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	51
40	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
41	4	4	4	5	17	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	45
42	4	4	4	3	15	5	4	4	4	5	3	3	4	4	4	5	45

43	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	45
44	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	42
45	4	4	4	3	15	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	44
46	3	3	4	4	14	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	43
47	4	4	4	4	16	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	51
48	4	4	5	5	18	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	47
49	3	4	4	4	15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
50	4	4	4	5	17	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	54
51	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
52	4	5	5	5	19	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	47
53	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
54	5	4	5	4	18	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	50
55	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	43
56	3	4	4	4	15	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	43
57	3	4	4	4	15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
58	4	4	4	4	16	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	45
59	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	43
60	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	45
61	5	4	4	4	17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
62	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	43
63	4	5	5	4	18	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	45
64	5	5	5	5	20	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	52
65	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
66	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
67	5	5	4	4	18	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	53
68	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44

69	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
70	4	5	4	4	17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
71	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
72	4	5	5	5	19	4	4	3	5	4	5	5	5	5	5	5	50
73	5	4	4	5	18	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	48
74	4	4	3	4	15	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	43
75	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	45
76	5	5	4	5	19	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	49

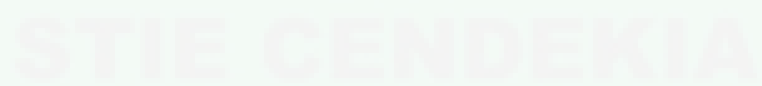
Lampiran 5. Tabulasi Data Khusus Kuesioner pada 76 Responden Variabel Terikat

Tabulasi Data Khusus Kuesioner pada 76 Responden Variabel Terikat Yang Digunakan Dalam Penelitian Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Elisyah Skincare Cendono Padangan

No	Indikator Variabel Kepuasan Konsumen				Total Skor
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	
1	5	5	5	5	35
2	5	4	4	4	30
3	5	4	5	5	33
4	5	4	4	5	30
5	4	5	4	4	28
6	3	3	4	4	24
7	4	4	5	4	29
8	3	4	4	4	26
9	3	3	4	4	24
10	4	4	4	4	28
11	5	4	4	5	31
12	5	5	5	5	35
13	5	5	5	5	33
14	5	4	5	4	32
15	5	4	5	5	34
16	4	4	4	4	28
17	5	4	4	4	32
18	4	4	4	4	28
19	4	4	5	4	29
20	4	5	5	5	30
21	4	5	4	5	30
22	4	5	5	5	33
23	4	4	4	4	29
24	4	5	4	5	32
25	5	4	4	4	29
26	4	4	4	4	28
27	5	4	4	4	31
28	5	4	4	4	29
29	5	4	4	4	30

30	4	4	4	5	30
31	5	4	4	4	30
32	5	4	4	4	30
33	5	5	5	5	34
34	4	4	4	4	28
35	5	5	5	5	35
36	4	4	3	4	26
37	5	5	5	5	34
38	5	4	4	5	31
39	5	4	4	4	30
40	4	4	4	4	28
41	5	5	4	4	31
42	4	3	4	4	26
43	5	3	3	4	25
44	4	4	4	4	27
45	4	3	4	4	27
46	4	4	4	4	27
47	4	4	4	4	29
48	4	5	4	5	31
49	5	4	4	4	28
50	5	5	5	5	35
51	4	4	4	4	27
52	5	5	5	5	35
53	5	4	4	4	30
54	4	5	5	4	33
55	5	4	4	4	28
56	4	4	4	4	28
57	5	4	4	4	29
58	5	4	4	4	29
59	4	4	4	5	29
60	4	4	4	4	29
61	4	4	4	4	29
62	4	4	4	4	28
63	4	4	4	4	29
64	5	5	5	5	35
65	5	5	5	5	35
66	5	5	5	5	35
67	4	4	5	4	31
68	4	4	4	4	28
69	4	4	4	4	28
70	4	4	4	4	28
71	5	5	5	5	35

72	5	4	5	5	32
73	4	4	5	5	32
74	4	4	4	4	29
75	5	4	4	5	31
76	5	4	4	5	32



STIE CENDEKIA

Lampiran 6. Tabel Distribusi t

Tabel Distribusi t

Pr	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01
Df	0,50	0,20	0,10	0,050	0,02
1	1,00000	3,07768	6,31375	12,70620	31,82052
2	0,81650	1,88562	2,91999	4,30265	6,96456
3	0,76489	1,63774	2,35336	3,18245	4,54070
4	0,74070	1,53321	2,13185	2,77645	3,74695
5	0,72669	1,47588	2,01505	2,57058	3,36493
6	0,71756	1,43976	1,94318	2,44691	3,14267
7	0,71114	1,41492	1,89458	2,36462	2,99795
8	0,70639	1,39682	1,85955	2,30600	2,89646
9	0,70272	1,38303	1,83311	2,26216	2,82144
10	0,69981	1,37218	1,81246	2,22814	2,76377
11	0,69745	1,36343	1,79588	2,20099	2,71808
12	0,69548	1,35622	1,78229	2,17881	2,68100
13	0,69383	1,35017	1,77093	2,16037	2,65031
14	0,69242	1,34503	1,76131	2,14479	2,62449
15	0,69120	1,34061	1,75305	2,13145	2,60248
16	0,69013	1,33676	1,74588	2,11991	2,58349
17	0,68920	1,33338	1,73961	2,10982	2,56693
18	0,68836	1,33039	1,73406	2,10092	2,55238
19	0,68762	1,32773	1,72913	2,09302	2,53948
20	0,68695	1,32534	1,72472	2,08596	2,52798
21	0,68635	1,32319	1,72074	2,07961	2,51765
22	0,68581	1,32124	1,71714	2,07387	2,50832
23	0,68531	1,31946	1,71387	2,06866	2,49987
24	0,68485	1,31784	1,71088	2,06390	2,49216

25	0,68443	1,31635	1,70814	2,05954	2,48511
26	0,68404	1,31497	1,70562	2,05553	2,47863
27	0,68368	1,31370	1,70329	2,05183	2,47266
28	0,68335	1,31253	1,70113	2,04841	2,46714
29	0,68304	1,31143	1,69913	2,04523	2,46202
30	0,68276	1,31042	1,69726	2,04427	2,45726
31	0,68249	1,30946	1,69552	2,03951	2,45282
32	0,68223	1,30857	1,69839	2,03693	2,44868
33	0,68200	1,30774	1,69236	2,03452	2,44479
34	0,68177	1,30695	1,69092	2,03224	2,44115
35	0,68156	1,30621	1,68957	2,03011	2,43772
36	0,68137	1,30551	1,68830	2,02809	2,43449
37	0,68118	1,30485	1,68709	2,02619	2,43145
38	0,68100	1,30423	1,68595	2,02439	2,42857
39	0,68083	1,30384	1,68488	2,02269	2,42584
40	0,68067	1,30308	1,68385	2,02108	2,42326
41	0,68052	1,30254	1,68288	2,01954	2,42080
42	0,68038	1,30204	1,68195	2,01808	2,41847
43	0,68024	1,30155	1,68107	2,01669	2,41625
44	0,68011	1,30109	1,68023	2,01537	2,41413
45	0,67998	1,30065	6,7943	2,01410	2,41212
46	0,67986	1,30023	1,67866	2,01290	2,41019
47	0,67975	1,29982	1,67793	2,01174	2,40835
48	0,67964	1,29944	1,67722	2,01063	2,40658
49	0,67953	1,29907	1,67655	2,00958	2,40489
50	0,67943	1,29871	1,67591	2,00856	2,40327
51	0,67933	1,29837	1,67528	2,00758	2,40172
52	0,67924	1,29805	1,67489	2,00665	2,40022

53	0,67915	1,29773	1,67412	2,00575	2,39879
54	0,67906	1,29743	1,67356	2,00488	3,39741
55	0,67898	1,29713	1,67303	2,00404	2,39608
56	0,67890	1,29685	1,67252	2,00324	2,39480
57	0,67882	1,29658	1,67203	2,00247	2,39357
58	0,67874	1,29632	1,67155	2,00172	2,39238
59	0,67867	1,29607	1,67109	2,00100	2,39123
60	0,67860	1,29582	1,67065	2,00030	2,39012
61	0,67853	1,29558	1,67022	1,99962	2,38905
62	0,67847	1,29536	1,66980	1,99897	2,38801
63	0,67840	1,29513	1,66840	1,99834	2,38701
64	0,67834	1,29492	1,66901	1,99773	2,38604
65	0,67828	1,29471	1,66864	1,99714	2,38510
66	0,67823	1,29451	1,66827	1,99656	2,38419
67	0,67817	1,29432	1,66792	1,99601	2,38330
68	0,67811	1,29413	1,66757	1,99547	2,38245
69	0,67806	1,29394	1,66724	1,99495	2,38161
70	0,67801	1,29376	1,66691	1,99444	2,38081
71	0,67796	1,29359	1,66660	1,99394	2,38002
72	0,67791	1,29342	1,66629	1,99346	2,37926
73	0,67787	1,29326	1,66600	1,99300	2,37852
74	0,67782	1,29310	1,66571	1,99254	2,37780
75	0,67778	1,29294	1,66543	1,99210	2,37710
76	0,67773	1,29279	1,66515	1,99167	2,37642
77	0,67769	1,29264	1,66488	1,99125	2,37576
78	0,67765	1,29250	1,66462	1,99085	2,37511
79	0,67761	1,29236	1,66437	1,99045	2,37448
80	0,67757	1,29222	1,66412	1,99006	2,37387

Lampiran 7. Tabel Distribusi r Hitung**Tabel Distribusi R Hitung**

DF = n-2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
	R 0,005	R 0,05	R 0,025	R 0,01	R 0,001
1	0,9877	0,9969	0,9995	0,9999	1,0000
2	0,9000	0,9500	0,9800	0,9900	0,9990
3	0,8054	0,8783	0,9343	0,9587	0,9911
4	0,7293	0,8114	0,8822	0,9172	0,9741
5	0,6694	0,7545	0,8329	0,8745	0,9509
6	0,6215	0,7067	0,7887	0,8343	0,9249
7	0,5822	0,6664	0,7498	0,7977	0,8983
8	0,5494	0,6319	0,7155	0,7646	0,8721
9	0,5214	0,6021	0,6851	0,7348	0,8470
10	0,4973	0,5760	0,6581	0,7079	0,8233
11	0,4762	0,5529	0,6339	0,6835	0,8010
12	0,4575	0,5324	0,6120	0,6614	0,7800
13	0,4409	0,5140	0,5923	0,6411	0,7604
14	0,4259	0,4973	0,5742	0,6226	0,7419
15	0,4124	0,4821	0,5577	0,6055	0,7247
16	0,4000	0,4683	0,5425	0,5897	0,7084
17	0,3887	0,4555	0,5285	0,5751	0,6932
18	0,3783	0,4438	0,5155	0,5614	0,6788
19	0,3687	0,4329	0,5034	0,5487	0,6652
20	0,3598	0,4227	0,4921	0,5368	0,6524
21	0,3515	0,4132	0,4815	0,5256	0,6402
22	0,3438	0,4044	0,4716	0,5151	0,6287
23	0,3365	0,3961	0,4622	0,5052	0,6178
24	0,3297	0,3882	0,4534	0,4958	0,6074

25	0,3233	0,3809	0,4451	0,4869	0,5974
26	0,3172	0,3739	0,4372	0,4785	0,5880
27	0,3115	0,3673	0,4297	0,4705	0,5790
28	0,3061	0,3610	0,4226	0,4629	0,5703
29	0,3009	0,3550	0,4158	0,4556	0,5620
30	0,2960	0,3494	0,4093	0,4487	0,5541
31	0,2913	0,3440	0,4032	0,4421	0,5465
32	0,2869	0,3388	0,3972	0,4357	0,5392
33	0,2826	0,3338	0,3916	0,4296	0,5322
34	0,2785	0,3291	0,3862	0,4238	0,5254
35	0,2746	0,3246	0,3810	0,4182	0,5189
36	0,2709	0,3202	0,3760	0,4128	0,5126
37	0,2673	0,3160	0,3712	0,4076	0,5066
38	0,2638	0,3120	0,3665	0,4026	0,5007
39	0,2605	0,3081	0,3621	0,3978	0,4950
40	0,2573	0,3044	0,3578	0,3932	0,4896
41	0,2542	0,3008	0,3536	0,3887	0,4843
42	0,2512	0,2973	0,3496	0,3843	0,4791
43	0,2483	0,2940	0,3457	0,3801	0,4742
44	0,2455	0,2907	0,3420	0,3761	0,4694
45	0,2429	0,2876	0,3384	0,3721	0,4647
46	0,2403	0,2845	0,3348	0,3683	0,4601
47	0,2377	0,2816	0,3314	0,3646	0,4557
48	0,2353	0,2787	0,3281	0,3610	0,4514
49	0,2329	0,2759	0,3249	0,3575	0,4473
50	0,2306	0,2732	0,3218	0,3542	0,4432
51	0,2284	0,2706	0,3188	0,3509	0,4393
52	0,2262	0,2681	0,3158	0,3477	0,4354

53	0,2241	0,2656	0,3129	0,3445	0,4317
54	0,2221	0,2632	0,3102	0,3415	0,4280
55	0,2201	0,2609	0,3074	0,3385	0,4244
56	0,2181	0,2586	0,3048	0,3357	0,4210
57	0,2162	0,2564	0,3022	0,3328	0,4176
58	0,2144	0,2542	0,2997	0,3301	0,4143
59	0,2126	0,2521	0,2972	0,3274	0,4110
60	0,2108	0,2500	0,2948	0,3248	0,4079
61	0,2091	0,2480	0,2925	0,3223	0,4048
62	0,2075	0,2461	0,2902	0,3198	0,4018
63	0,2058	0,2441	0,2880	0,3173	0,3988
64	0,2042	0,2423	0,2858	0,3150	0,3959
65	0,2027	0,2404	0,2837	0,3126	0,3931
66	0,2012	0,2387	0,2816	0,3104	0,3903
67	0,1997	0,2369	0,2796	0,3081	0,3876
68	0,1982	0,2352	0,2776	0,3060	0,3850
69	0,1968	0,2335	0,2756	0,3038	0,3823
70	0,1954	0,2319	0,2737	0,3017	0,3798
71	0,1940	0,2303	0,2718	0,2997	0,3773
72	0,1927	0,2287	0,2700	0,2977	0,3748
73	0,1914	0,2272	0,2682	0,2957	0,3724
74	0,1901	0,2257	0,2664	0,2938	0,3701
75	0,1888	0,2242	0,2647	0,2919	0,3678
76	0,1876	0,2227	0,2630	0,2900	0,3655
77	0,1864	0,2213	0,2613	0,2882	0,3633
78	0,1852	0,2199	0,2597	0,2864	0,3611
79	0,1841	0,2185	0,2581	0,2847	0,3589
80	0,1829	0,2172	0,2565	0,2830	0,3568

