JURNAL ILMIAH SEMARAK

P-ISSN 2615-6849 , E-ISSN 2622-3686
Jurnal Semarak,Vol.9,No 2 Juni 2026 Hal (327-340)
@Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

Pengaruh Ketersediaan Stok Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Agen Sembako Klipi Di Tangerang Selatan Pondok Ranji

Mokhamad Rafli Anam, Novia Susanti

Dosen dan Mahasiswa Program Studi Manajemen S1, Universitas Pamulang

Email: mraflianamxap@gmail.com,dosen00768@unpam.ac.id

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ketersediaan stok produk dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen pada Agen Sembako Kipli di Tangerang Selatan, Pondok Ranji. Metode penelitian yang digunakan Adalah metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan slovin dengan margin eror 10% dengan jumlah responden sebanyak 100 kosumen. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear sederhana, regresi linear berganda, koefisien korelasi, koefisien determinasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan stok produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, dengan nilai koefisien determinasi parsial sebesar 76,0%, dan uji hipotesis diperoleh nilai *t hitung > t tabel* atau 17,628 >1,984. Kelengkapan produk juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai koefisien determinasi parsial sebesar 65,2%, dan uji hipotesis diperoleh *t hitung > t tabel* atau 13,551 >1,984. Secara simultan, ketersediaan stok produk dan kelengkapan produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai *F hitung > F tabel* atau 175,676>3.090, dan persamaan regresi yang dihasilkan yaitu: Y = 2,076 + 0,675 X1 + 0,271 X2. Nilai koefisien determinasi sebesar 78,4%, sedangkan sisanya sebesar 21,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci : Ketersediaan Stok Produk, Kelengkapan Produk, Kepuasan Konsumen

ABSTRACT

The purpose of this study is to determine the effect of product stock availability and product completeness on consumer satisfaction at Agen Sembako Kipli in Pondok Ranji, Tangerang Selatan. The research method used is a quantitative approach. The sampling technique employed the Slovin formula with a 10% margin of error, resulting in a total of 100 consumer respondents. Data analysis included validity testing, reliability testing, classical assumption tests, quantitative test, simple linear regression, multiple linear regression, correlation coefficients, determination coefficients, and hypothesis testing.The results of the study show that product stock availability has a significant effect on consumer satisfaction, with a partial determination coefficient of 76.0%, and hypothesis testing indicates that t count > t table or 17.628 > 1.984. Product completeness also has a significant effect on consumer satisfaction, with a partial determination coefficient of 65.2%, and hypothesis testing indicates that t count > t table or 13.551 > 1.984. Simultaneously, product stock availability and product completeness have a significant effect on consumer satisfaction, as shown by F count > F table or 175.676 > 3,090. The resulting

JURNAL ILMIAH SEMARAK
P-ISSN 2615-6849 , E-ISSN 2622-3686
Jurnal Semarak,Vol.9,No 2 Juni 2026 Hal (327-340)
@Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

regression equation is: Y = 2,076 + 0,675 X1 + 0,271 X2. The coefficient of determination is 78.4%, while the remaining 21.6% is influenced by other factors outside this study.

Keywords Product Stock Availability, Product Completeness, Consumer Satisfaction.

I. PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Usaha ritel sembako memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat. Agen sembako menjadi salah satu sarana distribusi yang secara langsung melayani konsumen, sehingga keberadaan produk yang tersedia serta kelengkapan jenis barang yang dijual menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Konsumen tidak hanya mempertimbangkan harga yang terjangkau, tetapi juga mengharapkan ketersediaan produk yang stabil serta pilihan produk yang cukup beragam agar kebutuhan sehari-hari dapat terpenuhi dengan mudah.

Namun pada kenyataannya, masih terdapat permasalahan terkait ketersediaan stok dan kelengkapan produk pada Agen Sembako Kipli di Pondok Ranji, Tangerang Selatan. Berdasarkan hasil observasi awal dan pra-survei, beberapa produk kebutuhan pokok sering mengalami keterbatasan stok serta variasi produk yang tersedia masih terbatas. Kondisi tersebut dapat memengaruhi kenyamanan konsumen dalam berbelanja dan berpotensi menurunkan tingkat kepuasan mereka. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh ketersediaan stok produk dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen pada Agen Sembako Kipli di Tangerang Selatan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini dilakukan untuk menganalisis secara empiris dan kuantitatif bagaimana ketersediaan stok produk dan kelengkapan produk memengaruhi kepuasan konsumen, baik secara parsial maupun simultan.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh secara parsial Ketersediaan Stok terhadap Kepuasan Konsumen Agen Sembako Kipli?
2. Apakah terdapat pengaruh secara parsial Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen Agen Sembako Kipli?
3. Apakah terdapat pengaruh secara simultan Ketersediaan Stok Produk dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen Agen Sembako Kipli?

C. Tujuan Penelitian

Setelah dibuat rumusan masalah, maka penelitian ini bertujuan untuk :

1. Untuk mengetahui secara parsial Ketersediaan Stok Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Agen Sembako Kipli.
2. Untuk mengetahui secara parsial Kelengkapan Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Agen Sembako Kipli.
3. Untuk mengetahui secara simultan Ketersediaan Stok Produk dan Kelengkapan Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Agen Sembako Kipli.

II. TINJAUAN PUSTAKA

A. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, merencanakan, melaksanakan, dan mengawasi program yang bertujuan menciptakan pertukaran dengan pasar sasaran untuk mencapai

JURNAL ILMIAH SEMARAK
P-ISSN 2615-6849 , E-ISSN 2622-3686
Jurnal Semarak,Vol.9,No 2 Juni 2026 Hal (327-340)
@Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

tujuan organisasi. Dalam konteks pelelangan ikan, manajemen pemasaran dapat meningkatkan efisiensi distribusi dan daya saing produk melalui pemenuhan kebutuhan pelanggan secara tepat sasaran.

Menurut Hasibuan dan Gunawan (2021) menjelaskan bahwa manajemen pemasaran mencakup berbagai proses mulai dari perumusan strategi, pengembangan produk, penetapan harga, distribusi barang atau jasa, hingga kegiatan promosi, yang keseluruhannya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Menurut Fady Tjiptono (2019) mengungkapkan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu sistem total aktivitas bisnis yang dirancang untuk merencanakan, menentapkan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk.

B. Ketersediaan Stok Produk

Menurut Chopra dan Meindl (2021) menyatakan bahwa ketersediaan stok produk mengacu pada kemampuan perusahaan menjaga tingkat persediaan yang memadai untuk memenuhi permintaan pelanggan tanpa keterlambatan atau kehabisan stok.

C. Kelengkapan Produk

Menurut Grewal et al. (2020) menggambarkan sejauh mana variasi barang yang disediakan oleh pengecer dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara menyeluruh, baik dari sisi ragam maupun kedalaman produk.

D. Kepuasan Konsumen

Menurut Fitriani et al. (2023), mengungkapkan bahwa kepuasan konsumen merupakan hasil penilaian konsumen setelah menggunakan produk atau layanan, yang menimbulkan rasa puas apabila apa yang diperoleh sesuai dengan harapan mereka.

III. METODELOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif , yaitu penelitian yang bertujuan untuk menguji seberapa besar pengaruh ketersediaan stok produk dan kelengkapan produk terhadap kepuasana kosumen secara parsial maupun simultan

Penelitian dilakukan di Tempat Agen Sembako Kipli di Pondok Ranji, Tangerang Selatan, Banten, Jl Menjangan III

Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen/pembeli Agen Sembako Kipli**,** yang jumlah pastinya tidak diketahui. Oleh karena itu, peneliti menggunakan rumus slovin dalam menentukan jumlah sampel, dengan hasil sebanyak 100 responden.

Data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari (1) Data Primer**:** diperoleh secara langsung melalui penyebaran kuesioner kepada para pembeli di Agen Sembako Kipli. (2) Data Sekunder: diperoleh dari literatur, jurnal, buku referensi, laporan instansi terkait, serta dokumentasi dari Agen Sembako Kipli.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas

a. Hasil Uji Validitas Variabel Ketersediaan Stok Produk

Hasil uji validitas variabel ketersediaan stok produk (X1) yang terdiri dari 10 (sepuluh) instrumen dapat di lihat seperti pada tabel dibawah ini

JURNAL ILMIAH SEMARAK
P-ISSN 2615-6849 , E-ISSN 2622-3686
Jurnal Semarak,Vol.9,No 2 Juni 2026 Hal (327-340)
@Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

Uji Validitas Berdasarkan Variabel Ketersediaan Stok Produk (X1)

Kuesioner	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Produk yang saya butuhkan hampir selalu tersedia saat saya melakukan pembelian.	0,558	0,196	VALID
Agen mampu menjaga ketersediaan stok meskipun permintaan sedang tinggi	0,559	0,196	VALID
Saya jarang mengalami kehabisan stok ketika ingin membeli produk tersebut.	0,711	0,196	VALID
Agen sembako ini jarang mengalami kehabisan stok	0,679	0,196	VALID
Saya harus menunggu lama sampai produk yang habis kembali tersedia	0,526	0,196	VALID
Produk yang saya butuhkan jarang tersedia ketika saya membutuhkanya secara mendadak	0,731	0,196	VALID
Waktu yang dibutuhkan untuk memenuhi produk tergolong cepat	0,696	0,196	VALID
Saya tidak perlu menunggu terlalu lama ketika sedang terburu buru	0,582	0,196	VALID
Keterlambatan pemenuhan pesanan jarang terjadu di agen sembako ini	0,535	0,196	VALID
Proses pengiriman atau penyimpanan dilakukan dengan cepat oleh sembako ini	0,540	0,196	VALID

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Ketersediaan Stok Produk

Berdasarkan tabel hasil uji validitas instrumen variabel ketersediaan stok produk yang terdiri 10 (sepuluh) intrumen menunjukkan seluruh nilai r hitung > 0,196 maka ke 10 (sepuluh) instrumen kuesioner dinyatakan valid artinnya instrumen pernyataan yang di gunakan sudah tepat dalam mengukur variabel penelitian.

b. Hasil Uji Validitas Variabel Kelengkapan Produk

Hasil uji validitas variabel kelengkapan produk yang terdiri dari 10 (sepuluh) instrumen dapat di lihat seperti pada tabel dibawah ini :

Uji Validitas Variabel Kelengkapan Produk (X2)

Kuesioner	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Saya merasa mudah menemukan merk alternatif jika merk utama tidak tersedia	0,682	0,196	VALID
Produk yang tersedia memiliki pilihan merk yang beragaam	0,491	0,196	VALID
Variasi merk yang ditawarkan mampu memenuhi preferensi konsumen yang berbeda-beda	0,579	0,196	VALID
Ketersediaan kergaman merk membuat saya lebih leluasa dalam memilih produk	0,721	0,196	VALID
Produk yang tersedia memiliki banyak pilihan varian (misalnya ukuran,rasa, atau tipe	0,650	0,196	VALID
Saya dapat memilih varian produk yang sesuai dengan kebutuhan atau preferensi saya	0,720	0,196	VALID
Varian produk yang ditawarkan sudah cukup lengkap dibandingkan dengan tempat lain	0,714	0,196	VALID
Tersedia produk alternatif ketika produk utama sedang tidak tersedia	0,640	0,196	VALID
Produk pengganti yang ditawarkan memiliki kualitas yang setara dengan produk utama	0,609	0,196	VALID
Keberadaan produk alternatif membantu saya tetap dapat melakukan pembelian tanpa harus menunda	0,569	0,196	VALID

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Tabel 4.11 Hasil Uji Validitas Kelengkapan Produk

Berdasarkan tabel hasil uji validitas instrumen variabel kelengkapan produk yang terdiri 10 (sepuluh) intrumen menunjukkan seluruh nilai r hitung > 0,196 maka ke 10 (sepuluh) instrumen kuesioner dinyatakan valid artinnya instrumen pernyataan yang di gunakan sudah tepat dalam mengukur variabel penelitian.

c. Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

Hasil uji validitas variabel kepuasan konsumen (Y) yang terdiri dari 10 (sepuluh) instrumen dapat di lihat seperti pada tabel dibawah ini :

JURNAL ILMIAH SEMARAK
P-ISSN 2615-6849 , E-ISSN 2622-3686
Jurnal Semarak,Vol.9,No 2 Juni 2026 Hal (327-340)
@Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)

Kuesioner	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Produk yang say terima memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan harapan	0,735	0,196	VALID
Kondisi produk sembako (seperti beras,minyak,gula,dll)yang dijual selalu dalam keadaan bersih terjaga	0,734	0,196	VALID
Produk sembako di agen ini memiliki masa kadaluarsa yang masih Panjang sehingga aman dikonsumsi	0,654	0,196	VALID
Harga yang ditawarkan di agen ini menurut saya masih terjangkau	0,711	0,196	VALID
Harga yang yang diberikan sesuai dengan kualitas produk yang saya terima	0,525	0,196	VALID
Saya merasa harga sembako di agen ini cukup bersaing dibandingkan dengan agen lain	0,605	0,196	VALID
Saya merasa harga sembako ini konsisten dan tidak berubah secara tiba-tiba	0,614	0,196	VALID
Pegawai agen cepat dalam merespon kebutuhan atau permintaan pelanggan	0,580	0,196	VALID
Proses transaksi di agen sembko ini berlangsung dengan cepat dan tidak terbelit belit	0,616	0,196	VALID
Pelayanan yang diberikan oleh agen sembako ini ramah dan sopan kepada konsumen	0,680	0,196	VALID

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Tabel 4.12 Hasil Uji Validitas Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel hasil uji validitas instrumen variabel kepuasan konsumen yang terdiri 10 (sepuluh) intrumen menunjukkan seluruh nilai r hitung > 0,196 maka ke 17 (tujuh belas) instrumen kuesioner dinyatakan valid artinnya instrumen pernyataan yang di gunakan sudah tepat dalam mengukur variabel penelitian.

2. Uji Reliabilitas

Kriteria pengambilan keputusan dalam uji reliabilitas dalam penelitian ini adalah:

1. Jika nilai Alpha Croncback < 0,6 maka suatu variable dinyatakan tidak reliable
2. Jika nilai Alpha Croncback < 0,6 maka suatu variable dinyatakan reliabel

Hasil uji re.liabilitas variabel X1, X2, dan Y dapat dilihat seperti pada tabel berikut ini:

Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Nilai Cronbach's Alpha	Nilai Batas	Status
Ketersediaan StokProduk	0,813	0,60	Reliabel
KelengkapanProduk	0,893	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,844	0,60	Reliabel

Sumber : Data Diolah SPSS 25

Berdasarkan tabel hasil uji Reliabilitas untuk variabel ketersediaan stok produk diperoleh nilai Chronbach Alpha sebesar 0,813, kemudian kelengkapan produk sebesar 0,893 dan kepuasan konsumen sebesar 0,844, dimana semuanya lebih besar dari 0,600. Maka dengan demikian disimpulkan reliabel.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk mengetahui ketepatan data atau keberartian hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen. Sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan dengan lebih akurat, efisien dan terhindar dari kelemahan-kelemahan yang terjadi karena masih adanya gejala- gejala asumsi klasik atau layak tidaknya data yang dipakai dilanjutkan sebagai data penelitian.

4. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat kemampuan variabel independent, adjusted R square yang mendekati satu maka variable independen memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

Untuk mengetahui informasi konstribusi besarnnya pengaruh variabel ketersediaan stok produk dan kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen pada Agen Sembako Kipli dapat dijelaskan sebagai berikut:

JURNAL ILMIAH SEMARAK
P-ISSN 2615-6849 , E-ISSN 2622-3686
Jurnal Semarak,Vol.9,No 2 Juni 2026 Hal (327-340)
@Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

Tabel 4.23
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Secara Parsial Ketersediaan Stok Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.872[a]	.760	.758	3.760

a. Predictors: (Constant), KETERSEDIAAN STOK PRODUK (X1)

Sumber : Data Diolah Peneliti SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R square sebesar 0,760 yang artinya variabel ketersediaan stok produk memberikan konstribusi terhadap kepuasan konsumen Sebesar 76,0%, Sedangkan 24,0% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4.24
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Secara Parsial Kelengkapan Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.807[a]	.652	.648	4.530

a. Predictors: (Constant), KELENGKAPAN PRODUK (X2)

Sumber : Data Diolah Peneliti SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai R square sebesar 0,652 yang artinya variabel kelengkapan produk memberikan konstribusi terhadap kepuasan konsumen Sebesar 65,2%, Sedangkan 34,8% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Tabel 4.25
Hasil Pengujian Koefisien Determinasi Secara Simultan Ketersediaan Stok Produk (X1) dan Kelengkapan Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.885[a]	.784	.779	3.590

a. Predictors: (Constant), KELENGKAPAN PRODUK (X2), KETERSEDIAAN STOK PRODUK (X1)

Sumber: Data Diolah Peneliti SPSS 25

Berdasarkan tabel diatas nilai koefisien determinasi ditunjukkan oleh nilai Adjust R square 0,784 maka dapat disimpulkan, variabel ketersediaan stok produk dan kelengkapan produk memberikan konstribusi terhadap kepuasan konsumen sebesar 78,4%, dan sisannya 21,6% dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

5. Uji Hipotesis

a. Uji T

Uji t dilakukan untuk mengetahui pengaruh 2 (dua) variabel dengan bantuan SPSS 25 dengan cara: analyze, regression, linear, selanjutnya memasukan hasil skor jawaban masing variabel (X1 dan X2 serta Y), Kriteria pengambilan keputusan pada uji t dengan membandingkan t hitung (th) dengan t tabel (tt) dengan taraf signifikansi 5%, berikut cara menentukan nilai uji t:

a. Jika t hitung > t tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima.

b. Jika t hitung< t tabel maka Ho diterima dan Ho ditolak

Berikut Hasil Output SPSS 27 :

a) Pengaruh Ketersediaan Stok Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Tabel 4.26
Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Ketersediaan Stok Produk (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3.440	1.822		1.888	.062
	KETERSEDIAAN STOK PRODUK (X1)	.911	.052	.872	17.628	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN (Y)

Sumber: Data Diolah Peneiti SPSS 25

Dari hasil Output SPSS Dapat diketahui ketersediaan stok produk terhadap kepuasan konsumen mempunyai nilai thitung sebesar 17,628 dan nilai signifikan sebesar 0,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan nilai t hitung 17,628 > t tabel 1,984 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Sehingga dapat diambil keputusan keputusan bahwa Ho1 ditolak dan Ha1 diterima.

JURNAL ILMIAH SEMARAK
P-ISSN 2615-6849 , E-ISSN 2622-3686
Jurnal Semarak,Vol.9,No 2 Juni 2026 Hal (327-340)
@Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

b) Pengaruh Kelengkapan Produk (X2) Terhadap Kepusan Konsumen (Y)

Tabel 4.27
Hasil Uji Hipotesis (Uji t) Kelengkapan Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients B	Unstandardized Coefficients Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	6.740	2.124		3.173	.002
	KELENGKAPAN PRODUK (X2)	.803	.059	.807	13.551	.000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN (Y)

Sumber : Data Diolah Peneliti SPSS 25

Dapat diketahui kelengkapan produk terhadap kepuasan konsumen mempunyai nilai thitung sebesar 13,551 dan nilai signifikan sebesar 0,000 sehingga dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dibuktikan dengan nilai t hitung 13,551 > t tabel 1,984 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05. Sehingga dapat diambil keputusan keputusan bahwa Ho2 ditolak dan Ha2 diterima.

b. Uji F

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X1 dan X2) secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel (Y) digunakan uji F. Pengujian hipotesis simultan menggunakan bantuan SPSS 25 dengan cara: menu *analyze, regression, linear,* selanjutnya memasukan hasil skor jawaban variabel (X1, X2 dan Y). Sebagai perbandingan untuk melihat pengaruh signifikan, maka digunakan kriteria taraf signifikan sebesar 5% (0,05) dan membandingkan t hitung dengan t tabel dengan kriteria sebagai berikut:

a. Jika F hitung > F tabel maka Ho diterima dan Ha ditolak

b. Jika F hitung < F tabel maka Ho ditolak dan Ha diterima.

Adapun uji simultan F dapat dilihat pada tabel diberikut ini:

Tabel 4.28
Hasil Hipotesis (Uji F) Secara Simultan Ketersediaan Stok Produk (X1) dan Kelengkapan Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4527.972	2	2263.986	175.676	.000[b]
	Residual	1250.068	97	12.887		
	Total	5778.040	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN (Y)

b. Predictors: (Constant), KELENGKAPAN PRODUK (X2), KETERSEDIAAN STOK PRODUK (X1)

Sumber: Data Diolah Peneliti SPSS 25

Berdasarkan tabel ANOVA[a] di atas diketahui nilai F hitung sebesar 175,676 dan nilai signifikan sebesar 0,000. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel ketersediaan stok produk dan kelengkapan produk secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F hitung 175,676 > F tabel 3,09 dan nilai signifikan 0,000 < 0,05 maka dapat disimpulkan Ho3 ditolak dan Ha3 diterima.

B. Pembahasan

1. Hubungan Ketersediaan Stok Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Pengaruh Ketersediaan Stok Produk terhadap Kepuasan Konsumen Berdasarkan analisis hasil perhitungan SPSS versi 25, akan hasil uji t variable penelitian Ketersediaan Stok Produk sebagai *variable independent* terhadap Kepuasan Konsumen sebagai *variable dependen* diperoleh bahwa nilai □*h*□□□□□ > □□□□□□ atau (17.628 > 1.984) dan nilai signifikan (0,000 < 0,05). pada penjelasan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H_1:Diduga Ketersediaan Stok Produk Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen Agen Sembako Kipli

2. Hubungan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Pengaruh Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen Berdasarkan analisis hasil perhitungan SPSS versi 25, akan hasil uji t variable

JURNAL ILMIAH SEMARAK
P-ISSN 2615-6849 , E-ISSN 2622-3686
Jurnal Semarak,Vol.9,No 2 Juni 2026 Hal (327-340)
@Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

penelitian Kelengkapan Produk sebagai variable independent terhadap Kepuasan Konsumen sebagai variable dependen diperoleh bahwa nilai □*h*□□□□□ > □□□□□□ atau (13.551 > 1.984) dan nilai signifikan (0,000 < 0,05). pada penjelasan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

H_2 : Diduga Kelengkapan Produk Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Kepuasan Konsumen Agen Sembako Kipli

3. Hubungan Antara Ketersediaan Stok Produk dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Hasil uji regresi berganda menujukkan bahwa variabel Ketersediaan Stok Produk dan Kelengkapan Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini dibuktikan dengan nilai F hitung sebesar 175,676 , lebih besar dari F tabel 3,090 , dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Pada penjelasan diatas maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_3 : Diduga secara simultan Keterrsediaan Stok Produk dan Kelengkapan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Agen Sembako Kipli.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang dilakukan dalam penelitian ini, peneliti dapat menarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Ketersediaan Stok Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen terhitung □*h*□□□□□ > □□□□□□ atau (17.628 > 1.984) dan nilai signifikan (0,000 < 0,05). Hal ini menunjukan bahwa variable Ketersediaan Stok Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Agen Sembako Kipli
2. Kelengkapan Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen terhitung □*h*□□□□□ > □□□□□□ atau (13.551 > 1.984) dan nilai signifikan (0,000 < 0,05). Hal ini menenjukan bahwa Kelengkapan Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen pada Agen Sembako Kipli
3. Ketersediaan Stok Produk dan Kelengkapan Produk terhadap Kepuasan Konsumen secara simultan berpengaruh signifikan, regresi linear berganda Y=2,076 + 0,675 X1 + 0,271 X2. Nilai koefisien korelasi secara simultan sebesar 0,885 Koefisein determinasi (R square) sebesar 0,786 berarti kedua variabel tersebut secara simultan memberikan kontribusi sebesar 78,6% terhadap Kepuasan Konsumen, sedangkan sisanya 21,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian. Hasil uji F Fhitung = 175,676 > Ftabel = 3,090, sehingga dapat disimpulkan bahwa Ketersediaan Stok Produk dan Kelengkapan Produk secara bersama sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan konsumen.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh dari penelitian ini, penulis ingin memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pada aspek Ketersediaan Stok produk dari pernyataan yang paling rendah dengan mean 3,18 (Agen mampu menjaga ketersediaan stok meskipun permintaan sedang tinggi) yang termasuk kategori kurang baik, Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat keluhan dari konsumen terkait ketidakstabilan stok pada saat permintaan meningkat, Oleh karena itu, disarankan agar agen memperbaiki sistem

P-ISSN 2615-6849 , E-ISSN 2622-3686
Jurnal Semarak,Vol.9,No 2 Juni 2026 Hal (327-340)
@Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

perencanaan persediaan dengan cara memantau pola pembelian harian dan mingguan, sehingga dapat memperkirakan kapan permintaan akan meningkat, dan ada juga pernyataan yang paling rendah dengan mean dan ada juga pernyataan yang paling rendah dengan mean 3,26 (Proses pengiriman atau penyimpanan pesanan dilakukan dengan cepat oleh agen sembako ini) yang termasuk katergori kurang baik, bahwa Agen sembako sebaiknya lebih memperhatikan kecepatan pengiriman dan pengelolaan stok yang ada.

2. Pada aspek Kelengkapan Produk dari pernyataan yang paling rendah dengan mean 3,22 (Produk yang tersedia memiliki pilihan merk yang beragam) yang termasuk katergori kurang baik. Hal ini menunjukkan bahwa agen kurang menyediakan pilihan merk yang beragam, dan dan kondisi ini bisa berpotensi mempengaruhi kepuasan konsumen dalam berbelanja di agen sembako kipli, Oleh karena itu, agen sembako Kipli disarankan untuk, menambah variasi merek produk yang tersedia sehingga kelengkapan produk dapat meningkat dan kebutuhan konsumen dapat terpenuhi dengan lebih baik
3. Pada aspek Kepuasan Konsumen dari pernyataan yang paling rendah dengan mean 3,08 (Pegawai agen cepat dalam merespon kebutuhan atau permintaan pelanggan) yang termasuk kedalam kategori kurang baik, hal ini menunjukkan bahwa konsumen masih merasakan bahwa pegawai agesn kurang cepat dalam merespon kebutuhan atau permintaan pelanggan Oleh karena itu, disarankan agar pihak Agen Sembako Kipli meningkatkan kecepatan dan ketanggapan pegawai dalam merespon kebutuhan atau permintaan pelanggan guna meningkatkan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Adhitama, & R. A. (2020). *Pengantar Manajemen.* Malang, Indonesia.

Anisa, A. (2020). *Metedologi Penelitian.* Yogyakarta, Indonesia..

Chopra, & Meindl. (2021). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation.* Inggris: Pearson.

Pahami. (2024). *Kualitas Produk dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat.* Makassar, Indonesia.

Anis Marjukah. (2023). *Konsep Dasar Manajemen Pemasaran.* Batam, Indonesia.

Pahami. (2024). *Kualitas Produk dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat.* Makassar, Indonesia.

Feky Reken, et al. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran.* Padang, Indonesia.

Firdaus, M. (2020). *Metodologi Penelitian.* Kalimantan, Indoensia.

Hadi, S. (2021). *Manajemen Pemasaran Modern.* Jakarta, Indonesia.

Hasibuan, M. S. Gunawan (2021). *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah.* Jakarta,Indonesia: Bumi Aksara.

Hasibuan, R.. (2021). D*asar-Dasar Manajemen Pemasaran.* Jakarta, Indonesia: Bumi Aksara.

Kotler, P. . (2021). *Manajemen Pemasaran* (Vol. 16). Jakarta, Indonesia: Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Marketing management (15th ed.). Pearson Education*

Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25.* Diponegoro.

Griffin, R. W. (2024). *Fundamentals of Management* (Vol. 12). Inggris.

Abdullah, R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Digital Marketing Strategies in Marketing Evangeline Products to Increase Company Competitiveness at PT. Griff Prima Abadi. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, *3*(4), 175-184.

Agatha, D. C., & Pasaribu, V. L. D. (2025). PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PRODUK PERALATAN RUMAH TANGGA BERBAHAN PLASTIK PADA PT. BE BEST INTERNATIONAL DI KOTA TANGERANG. *Jurnal Penelitian Terapan Ilmu Multidisiplin*, *1*(3), 37-45.

Amalia, A. F., & Pasaribu, V. L. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Pasien Klinik Jakarta Dental Project. *Syntax Literate; Jurnal Ilmiah Indonesia*, *7*(9), 13703-13726.

Apriliani, R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Analysis of the Application of Customer Relationship Management to Support Skincare Repurchase Interest on the Tiktok WJ LOVE Platform. *International Journal of Asian Business and Development*, *1*(4), 231-244.

Ariqa, N., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Effect of Service Quality and Company Image on Customer Satisfaction of Ubasyada Cooperative in Ciputat Market, South Tangerang. *Asian Journal of Applied Business and Management*, *3*(3), 277-290.

Alfadillah, M. R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Analysis of Effective Promotion Strategies in Online Transportation Companies Impacting Their Use. *International Journal of Asian Business and Development*, *1*(4), 245-254.

Al Jabar, L., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Strategic Leadership Role of Foundation Leaders in Improving the Quality of Education at Various Levels Education: Case Study on Bi Ashokal Hajar Foundation. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, *7*(2), 63-85.

Darmawan, M. F., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian pada Kedai Kopi Melati Ciputat. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, *5*(2), 1106-1117.

Erpan, A. A., & Pasaribu, V. L. D. Pengaruh Promosi dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Produk Minyak Goreng 1 Liter pada Indomaret Babakan Pocis Fzc6 Parung Bogor. *Jurnal Ilmiah Swara Manajemen*, *3*(1), 90-103.

Fahrezi, M. R., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Effect of Service Prices and Service Quality on Consumer Satisfaction at PT. Paramita Ban Workshop Cipete, South Jakarta Period 2023. *Global Journal Indexing*.

Fatrecia, S. T., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Digital Marketing Strategy Brand Awareness in Increasing Sales in the Fashion Industry Based on Online Data. *Indonesian Journal of Accounting and Financial Technology*, *4*(1), 81-96.

Fernando, J., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Pintu Kamar Mandi PVC terhadap Keputusan Pembelian pada PD. Amin Makmur Sejati di Pondok Kacang Timur. *BUDGETING:*

Journal of Business, Management and Accounting, *5*(2), 696-706.

Frawesti, M., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Effect of Service Quality and Price on Consumer Purchasing Decisions at Alfamart Lebak Picung Branch Rangkasbitung. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, *3*(9), 585-598.

Hakim, A. R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Analysis of Customer Satisfaction of Mortar Cement at PT. Alam Gemilang Ghaizi Rangkasbitung. *Indonesian Journal of Accounting and Financial Technology*, *4*(1), 67-80.

Hasan, M. A., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen pada Toko Jakmart di PD. Pasar Jaya Kendari. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, *5*(2), 1158-1174.

Hardiansyah, N. F., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Analysis of Healthy Alert Personal Selling Strategy at PT Mitra Antar Putra in South Jakarta. *Asian Journal of Applied Business and Management*, *3*(2), 101-118.

Haryoko, U. B., Pasaribu, V. L. D., & Ardiyansyah, A. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Firman Dekorasi (Wedding Organizer). *POINT: Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, *2*(1).

Hidayat, L., & Pasaribu, V. L. D. (2025). PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN PRODUK JASA VAKSIN DAN GROOMING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PETSHOP SAVANA DI REMPOA. *Jurnal Intelek Insan Cendikia*, *2*(5), 9041-9052.

Jalaludin, H., & Pasaribu, V. L. D. (2025). ANALISIS PEMASARAN SOSIAL DAN DIGITAL MARKETING TERHADAP PEMBENTUKAN TITIK UNIT BANK SAMPAH DIGITAL DI KOTA SERANG BANTEN. *Jurnal Penelitian Terapan Ilmu Multidisiplin*, *1*(3), 190-204.

Lidya, V., & Pasaribu, D. (2018). Analysis of the Effect of Promotion, Product Quality and Packaging Design on Purchasing Decisions. *Lamongan Islamic University*.

Makarim, F., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Analysis of Factors of Customer Purchasing Power for Fashion Products in the Digital Era. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, *3*(6), 345-356.

Mulyadi, M., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada PT Lautan Berlian Utama Motor Jakarta Barat. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, *4*(1), 147-154.

Muttaqin, A. K., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Word Of Mouth terhadap Keputusan Pembelian Produk Online pada E-Commerce Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Manajemen S1 Reguler C Kamis Universitas Pamulang). *Economics and Digital Business Review*, *5*(2), 943-970.

Nabila, D. P., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Influence of Service Quality and Price on Purchasing Decisions at Rika Motor Workshop in Johar Baru, Central Jakarta. *Indonesian Journal of Applied and Industrial Sciences*, *4*(2), 287-306.

Qurbani, D., & Pasaribu, V. L. D. (2019). Pengaruh Brand Image dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Nasabah Prudential

Syariah pada PT. Futuristik Artha Gemilang (Studi kasus di kantor cabang agensi Prudential Syariah PT. Futuristik Artha Gemilang Jakarta Selatan). *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, *2*(3), 121-135.

Pahrudin, P., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Influence of Work Motivation and Work Discipline on Employee Performance at PT Tunas Mekar Farm, Bogor Regency. *Asian Journal of Applied Business and Management*, *3*(2), 172-186.

Pangestu, D. P., & Pasaribu, V. L. D. (2025). QRIS Ease of Access Strategy and its Impact on Public Interest in Digital Payment in Sumbermulyo Village, Pesanggaran, Banyuwangi. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, *3*(4), 197-208.

Pasaribu, V. L. D. (2023). The Influence of Service Quality and Price on Customer Satisfaction (CV. Herina Catering). *International Journal of Integrative Sciences*, *2*(8), 1223-1238.

Pasaribu, V. L. D., Septiani, F., Rahayu, S., Lismiatun, L., Arief, M., Juanda, A., ... & Rahim, R. (2021). Forecast Analysis of Gross Regional Domestic Product based on the Linear Regression Algorithm Technique. *TEM Journal*, *10*(2), 620-626.

Pasaribu, V. L. D., & Haryoko, U. B. (2023). Analysis of the Effect of Customer Satisfaction of Internet Service Providers Using Structural Equation Modeling. *International Journal of Integrative Sciences*, *2*(9), 1445-1458.

PASARIBU, V. L. D. (2015). ANALISIS PENGARUH PROMOSI, KUALITAS PRODUK DAN DESAIN KEMASAN TERHADAP PERSEPSI MEREK YANG BERDAMPAK KEPADA KEPUTUSAN PEMBELIAN HAND AND BODY LOTION MEREK VASELINE. *Sumber*, *130771*(1,160,097,156) , 1-22.

Pasaribu, V. L. D. (2020). Pengaruh Store Atmosphere Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran De'Cost Giant Pamulang Square Tangerang Selatan. *Manajerial: Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi*, *19*(2), 156-167.

Pasaribu, V. L. D. (2018). Analisis Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Desain Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Hand And Body Lotion Merek Citra (Studi Kasus Carrefour Pamulang, Tangerang Selatan). *J. Pemasar. Kompetitif*, *1*(4), 77-92.

Pasaribu, V. L. (2022). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor TVS. *Business Management Journal*, *18*(1), 37-49.

Pasaribu, V. D., & Prayoga, M. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Baju Batik Hem Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Home Industri Batik Sahara Indah. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, *2*(2), 77-83.

Pasaribu, V. L. D., & Setiawan, R. (2024). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Optik Sejahtera Depok. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, *4*(1), 155-163.

Pasaribu, V. L. D., & Husein, M. A. (2024). The Influence of Product Quality and Prices on Government Brand Products (Foodstation) on Purchasing Decisions at Jakmart Pasar Jaya Cikini. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, *3*(4), 199-210.

Puspitasari, D., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Influence of Service Quality and Promotion on Purchasing Decisions at Emado's Restaurant at PT. Emado's Kebab Indonesia, Ceger Raya Branch-Pondok Aren, South Tangerang. *Indonesian Journal of Applied and Industrial Sciences*, *4*(2), 273-286.

Ramadhani, R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Qualitative Study on the Implementation of the Partnership Model Without Capital in the Development of AA Cilok Business. *Indonesian Journal of Accounting and Financial Technology*, *4*(1), 97-110.

Septiani, F., Pasaribu, V. L. D., Elburdah, R. P., & Rahayu, S. (2023). The Marketing Strategy of Saving and Loan Cooperatives in South Tangerang: the Use of SWOT Analysis. *International Journal of Integrative Sciences*, *2*(9), 1479-1490.

Situmorang, D. H., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Online Shop Dujourexcloset. *BUDGETING: Journal of Business, Management and Accounting*, *5*(2), 1360-1372.

Sunatajaya, H., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Influence of Electronic Word of Mouth and Product Quality on the Decision to Purchase Car Carpet Products at CJ Accessories Stores at BSD Autopart. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, *3*(8), 529-542.

Sutiawan, A., & Pasaribu, V. L. D. (2025). The Effect of Price and Promotion on Consumer Satisfaction at Avocado Kocok 88 Entrepreneurship, Poris Indah Branch. *Contemporary Journal of Applied Sciences*, *3*(6), 329-344.

Ramadhani, R., & Pasaribu, V. L. D. (2025). Qualitative Study on the Implementation of the Partnership Model Without Capital in the Development of AA Cilok Business. *Indonesian Journal of Accounting and Financial Technology*, *4*(1), 97-110.

Tifani, R. A., & Pasaribu, V. L. D. (2024). Analysis of Customer Satisfaction Based on Product Quality at Segitiga Bermuda Coffee and Eatery Pamulang. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, *3*(7), 2467-2478.

Yuda, A. P. (2024). The Influence of Brand Awareness and Word of Mouth on the Decision to Use the FLIP Application (Case Study of Young Mothers in the dBestMom Community). *Asian Journal of Applied Business and Management*, *3*(2), 89-100.

Yulianty, I. N., & Pasaribu, V. L. D. (2024). The Influence of Promotion and Price on Buyer Satisfaction of Luwak White Coffee Products at Pondok Aren Distributors. *Asian Journal of Applied Business and Management*, *3*(2), 161-172.

Wagiman, A. O., & Pasaribu, V. L. D. (2026). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penggunaan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pada Bengkel Las Jaya Mandiri Steel. *JURNAL ILMIAH EKONOMI DAN MANAJEMEN*, *4*(2), 731-741.

P-ISSN 2615-6849 , E-ISSN 2622-3686
Jurnal Semarak,Vol.9,No 2 Juni 2026 Hal (327-340)
@Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Pamulang

Raman, A. &. (2023). *Retail Supply Chain Management.*

Siagian, S. P. (2020). *Manajemen Sumber Daya Manusia.* Jakarta, Indonesia: Bumi Aksara.

Sari, M. R., & Lestari, R. (2019).Pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan, dan kualitas produk terhadap kepuasan dan minat pembelian ulang konsumen kereta api. Oikonomia: Jurnal Manajemen, 15(1), 67–78.

Nurhilaludin, M., & Susanti, N. (2025). Pengaruh Citra Rasa dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Kopi Kenangan Living Bintaro Di Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, *3*(12), 478-488.