



# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



## Analisis Ketersediaan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Berbelanja Di Maju Bersama Cabang Thamrin Plaza Medan

<sup>1</sup> Vanessa, <sup>2</sup> Lucia, <sup>3</sup> Hellen Junvellen, <sup>4</sup> Meiliana Geraldin Hutagaol

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

e-mail: [Kyubiuzumaki55@gmail.com](mailto:Kyubiuzumaki55@gmail.com)

### ABSTRACT

In a good retail business, it is very important to always manage every product to remain available. Products that are not maintained in stock will create a bad perception at the retail, because every customer need is not met whose satisfaction will also decrease. The purpose of this study is to determine the effect of product availability on customer decisions to shop at the Maju Bersama Thamrin Plaza Medan branch. This research method is quantitative research using simple linear regression analysis techniques. The population in this study are all customers who made purchases at the Maju Bersama Supermarket Thamrin Plaza Medan branch. The sampling technique for this research uses the Hair formula. The data collection method used in this research was a questionnaire given directly to respondents to collect primary data and we are process it using SPSS. The results of the tests show that Product availability has a positive and significant influence on customer satisfaction. The implication of this study is that it is necessary to maintain product availability in advanced supermarkets with Thamrin Medan branches, because this will have a direct impact on customer satisfaction and the profits obtained will also increase because product availability is maintained.

**Keywords:** Customer Satisfaction; Supermarket; Product Availability

### ABSTRAK

Dalam bisnis ritel yang baik, sangat penting untuk selalu mengelola setiap produk agar tetap tersedia. Produk yang tidak terjaga stoknya akan menciptakan persepsi buruk di ritel, karena setiap kebutuhan pelanggan tidak terpenuhi yang kepuasannya juga akan menurun. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh ketersediaan produk terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja di cabang Maju Bersama Thamrin Plaza Medan. Metode penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang melakukan pembelian di Supermarket Maju Bersama cabang Thamrin Plaza Medan. Teknik pengambilan sampel untuk penelitian ini menggunakan rumus Rambut. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner yang diberikan langsung kepada responden untuk mengumpulkan data primer dan kami mengolahnya dengan menggunakan SPSS. Hasil pengujian menunjukkan bahwa ketersediaan Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Implikasi dari penelitian ini adalah perlu menjaga ketersediaan produk di supermarket maju dengan cabang Thamrin Medan, karena hal ini akan berdampak langsung pada kepuasan pelanggan dan keuntungan yang diperoleh juga akan meningkat karena ketersediaan produk tetap terjaga.

**Kata Kunci:** Ketersediaan Produk; Kepuasan Konsumen; Supermarket



# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



## A. PENDAHULUAN

Di masa *Digital* sekarang ini, tidak ada semua hal yang tidak dapat dikendalikan dengan teknologi. Semua hal dapat terkendali dengan adanya sebuah sistem informasi, teknologi, dan kebijakan yang menyatu untuk membuat sebuah bisnis berjalan dengan baik. Di bisnis *retail*, yang terpenting ialah menjaga stok barang agar tetap ada, sehingga penjualan juga meningkat. Apabila bisnis tersebut tidak terkendali dan lemahnya **Standar Operasional Prosedur (SOP)**, maka hal ini akan **berdampak buruk pada bisnis *retail* serta konsumen juga akan merasa tidak puas dan tidak melakukan pembelian berulang lagi.**

Supermarket Maximart merupakan pasar ritel yang telah menjadikan Medan semakin kompetitif, dimana kebutuhan dan keinginan konsumen menjadi fokus utama. Maximart, sebagai salah satu retailer yang dikenal dengan beragam produk yang berkualitas, menghadapi tantangan dalam memenuhi kebutuhan konsumen. Meskipun menyediakan beragam pilihan produk, terkadang Maximart masih kesulitan dalam memenuhi produk yang dibutuhkan dan diinginkan oleh konsumennya. Banyak produk yang diinginkan oleh konsumen masih tidak tersedia dan mengalami kekosongan selama sehari-hari, hal ini dapat menjadi sebuah hambatan bagi Supermarket Maximart dalam memberikan pengalaman berbelanja yang optimal. Kondisi ini tidak hanya mempengaruhi kepuasan pelanggan tetapi juga berpotensi mengurangi loyalitas terhadap Supermarket Maximart.

Ketidakterediaan produk yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen di Maximart bisa disebabkan oleh beberapa faktor yaitu salah satunya adalah keterlambatan rantai pasokan seperti pengiriman terlambat dari pemasok juga dapat menyebabkan ketersediaan produk yang kurang memadai di rak Maximart, selain itu juga terdapat kendala dalam kapasitas gudang atau manajemen stok yang kurang efisien juga dapat menyebabkan ketidakterediaan produk tertentu di Maximart.

Ketidakterediaan produk yang spesifik sering kali menjadi kendala dalam memberikan pengalaman berbelanja yang memuaskan. Fenomena ini tidak hanya dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, tetapi juga berpotensi mengurangi kesetiaan mereka terhadap Maximart. Supermarket Maximart berinisiatif menangani ketidakterediaan produk, salah satunya adalah mereka fokus pada optimalisasi rantai pasokan dengan meningkatkan kerjasama dengan pemasok untuk mempercepat proses pengiriman dan menghindari keterlambatan pasokan yang sering menyebabkan kelangkaan produk dan juga mereka memperluas gudang mereka dengan meningkatkan efisiensi dalam penataan barang.

Kekosongan produk yang terjadi di Supermarket Maximart terkait erat dengan *Supply Chain Management*. Mata rantai pasokan berperan utama dalam mengontrol ketersediaan tiap produk yang ada di Supermarket Maximart. Apabila terjadi kekosongan sehari-hari maka dapat terlihat rantai pasokan produknya kurang bagus. Hal ini terkait dengan sistem serta kebijakan yang diterapkan oleh Supermarket



# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Maximart. Tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen juga akan berkurang dan akan beralih ke supermarket lainnya dalam memenuhi kebutuhan mereka.

Keputusan dalam membeli yang dilakukan konsumen juga bergantung dari 3 faktor yaitu kebutuhan yang diinginkan, kemampuan dalam membeli, dan ketersediaan produk. Apabila 3 faktor ini ada, maka konsumen akan membelinya dan kepuasan yang dirasakannya juga meningkat. Hal ini akan mampu mempengaruhi persepsi konsumen terhadap Supermarket Maximart menjadi lebih bagus.

## B. TINJAUAN PUSTAKA

### KEPUASAN KONSUMEN

Menurut Jonathan (2013), "Kepuasan Konsumen adalah sebuah perasaan konsumen terhadap produk atau jasa yang telah digunakan. Menurut Ibrahim dan Thawil (2019) menyebutkan beberapa indikator dalam kepuasan konsumen yaitu sebagai berikut : Konfirmasi Harapan (Confirmation of Expectation), Niat Beli Ulang (Repurchase Intention), Kesiediaan Untuk Merekomendasikan (Willingness to Recommend).

### KETERSEDIAAN PRODUK

Menurut Apriando, dkk (2019), "Ketersediaan Produk merupakan cara yang cepat dan tepat untuk mewujudkan apa yang menjadi keinginan dan harapan konsumen dengan cara yang mudah diterima. Menurut Susanti, dkk (2021) menyebutkan bahwa ketersediaan produk dapat diukur dengan indikator sebagai berikut: Produk Mudah Dilihat, Produk Tertata Rapi, Ketersediaan Produk.

Gambar 1. Kerangka Penelitian



## C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di Maju Bersama Cabang Thamrin Plaza Medan yang beralamat di Jl. M.H Thamrin R No 75, Pandau Hulu I, Kec. Medan Kota, Kota Medan, Sumatera Utara 20214. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah dengan kuesioner yang diberikan secara langsung kepada responden untuk mengumpulkan data primer. Setelah data sudah terkumpul, maka akan dilanjutkan dengan menggunakan alat bantu SPSS (*Statistical Product and Science Solution*). Setiap jawaban dari responden



# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



menggunakan skala likert dengan poin 5 (Sangat Setuju), 4 (Setuju), 3 (Ragu Ragu), 2 (Tidak Setuju), dan 1 (Sangat Tidak Setuju).

Menurut Prof.Dr.Sugiyono (2022 : 126), Populasi adalah area generalisasi terdiri dari objek/subjek yang memiliki jumlah dan karakteristik tertentu ditentukan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi di penelitian ini adalah seluruh konsumen yang melakukan pembelian di Supermarket Maximart Maju Bersama cabang Thamrin Plaza Medan yang jumlahnya tidak pasti atau tidak dapat diketahui. Teknik pengambilan sampel penelitian ini menggunakan rumus Hair, sehingga jumlah sampel pada penelitian ini sebesar 30 responden. Waktu penelitian yang dilakukan di Maju Bersama Cabang Thamrin Plaza Medan yaitu 21 Desember 2023.

Menurut Prof.Dr.Sugiyono (2022 : 16), Metode penelitian kuantitatif adalah Metode penelitian berdasarkan filsafat positivisme, digunakan untuk memeriksa populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan penelitian instrumen, analisis data bersifat kuantitatif / statistik, dengan tujuan pengujian hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier sederhana. Analisis regresi sederhana ini digunakan untuk melihat ketergantungan dari variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*). Sehingga analisis regresi linier sederhana ini digunakan untuk mengetahui pengaruh Ketersediaan Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

## D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Rhitung	Rtabel	Kriteria	Kesimpulan	
Ketersediaan Produk	X1.1	0.369	0.3610	Rhitung > Rtabel	Valid
	X1.2	0.857	0.3610	Rhitung > Rtabel	Valid
	X1.3	0.720	0.3610	Rhitung > Rtabel	Valid
	X1.4	0.714	0.3610	Rhitung > Rtabel	Valid
	X1.5	0.810	0.3610	Rhitung > Rtabel	Valid
	X1.6	0.581	0.3610	Rhitung > Rtabel	Valid
Kepuasan Konsumen	Y1	0.601	0.3610	Rhitung > Rtabel	Valid
	Y2	0.710	0.3610	Rhitung > Rtabel	Valid
	Y3	0.704	0.3610	Rhitung > Rtabel	Valid
	Y4	0.601	0.3610	Rhitung > Rtabel	Valid



# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



	Y5	0.683	0.3610	Rhitung > Rtabel	Valid
	Y6	0.805	0.3610	Rhitung > Rtabel	Valid

Sumber : Hasil Olah Data, 2023

Pada tabel uji validitas diatas menunjukkan bahwa nilai rhitung dari masing masing *item* pernyataan pada setiap variabel sudah lebih besar daripada nilai rtabel (0.3610) sehingga hasil dari kuesionernya sudah valid.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Reliabilitas	Kriteria	Kesimpulan
Ketersediaan Produk	0.743	0.600	Cronbach's Alpha > Nilai Reliabilitas	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0.733	0.600	Cronbach's Alpha > Nilai Reliabilitas	Reliabel

Pada uji reliabilitas diatas, dapat dilihat bahwa data tersebut menunjukkan bahwa tiap variabel sudah reliabel. Hal ini dibuktikan dari nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih besar dari nilai minimum reliabilitas (0.600) dan memiliki nilai positif.

Penelitian ini menggunakan uji normalitas yang dilakukan dengan tujuan menguji apakah dalam model regresi, variabel perancu atau residual biasanya didistribusikan atau tidak. Untuk mengetahui apakah residu tersebut berdistribusi normal atau tidak, dapat dilakukan dengan cara analisis grafis dan uji statistik. Hasil uji normalitas menggunakan *One Kolmogorov-Smirnov* dapat dilihat pada tabel 3 di bawah ini sebagai berikut:

Tabel 3. Uji *One Kolmogorov-Smirnov*

		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.03370888
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.110
	Negative	-.109



# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Test Statistic	.110
Asymp. Sig. (2-tailed)	.067 <sup>c</sup>

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

Berdasarkan data di atas, menunjukkan bahwa uji normalitas *One Kolmogorov-Smirnov* sudah lebih besar dari 0.05. jadi, dapat disimpulkan bahwa data sudah terdistribusi normal.

## Pengujian Hipotesis

**Tabel 4. Uji t (Uji Secara Parsial)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	7.649	2.210		3.461	.001
	Ketersediaan_Produk	.677	.097	.675	6.968	.000

Pada variabel Ketersediaan Produk, dapat dilihat bahwa nilai tHitung (6.968) > tTabel (2,00172) dengan level signifikan 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Ketersediaan Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen.

**Tabel 5. Uji F (Uji Secara Simultan)**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	454.600	1	454.600	48.558	.000 <sup>b</sup>
	Residual	543.000	58	9.362		
	Total	997.600	59			

- a. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen
- b. Predictors: (Constant), Ketersediaan\_Produk

Pada tabel 5 di atas, bahwa variabel Ketersediaan Produk memiliki nilai Fhitung (48.558) > Ftabel (4.01) sehingga dapat disimpulkan bahwa Ketersediaan Produk



# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen yang berbelanja di Maju Bersama Cabang Thamrin Plaza Medan.

**Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.675 <sup>a</sup>	.456	.446	3.060

a. Predictors: (Constant), Ketersediaan\_Produk

b. Dependent Variable: Kepuasan\_Konsumen

Pada tabel 6 di atas, menunjukkan bahwa *R Square* yang didapatkan adalah sebesar 0.456 yang memiliki arti bahwa variabel Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan oleh Ketersediaan Produk sebesar 45.6% dan sisanya 54.4% dipengaruhi oleh faktor luar seperti *Supply Chain Management*, Promosi, Harga, dan sebagainya.

## E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil dan pembahasan penelitian, maka penulis membuat beberapa kesimpulan. Hasil penelitian ini menyatakan pengaruh Ketersediaan Produk terhadap Kepuasan Konsumen yang dapat dilihat dari hasil analisis regresi linear sederhana yang diartikan bahwa setiap peningkatan aspek pada variabel Ketersediaan Produk sebesar satu-satuan maka Kepuasan Konsumen akan meningkat.

Hasil Uji t menunjukkan bahwa variabel Ketersediaan Produk, dapat dilihat bahwa nilai  $t_{hitung} (6.968) > t_{tabel} (2,00172)$  dengan level signifikan  $0,000 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa Ketersediaan Produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen. Hasil Uji F menunjukkan bahwa variabel Ketersediaan Produk memiliki nilai  $F_{hitung} (48.558) > F_{tabel} (4.01)$  sehingga dapat disimpulkan bahwa Ketersediaan Produk secara simultan terdapat pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen yang berbelanja di Maju Bersama Cabang Thamrin Plaza Medan. Hasil Uji koefisien Determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa variabel Kepuasan Konsumen dapat dijelaskan Keterkaitannya oleh Ketersediaan Produk sebesar 45.6% dan sisanya 54.4 yang dipengaruhi Oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti: Supply Chain Management, Promosi, Harga, dan sebagainya.

Dari hasil penelitian, terlihat bahwa ketersediaan produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen di Maju Bersama Cabang Thamrin Plaza Medan. Namun, masih ada faktor lain yang juga mempengaruhi kepuasan konsumen, seperti manajemen rantai pasokan, promosi, dan harga. Saran yang bisa diberikan



# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



adalah meningkatkan kerjasama dengan pemasok untuk mempercepat pengiriman, memperbaiki manajemen stok, serta mempertimbangkan faktor-faktor lain yang juga dapat meningkatkan kepuasan konsumen, seperti promosi yang efektif dan strategi harga yang kompetitif. Untuk peneliti selanjutnya dapat memperhatikan berbagai segi perspektif dan bisa menggunakan artikel ini sebagai acuan dalam melihat perkembangan maju bersama lagi kedepannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Apriando, J. P., Soesanto, H., & Indriani, F. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Ketersediaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian dengan Citra Merek Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Konsumen Minuman Energi M-150 di Kota Semarang). *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia (Indonesian Journal of Marketing Science)*, 18(2), 166–183. <https://doi.org/10.14710/jspi.v18i2.166-183>
- Astuti, R., & Hakim, M. A. (2021). Pengaruh Label Halal dan Ketersediaan Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada 212 Mart di Kota Medan. *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 1–10. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/MANEGGIO/article/view/6719>
- Cucu Sumartini, L., & Fajriany Ardining Tias, D. (2019). Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. *Jurnal E-Bis (Ekonomi-Bisnis)*, 3(2), 111–118. <https://doi.org/10.37339/e-bis.v3i2.124>
- Edward, Chan, S., & Majid, S. A. (n.d.). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Kepuasan Serta Dampaknya Pada Loyalitas Konsumen Produk Apple Di Banda Aceh*.
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/http://jrmb.ejournal-feuniat.net/index.php/JRMB>
- Jonathan, H. (2013). Analisis Pengaruh E-Service Quality Terhadap Customer Satisfaction Yang Berdampak Pada Customer Loyalty Pt Bayu Buana Travel Tbk. In *Journal The WINNERS* (Vol. 14, Issue 2). [www.bayubuanatravel.com](http://www.bayubuanatravel.com).
- Prof.Dr.Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (M. Dr. Ir. Sutopo. S.Pd (ed.); 2nd ed.). ALFABETA.
- Susanti, S., Mulyono, H., & Syamsuri, A. R. (2021). Ketersediaan Dan Keragaman Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pt. Sumber Perintis Jaya Dolok Masihul. *Jurnal Bisnis Mahasiswa*, 1(2), 169–178. <https://jurnalbisnismahasiswa.com/index.php/jurnal/article/view/15>



# Jurnal Mahasiswa Eka Prasetya

(Eka Prasetya Student Journal)



Wijaya, J., Rezeki, S., & Maryati M, D. E. (2023). Pengaruh Kepercayaan Konsumen dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Sumber Karya Teknik. STIE Eka Prasetya.

Yanti, D., Gustina, I., & Lazuardi, D. (2023). Pengaruh Cita Rasa dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen pada Ahue Kwetiaw Goreng. STIE Eka Prasetya.