

ANALISIS KEPUASAN PEMBELI: STUDI KASUS DI TOKO SEMBAKO BAROKAH WONOJOYO KEDIRI

Nandifa Nisaul Afni^{*1}, Subagyo², Moch. Wahyu Widodo³

^{1),2),3)} Universitas Nusantara PGRI Kediri, Jl. KH. Ahmad Dahlan No.76, Kec. Mojoroto, Kota Kediri, Jawa Timur

nandifaafni@gmail.com

Informasi Artikel

Tanggal Masuk : 26/06/2026

Tanggal Revisi : 04/07/2026

Tanggal Diterima : 14/07/2026

Abstract

This study was conducted at the Barokah Wonojoyo Grocery Store in Gurah Subdistrict, Kediri Regency, with the aim of describing service quality, product variety, product availability, and customer satisfaction. This study employed a qualitative descriptive methodology, using purposive sampling to select research subjects, which included employees, consumers, and the owner. Data were collected through observation, documentation, and in-depth interviews. Data reduction, data presentation, and drawing conclusions were then used for analysis. The research findings indicate that responsive and friendly service, high-quality products, and consistent product availability can provide a positive experience for customers. Buyers feel comfortable shopping because their needs are effectively met. The focus of this study is to use a qualitative approach to analyze consumer perceptions and views of traditional grocery stores regarding buyer satisfaction.

Keywords: *customer satisfaction, service, completeness, availability.*

Abstrak

Penelitian ini dilakukan di Toko Sembako Barokah Wonojoyo, Kecamatan Gurah, Kabupaten Kediri dengan tujuan untuk mendeskripsikan pelayanan, kelengkapan produk, ketersediaan barang, dan kepuasan pembeli. Penelitian ini menggunakan metodologi deskriptif kualitatif, dengan teknik sampling purposif untuk memilih subjek penelitian, yang meliputi karyawan, konsumen, dan pemilik. Data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, dan wawancara mendalam. reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan kemudian digunakan untuk analisis. Temuan penelitian menunjukkan bahwa layanan yang responsif dan ramah, produk yang berkualitas, serta ketersediaan barang yang terjaga dapat memberikan pengalaman positif bagi pelanggan. Pembeli merasa nyaman berbelanja karena kebutuhan mereka dapat terpenuhi secara efektif. Fokus penelitian ini adalah menggunakan pendekatan kualitatif untuk menganalisis persepsi dan pandangan konsumen terhadap toko sembako tradisional terkait dengan kepuasan pembeli.

Kata Kunci: *kepuasan pembeli, pelayanan, kelengkapan, ketersediaan.*

PENDAHULUAN

Toko sembako merupakan bentuk usaha ritel yang memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan pokok masyarakat [1]. Keberadaan toko sembako membantu masyarakat memperoleh berbagai kebutuhan sehari-hari seperti beras, gula, minyak goreng, telur, dan kebutuhan rumah tangga lainnya dengan mudah dan cepat [2]. Selain berfungsi sebagai penyedia kebutuhan pokok, toko sembako juga menjadi bagian dari kegiatan ekonomi masyarakat yang mampu mendukung perputaran ekonomi di lingkungan sekitar. Oleh karena itu, keberlangsungan usaha toko sembako perlu diperhatikan agar mampu bertahan di tengah persaingan usaha yang semakin berkembang.

Perkembangan usaha ritel di Indonesia saat ini mengalami pertumbuhan yang cukup pesat [3]. Kehadiran berbagai bentuk usaha ritel modern seperti minimarket dan supermarket memberikan banyak pilihan bagi konsumen dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari [4]. Selain itu, berkembangnya toko tradisional dengan berbagai inovasi pelayanan juga menambah tingkat persaingan di sektor ritel. Kondisi tersebut menyebabkan pelaku usaha tidak hanya dituntut untuk menyediakan produk yang dibutuhkan konsumen, tetapi juga harus mampu memberikan pelayanan yang memuaskan agar dapat mempertahankan pelanggan [5]. Persaingan yang semakin ketat mendorong setiap pelaku usaha untuk memahami kebutuhan dan harapan konsumen sehingga mampu menciptakan nilai yang lebih baik dibandingkan pesaing [6].

Kepuasan pembeli merupakan kunci untuk mempertahankan pelanggan, sudah seharusnya pemilik perusahaan memperhatikan kepuasan pengunjung, konsumen atau pembeli [7]. Menurut pembeli yang merasa puas cenderung melakukan pembelian ulang, memberikan rekomendasi kepada orang lain, dan memiliki tingkat loyalitas yang lebih tinggi terhadap bisnis tertentu. Di sisi lain, jika pembeli merasa tidak puas, mereka dapat

beralih ke tempat lain yang lebih mampu memenuhi kebutuhan dan harapan mereka. Karena itu, kepuasan pembeli menjadi faktor yang harus dipertimbangkan oleh setiap pelaku ritel.

Kepuasan pembeli dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk pelayanan, kualitas produk, dan ketersediaan produk [8]. Pelayanan merupakan salah satu faktor terpenting karena sangat erat kaitannya dengan interaksi antara pembeli dan penjual [9]. Pelayanan yang ramah, sopan, cepat, dan responsif dapat menciptakan rasa aman bagi pembeli selama proses pembelian. Pelayanan yang baik juga dapat membina hubungan positif antara pembeli dan penjual, sehingga meningkatkan kepercayaan terhadap bisnis yang dijalankan [10]. Sebaliknya, layanan yang buruk dapat menimbulkan umpan balik negatif dan mengurangi keinginan pembeli untuk kembali ke toko tersebut.

Selain pelayanan, kelengkapan produk memegang peranan penting dalam meningkatkan kepuasan pembeli, kelengkapan produk menunjukkan kemampuan toko dalam menyediakan berbagai kebutuhan pelanggan [11]. Semakin banyak produk yang tersedia, semakin mudah bagi pelanggan untuk membelinya di satu tempat. Hal ini membuat proses berbelanja menjadi lebih mudah dan efisien karena pembeli tidak perlu pergi ke toko lain untuk mencari apa yang mereka butuhkan. Selain itu, kelengkapan produk dapat menjadi pilihan yang menarik bagi konsumen untuk memilih suatu produk sebagai tempat berbelanja rutin.

Faktor lain yang tidak kalah penting adalah ketersediaan barang. Pelanggan berharap produk yang mereka butuhkan selalu tersedia saat dibutuhkan. Ketersediaan barang yang terjaga menunjukkan bahwa kita memiliki pengelolaan persediaan yang baik sehingga dapat memenuhi kebutuhan konsumen secara tepat waktu [12]. Di sisi lain, jika barang-barang yang sering dicari tidak tersedia, pembeli mungkin memilih untuk berbelanja di tempat lain. Oleh karena itu, manajemen persediaan yang baik merupakan salah satu tugas yang harus dipenuhi guna meningkatkan kepuasan pelanggan.

Meskipun banyak penelitian sebelumnya dilakukan di supermarket, minimarket, atau toko modern dengan menggunakan analisis kuantitatif yang berfokus pada hubungan antar variabel, namun penelitian yang mengkaji daya beli toko sembako tradisional melalui pendekatan kualitatif masih tergolong kurang memadai. Padahal, toko sembako tradisional memiliki karakteristik yang berbeda dari ritel modern, terutama dalam hubungan yang lebih akrab antara pembeli dan penjual, pelayanan yang lebih personal, serta produksi barang yang disesuaikan dengan kebutuhan masyarakat setempat [13]. Kondisi ini menjadikan toko sembako tradisional menarik untuk diteliti secara lebih mendalam.

Toko Sembako Barokah yang berlokasi di Wonojoyo, Kecamatan Gurah, Kabupaten Kediri merupakan salah satu usaha ritel tradisional yang melayani kebutuhan masyarakat sekitar. Dalam menjalankan usahanya, toko ini berupaya memberikan pelayanan yang baik, menyediakan produk yang cukup lengkap, serta menjaga ketersediaan barang agar kebutuhan pembeli dapat terpenuhi. Namun demikian, untuk mempertahankan kepuasan pembeli di tengah persaingan usaha yang semakin ketat, diperlukan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman dan persepsi pembeli terhadap pelayanan, kelengkapan produk, dan ketersediaan barang yang diberikan oleh toko. Berdasarkan latar belakang penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan pelayanan, pelengkapan produk, ketersediaan barang, dan kepuasan pelanggan.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metodologi deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan secara rinci persepsi, pengalaman, informasi mengenai layanan, pengembangan produk, ketersediaan barang di tingkat kelurahan, serta kepuasan pelanggan di Toko Sembako Barokah. Melalui pendekatan kualitatif, peneliti dapat memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai fenomena yang terjadi di lapangan berdasarkan pengamatan yang terjadi di lapangan berdasarkan pengalaman dan pemahaman terhadap data

Penelitian deskriptif digunakan untuk memberikan gambaran yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai kondisi yang ada di lokasi penelitian [14]. Tujuan penelitian ini bukanlah untuk menguji hipotesis, melainkan untuk menggambarkan dan memahami fenomena yang berkaitan dengan pelayanan, kualitas produk, ketersediaan produk, dan kepuasan pelanggan. Fokus penelitian ini adalah pada persepsi dan pandangan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan, kualitas produk yang tersedia, ketersediaan barang, serta tingkat kepuasan yang dirasakan saat berbelanja di Toko Sembako Barokah.

Penelitian dilaksanakan di Toko Sembako Barokah yang berlokasi di Desa Wonojoyo, Kecamatan Gurah, Kabupaten Kediri. Pemilihan lokasi penelitian didasarkan pada pertimbangan bahwa toko tersebut merupakan salah satu usaha ritel tradisional yang melayani kebutuhan masyarakat sekitar dan memiliki pelanggan yang

beragam. Kondisi tersebut memungkinkan peneliti memperoleh informasi yang relevan sesuai dengan fokus penelitian.

Subjek penelitian terdiri atas pemilik toko, karyawan, dan pembeli Toko Sembako Barokah. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang dianggap mampu memberikan informasi sesuai dengan tujuan penelitian. Pemilik dan karyawan dipilih karena mengetahui proses pelayanan, pengelolaan produk, dan ketersediaan barang di toko, sedangkan pembeli dipilih karena memiliki pengalaman langsung dalam melakukan pembelian dan merasakan pelayanan yang diberikan.

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini meliputi wawancara, observasi, dan dokumentasi. Wawancara dilakukan secara langsung kepada informan untuk memperoleh informasi yang mendalam mengenai pelayanan, kelengkapan produk, ketersediaan barang, dan kepuasan pembeli. Observasi dilakukan untuk mengamati secara langsung kondisi toko, aktivitas pelayanan, serta ketersediaan produk yang ada. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung berupa foto, catatan, dan dokumen lain yang berkaitan dengan penelitian.

Analisis data dilakukan melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih dan menyederhanakan data yang diperoleh dari lapangan sesuai dengan fokus penelitian [15]. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk uraian deskriptif agar mudah dipahami. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan sehingga diperoleh gambaran mengenai pelayanan, kelengkapan produk, ketersediaan barang, dan kepuasan pembeli di Toko Sembako Barokah. Akibatnya, seluruh kegiatan operasional berada di bawah kendali langsung pemilik, sehingga proses pengambilan keputusan dapat diselesaikan dengan lebih cepat dan efisien.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pembeli di Toko Sembako Barokah dipengaruhi oleh beberapa faktor yang saling berkaitan seperti kualitas layanan, Kelengkapan produk, ketersediaan produk, dan kepuasan pembeli secara keseluruhan. Keempat aspek tersebut tidak berdiri sendiri, melainkan membentuk suatu kondisi yang memengaruhi persepsi dan tingkat keterlibatan pembeli.

Tabel 1. Data Informan

Kode Informan	Nama	Jenis Kelamin	Keterangan	Usia	Keterangan
P1	Sutrisno	Laki-Laki	Pemilik Toko	50 Tahun	Pemilik toko memegang peran utama dalam operasional bisnis, sehingga dapat dijadikan sumber informasi karena memahami strategi bisnis, pengelolaan stok, dan cara meningkatkan kepuasan pembeli secara menyeluruh.
K1	Melani	Perempuan	Karyawan	26 Tahun	Pekerja yang secara aktif terlibat dalam kegiatan operasional dan layanan pembeli sehingga mereka dapat memberikan informasi mengenai kualitas layanan pembeli serta interaksi dengan pembeli
PB1	Istiani	Perempuan	Konsumen	40 Tahun	Pembeli setia yang sudah beberapa kali berbelanja di toko tersebut, sehingga dapat menilai kualitas layanan, kelengkapan produk, dan ketersediaan produk.

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Untuk mengetahui hasil wawancara mengenai kepuasan pembeli di Toko Sembako Barokah, peneliti menyajikan transkrip jawaban dari masing-masing informan yang terdiri dari pemilik toko, karyawan, dan pembeli. Adapun hasil transkrip wawancara tersebut disajikan pada tabel berikut :

Tabel 2. Transkripsi Wawancara

Tema	Instrumen Penelitian	P1	K1	PB1
Pelayanan	Apakah Bapak/Ibu Bisa menceritakan bagaimana cara melayani pembeli sehari-hari di toko sembako barokah ini ?	“Saya berusaha melakukannya dengan cepat dan ramah. Jika ada pembeli yang datang, saya akan melayani mereka dan membantu agar mereka tidak bingung atau menunggu terlalu lama.”	“Saya membantu melayani pembeli dan membantu mereka mencari barang. Jika ada pertanyaan, saya akan membantu mereka agar mereka tidak merasa kesulitan.”	“Menurut saya, pelayanannya sudah bagus. Saat saya mencari barang, para karyawan yang ramah akan membantu.”
	Kalau ada pembeli yang menyampaikan keluhan, biasanya bagaimana cara Bapak/Ibu menanganinya?	“Saya biasanya mendengarkan keluhannya terlebih dahulu lalu mencari solusi terbaik, seperti memberikan penjelasan atau menawarkan barang lain sebagai pengganti.”	“Saya biasanya mendengarkan keluhannya terlebih dahulu, lalu saya berusaha membantu mencari solusi, misalnya dengan menawarkan produk lain.”	“Kalau ada masalah biasanya langsung dibantu. Saya merasa tetap diperhatikan dan tidak diabaikan.”
Kelengkapan Produk	Menurut Bapak/Ibu, apakah barang-barang yang dijual di toko ini sudah cukup lengkap untuk kebutuhan sehari-hari?	“Untuk kebutuhan sehari-hari sudah cukup lengkap, seperti bahan pokok dan kebutuhan rumah tangga, walaupun kadang ada barang yang habis.”	“Barang sudah cukup lengkap, meskipun belum semuanya tersedia. Kami juga berusaha menata supaya mudah dicari.”	“Menurut saya sudah cukup lengkap, jadi tidak perlu ke toko lain untuk membeli kebutuhan sehari-hari.”
	Barang apa saja yang biasanya paling sering tersedia dan mudah ditemukan di sini?	“Biasanya barang kebutuhan pokok seperti beras, gula, dan minyak goreng hampir selalu tersedia.”	“Barang seperti sabun, mie instan, dan bumbu dapur paling sering ada dan mudah ditemukan.”	“Saya biasanya mudah menemukan sabun dan bumbu dapur karena hampir selalu tersedia.”
Ketersediaan Barang	Bagaimana kondisi ketersediaan barang di toko ini, apakah sering ada yang kosong?	“Saya terbiasa memeriksa stok barang setiap hari, jadi saya selalu mencatat dan memesan ulang ke pemasok. Saya melakukannya agar stok barang tidak habis terlalu lama, karena pembeli bisa kecewa	“Kadang ada barang habis, tapi biasanya tidak lama karena langsung dipesan lagi.”	“Kadang saya datang ke sini dengan tujuan beli barang tertentu, tapi ternyata tidak ada. Kalau sudah begitu, rasanya agak kecewa, apalagi kalau itu barang yang penting. Tapi biasanya saya tetap beli barang lain

Tema	Instrumen Penelitian	P1	K1	PB1
		jika stok habis. Namun, ada kendala yang tidak bisa saya kendalikan, seperti keterlambatan pengiriman atau barang dari pemasok memang sedang habis di pasaran.”		dulu atau nanti balik lagi, karena biasanya tidak lama barangnya sudah ada lagi. Jadi walaupun kecewa, tidak sampai membuat saya pindah ke toko lain”
	Bagaimana cara mengatur atau mengelola stok barang agar tetap tersedia?	Saya mengecek stok setiap hari. Kalau ada barang yang mulai habis, langsung saya pesan lagi supaya tidak lama kosong.	Saya membantu mengecek dan menata barang supaya stok tetap terpantau dan mudah dicari.	“Dari yang saya lihat, kalau ada barang yang mulai habis biasanya cepat diisi lagi. Pemilik toko juga rutin mengecek stok, jadi barang yang kosong tidak terlalu lama dan pembeli masih bisa mendapatkan kebutuhan yang dicari.”
Kepuasan Pembeli	Bagaimana biasanya Bapak/Ibu mengetahui apakah pembeli merasa puas setelah berbelanja di sini?	“Saya biasanya memperhatikan kebiasaan para pembeli yang sering kembali untuk berbelanja. Banyak di antara mereka yang sudah menjadi pembeli tetap dan datang hampir setiap hari atau beberapa kali dalam seminggu. Selain itu, mereka yang merasa puas cenderung lebih tenang saat berbelanja dan jarang menyampaikan keluhan.”	“Menurut pengamatan saya, pembeli yang puas biasanya kembali lagi dan terlihat nyaman saat berbelanja. Karena sering datang, mereka tidak mengalami kebingungan dan kesulitan dalam menemukan barang yang dicari.”	“Saya merasa puas karena saat berbelanja dilayani dengan baik dan tidak kesulitan mencari barang. Selain itu, barang yang saya butuhkan sebagian besar tersedia.”
	Menurut Bapak/Ibu, apa yang biasanya membuat orang kembali berbelanja di toko sembako barokah ini ?	“Pembeli biasanya kembali karena harga yang terjangkau, barang yang cukup lengkap, dan pelayanan yang ramah. Kalau sudah merasa cocok, biasanya mereka akan kembali lagi.”	“Pembeli kembali karena merasa nyaman saat dilayani dan harga yang ditawarkan juga jauh lebih murah dibandingkan tempat lain.”	“Saya kembali ke sini karena lokasinya dekat, harganya lebih murah daripada di toko lain, dan barang-barang yang dibutuhkan biasanya tersedia, sehingga lebih praktis.”

Sumber: Data diolah Peneliti (2026)

Berdasarkan proses pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi, diperoleh berbagai informasi yang berkaitan dengan pelayanan, kelengkapan produk, ketersediaan barang, dan kepuasan pembeli di Toko Sembako Barokah. Data yang diperoleh menunjukkan bahwa pengalaman berbelanja yang

dirasakan oleh pembeli dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan, kemudahan dalam memperoleh produk yang dibutuhkan, serta ketersediaan barang yang relatif terjaga. Berbagai temuan tersebut memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang membentuk kepuasan pembeli selama berbelanja di Toko Sembako Barokah. Hasil penelitian ini selanjutnya disajikan berdasarkan fokus penelitian yang meliputi pelayanan, kelengkapan produk, ketersediaan barang, dan kepuasan pembeli.

Pembahasan

Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dokumentasi, dan analisis data yang telah dilakukan, peneliti membahas temuan di lapangan mengenai strategi pemasaran dalam meningkatkan kepuasan pembeli di Toko Sembako Barokah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemilik toko menerapkan beberapa strategi untuk membuat pembeli merasa nyaman saat berbelanja. Strategi tersebut dilakukan melalui pelayanan yang ramah dan cepat, penyediaan produk yang cukup lengkap, menjaga ketersediaan barang, serta membangun hubungan yang baik dengan pembeli. Dengan adanya strategi tersebut, pembeli merasa lebih nyaman, puas, dan memiliki keinginan untuk kembali berbelanja di Toko Sembako Barokah. Dalam penelitian ini, strategi pemasaran yang diterapkan di Toko Sembako Barokah terdiri dari empat aspek utama, yaitu pelayanan, kelengkapan produk, ketersediaan barang, dan kepuasan pembeli.

Pelayanan Toko Sembako Barokah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa layanan yang diberikan di Toko Sembako Barokah telah berjalan dengan baik. Pemilik dan karyawan memberikan layanan yang ramah, sopan, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan. Sikap tersebut membuat pelanggan merasa nyaman selama bertransaksi dan memberikan bantuan ketika menghadapi kesulitan dalam mencari barang yang dibutuhkan. Pengiriman yang cepat dan tanggap juga memudahkan pembeli sehingga transaksi dapat berjalan lancar.

Salah satu faktor penting yang memengaruhi daya beli pelanggan dalam bisnis ritel adalah pelayanan [16]. Pembeli tidak hanya memeriksa produk yang dijual, tetapi juga mengamati bagaimana mereka diperlakukan selama proses pembelian. pelayanan yang baik dapat menghasilkan pengalaman berbelanja yang positif, yang akan meningkatkan kepercayaan dan kenyamanan pembeli [17]. Namun, layanan yang buruk dapat menimbulkan ketidakpuasan dan berpotensi menyebabkan pelanggan pindah ke tempat lain.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa keramahan, kesopanan, dan kesiapan karyawan dalam membantu pelanggan menghasilkan hasil yang positif. Situasi tersebut menunjukkan bahwa pelayanan yang baik tidak hanya memenuhi kebutuhan pembeli, tetapi juga membantu menciptakan hubungan yang positif antara pembeli dan penjual. Hubungan yang baik seperti ini dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mendorong mereka untuk melakukan pembelian ulang.

Kelengkapan Produk Toko Sembako Barokah

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketersediaan produk di Toko Sembako Barokah cukup lengkap untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari pelanggan. Berbagai kebutuhan pokok tersedia sehingga pembeli dapat membeli barang yang diperlukan di satu tempat. Kelengkapan produk ini memudahkan pelanggan karena mereka tidak perlu mencari kebutuhan di toko lain.

Kelengkapan produk merupakan salah satu faktor yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen karena berkaitan dengan kemampuan kita dalam memenuhi kebutuhan mereka [18]. Semakin lengkap produk yang tersedia, semakin mudah bagi konsumen untuk membeli barang yang diperlukan. Karena semua kebutuhan dapat dipenuhi di satu tempat, hal ini memberikan efisiensi waktu dan biaya bagi konsumen.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa konsumen dipengaruhi oleh keragaman produk yang mereka butuhkan. Selain itu, kelengkapan produk memberikan lebih banyak pilihan kepada konsumen sehingga mereka dapat memilih barang yang sesuai dengan kebutuhan dan kemampuan mereka. Oleh karena itu, meningkatkan kualitas produk merupakan salah satu strategi terpenting untuk meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan daya saing usaha.

Ketersediaan Barang Toko Sembako Barokah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ketersediaan produk di Toko Sembako Barokah sangat baik. Pemilik toko secara rutin melakukan pengecekan stok dan pemesanan ulang ketika persediaan mulai menipis. Tujuan dari proses ini adalah untuk memastikan bahwa kebutuhan pembeli dapat terpenuhi.

Ketersediaan barang memegang peranan penting dalam bisnis ritel karena berkaitan erat dengan kemampuan kita untuk memenuhi permintaan pelanggan [19]. Pembeli mengharapkan barang yang mereka butuhkan selalu tersedia saat berbelanja. Jika barang yang diinginkan tidak tersedia, pembeli mungkin menjadi kecewa dan memilih untuk mencari barang di tempat lain.

Berdasarkan temuan penelitian, banyak konsumen yang kebutuhan mereka terpenuhi karena barang yang mereka cari sering tersedia. Meskipun terdapat beberapa kendala seperti keterlambatan pengiriman dari pemasok, pemilik usaha secara rutin melakukan pengadaan ulang agar stok tetap terjaga. Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan persediaan yang baik dapat meningkatkan kepercayaan pembeli terhadap produk serta memberikan pengalaman berbelanja yang menyenangkan.

Kepuasan Pembeli Toko Sembako Barokah

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pembeli merasa puas berbelanja di Toko Sembako Barokah. Kepuasan tersebut dari rasa nyaman selama berbelanja, kemudahan dalam memperoleh barang yang dibutuhkan, serta bantuan yang diberikan oleh pemilik dan karyawan. Selain itu, terdapat keinginan di kalangan pembeli untuk kembali berbelanja, yang menandakan bahwa kebutuhan dan harapan mereka telah terpenuhi dengan memuaskan.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang yang dirasakan oleh pelanggan setelah membeli dan menggunakan produk atau jasa [20]. Dalam penelitian ini, kepuasan pembeli dicapai melalui kombinasi layanan yang baik, kelengkapan produk, dan ketersediaan barang yang terjaga kualitasnya. Ketiga aspek ini selalu saling terkait dan berkontribusi pada terciptanya pengalaman berbelanja yang positif.

Temuan ini menunjukkan bahwa pembeli tidak hanya berfokus pada satu aspek saja dalam menentukan tingkat kepuasan mereka, tetapi melihat keseluruhan pengalaman yang terjadi selama proses pembelian. Ketika pelayanan yang baik diberikan, produk yang dibutuhkan ditawarkan secara komprehensif, dan stok barang dapat memenuhi permintaan konsumen, tingkat kepuasan pelanggan pun meningkat. Oleh karena itu, pelayanan, kelengkapan produk, dan ketersediaan produk harus terus diperkuat dan ditingkatkan untuk menjaga jumlah pembeli tetap stabil serta mendukung bisnis Toko Sembako Barokah di industri ritel yang semakin berkembang.

KESIMPULAN

Di Toko Sembako Barokah Wonojoyo, Kecamatan Gurah, Kabupaten Kediri, pelayanan, kelengkapan produk, dan ketersediaan barang merupakan elemen penting yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan. Pelayanan yang ramah, sopan, dan responsif memberikan rasa nyaman bagi pelanggan saat berbelanja. Produk yang selalu tersedia dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari konsumen, sementara barang yang selalu tersedia memudahkan konsumen untuk membeli barang yang diinginkan. Ketiga faktor ini menciptakan pengalaman berbelanja yang positif, yang mendorong pembeli untuk ingin melakukan pembelian lagi.

Temuan penelitian ini memberikan implikasi praktis bagi pemilik usaha untuk terus meningkatkan kualitas produk, memastikan ketersediaan produk, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Secara teoritis, penelitian ini menambah referensi mengenai daya beli usaha ritel tradisional. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji faktor-faktor lain yang memengaruhi keputusan pembelian, seperti harga, lokasi, promosi, dan loyalitas pelanggan, dengan menggunakan metode penelitian yang lebih mendalam.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Imbran HH, Kombongkila F, Studi P, Pembangunan E, Gorontalo UM. Dampak kenaikan harga bahan pokok terhadap daya beli masyarakat di kecamatan limboto kabupaten gorontalo 2024;7:51–8.
- [2] IKmalur&Abdul. ANALISIS STUDI KELAYAKAN BISNIS PADA USAHA TOKO 2024;2.
- [3] Soviyanti E. MANAJEMEN PEMASARAN Efrita Soviyanti Zulia Khairani i. 2024 2024.
- [4] Fauzan A, Basya MM. Achmad Fauzan 1 , Maziyah Mazza Basya 2 1 2024;02.
- [5] Hikmawati D, Nuryakin C. Keberadaan Ritel Modern dan Dampaknya terhadap Pasar Tradisional di DKI Jakarta The Modern Retail and Its Impact to Traditional Markets in DKI Jakarta Pendahuluan Tinjauan Literatur 2018;17:195–208.
- [6] Juliyana R AP. Juliyana, R., & Aulia, P. (2020). ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK H&M DI BANDUNG. *eProceedings of Management*, 7(2). 2020;7:3452–65.
- [7] Ernestivita G, Subagyo. <https://ojs.cahayasurya.ac.id/index.php/CA/index>. Harga Fasilitas Dan Kualitas Pelayanan Sebagai Penunjang Kepuasan Pengunjung Kolam Renang Tirtayasa Kediri 2020;10:21.
- [8] Hendrayani E. MANAJEMEN PEMASARAN. 2021.
- [9] Kotler. MARKETING STRATEGY IN THE DIGITAL AGE. 2017.
- [10] Saputro RM, Kamal M. Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Diponegoro J Manag* 2015;4:1–14.

- [11] Indrasari DM. Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan. 2019.
- [12] Apriyani S, Nurdyanto AD, Ristanto H. The Influence of Product Completeness and Service Quality on Customer Satisfaction at Arista Mart 2 Semarang Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Arista Mart 2 Semarang 2024;3:13–21.
- [13] Noor A, Naurah hasna salwatun. Eksistensi Laris Kartasura di Kalangan Mahasiswa : Penilaian Tiga Variabel Pendorong Keputusan Pembelian 2024;3:117–33. <https://doi.org/Website : https://ejournal.uinsaid.ac.id/index.php/juebir> 3.
- [14] Kotler P, Armstrong. Principles of Marketing. 2016.
- [15] Apriando JP, Soesanto H, Indriani F. 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). J Sains Pemasar Indones (Indonesian J Mark Sci 2019;18:166–83. <https://doi.org/10.14710/jspi.v18i2.166-183>.
- [16] Eva IH. MANAJEMEN PEMASARAN. 2023.
- [17] Elvira, Syahputra R, Prayoga Y. Pengaruh Ketersediaan Barang, Display Product Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Toko Baju Rizki 2025;8:1211–23.
- [18] Firmansyah M, Wijaya MR. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Toko Sembako Barokah Balaraja) oleh semua kalangan masyarakat . Mereka butuh untuk memenuhi kebutuhan jasmani menyediakan pendapatan yang mereka punya . Seperti halnya untuk 2026;3:817–32.
- [19] Mubarok R, Muslikhun A, Studi P, Ritel M, Ekonomi F, Muhammadiyah B. Kepuasan Pelanggan Ritel Tradisional : Peran Harga , Variasi Produk , Pelayanan , dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas serta Perilaku Pembelian Konsumen 2025;3:142.
- [20] Studi P, Feb M, Kediri UNP, Produk PK, Terhadap DANH. Pengaruh kualitas produk, pelayanan, dan harga terhadap kepuasan pelanggan konveksi gm sport 1),2),3) 2024;3:1145–53.