

Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Kepuasan Konsumen Pada UMKM Naval Modesty Tailor

Vanesa Patricia Charytas Watratan^{1*}, Y. Johny W. Soetikno², Novita Sambo Layuk²

¹Kewirausahaan; Universitas Dipa Makassar, Makassar, Indonesia

² Universitas Dipa Makassar, Makassar, Indonesia

e-mail: *¹ondorannessa@gmail.com

Abstrak

Kepuasan konsumen merupakan faktor penting dalam keberlangsungan suatu usaha jasa, termasuk pada bisnis penjahitan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas hasil jahitan, harga jasa penjahitan, ketepatan waktu penyelesaian pesanan, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Naval Modesty Tailor. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Populasi penelitian berjumlah 1.850 konsumen, sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 95 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen yang pernah menggunakan jasa Naval Modesty Tailor. Analisis data dilakukan menggunakan bantuan program SPSS melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji t, uji F, serta uji koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas hasil jahitan, harga jasa penjahitan, ketepatan waktu penyelesaian pesanan, dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F hitung sebesar 60,141 dan signifikansi 0,000. Nilai koefisien determinasi sebesar 0,728 menunjukkan bahwa variabel independen mampu menjelaskan pengaruh terhadap kepuasan konsumen sebesar 72,8%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Kata kunci—Kualitas Hasil Jahitan, Harga Jasa Penjahitan, Ketepatan Waktu Penyelesaian, Pelayanan, Kepuasan Konsumen.

Abstract

Customer satisfaction is an important factor in maintaining the sustainability of service-based businesses, including tailoring services. This study aims to analyze the influence of sewing quality, tailoring service price, timeliness of order completion, and service quality on customer satisfaction at Naval Modesty Tailor. This research used a quantitative approach with a survey method. The population consisted of 1,850 customers, while the sample included 95 respondents determined using the Slovin formula. Data were collected through questionnaires distributed to customers who had used the services of Naval Modesty Tailor. The data were analyzed using SPSS through validity tests, reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, t-tests, F-tests, and the coefficient of determination test. The results indicate that simultaneously the variables of sewing quality, service price, timeliness of order completion, and service quality significantly influence customer satisfaction, with an F value of 60.141 and a significance level of 0.000. The coefficient of determination (R Square) value of 0.728 shows that these variables explain 72.8% of customer satisfaction, while the remaining 27.2% is influenced by other variables outside this study.

Keywords—Sewing Quality, Tailoring Service Price, Timeliness, Service, Customer Satisfaction.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan usaha jasa menuntut pelaku usaha untuk tidak mampu memberikan pelayanan yang berkualitas agar dapat mempertahankan konsumen. Salah satu faktor penting yang mempengaruhi keberhasilan suatu usaha jasa adalah tingkat kepuasan konsumen. Berdasarkan penelitian [1] kepuasan konsumen merupakan perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah konsumen membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapan yang dimiliki sebelumnya. Dalam usaha jasa penjahitan, kepuasan konsumen tidak hanya ditentukan oleh kualitas hasil jahitan, tetapi juga dipengaruhi oleh beberapa faktor lain, seperti harga jasa yang ditawarkan, ketepatan waktu penyelesaian pesanan, serta pelayanan kepada pelanggan. UMKM Naval Modesty Tailor merupakan usaha jasa penjahitan yang melayani pembuatan pakaian sesuai dengan pesanan konsumen. Untuk menjaga kepuasan konsumen, usaha ini perlu memperhatikan kualitas hasil jahitan, kesesuaian harga dengan kualitas produk, ketepatan waktu penyelesaian pesanan, serta pelayanan kepada pelanggan.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan November 2025 sampai Februari 2026. Tempat penelitian ini berlokasi di UMKM Naval Modesty Tailor yang berlokasi di Jl. Manyikkoaia, Kompleks Pensiunan Auri No.20 Kelurahan Sudiang, Kecamatan Biringkanaya Kota Makassar.

2.1 Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini, menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan metode survei sebagai penelitian kuantitatif metode ini mengandalkan data numerik (angka) yang dikumpulkan melalui instrument seperti kuesioner. Data ini kemudian dianalisis secara statistik untuk menguji hubungan dan hipotesis, yang sesuai dengan penggunaan analisis regresi. Menurut Kotler dalam penelitian [2] ini juga dilakukan pendekatan kausal (sebab-akibat) untuk mengidentifikasi bagaimana variabel independent X1 (kualitas jahitan), X2 (harga), X3 (ketepatan waktu), X4 (pelayanan), Y (memengaruhi variabel dependen kepuasan pelanggan). Pengumpulan data paling efisien untuk penelitian ini adalah survei di mana responden (pelanggan) mengisi kuesioner terstruktur persepsi mereka terhadap faktor-faktor yang akan dianalisis.

2.2 Populasi dan Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian. Dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan menggunakan rumus Slovin karena populasi diketahui dan penelitian bersifat kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah pengikut akun UMKM Naval Modesty Tailor yang berjumlah 1.850 orang.[3]

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah probability sampling dengan metode simple random sampling, karena setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk dipilih sebagai responden.

Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan margin of error 10%. Rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi (1.850)

e = Margin of error (dalam penelitian ini ditetapkan sebesar 10% atau 0,1)

$$n = \frac{1.850}{1 + 1.850(0,1)^2} = \frac{1.850}{1 + 1.850(0,01)} = \frac{1.850}{1 + 18,5} = \frac{1.850}{19,5} \approx 94,87 = 95$$

Dengan demikian, jumlah minimum sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 94 responden.

2.3 Metode Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui beberapa tahapan yaitu:

2.3.1 Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui tingkat ketepatan kuesioner dalam mengukur variabel penelitian yang digunakan. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Suatu item pernyataan dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dibandingkan dengan r tabel.

2.3.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah untuk memastikan tingkat keandalan suatu alat ukur penelitian sehingga dapat digunakan secara konsisten dalam pengukuran yang berulang. Suatu angket dinyatakan reliabel jika nilai koefisien Cronbach Alpha $> 0,60$.

2.3.3 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik untuk menguji kelayakan model regresi menggunakan uji normalitas, linearitas, dan heteroskedastisitas.

- Uji Normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah data residual (selisih antara nilai prediksi dan nilai sebenarnya) dalam model regresi menyebar secara normal. Untuk menguji hal ini, digunakan metode statistik non-parametrik, yaitu uji Kolmogorov-Smirnov (K-S).
- Uji Heteroskedastisitas untuk mengetahui apakah ada perbedaan varian (keragaman) dari residual absolut sama atau tidak, model regresi yang baik adalah jika terjadi masalah heteroskedastisitas. Uji ini penting untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan stabil dan layak.

2.3.4 Uji Hipotesis

- Uji F bertujuan untuk melihat pengaruh variable Kualitas Hasil Jahitan (X_1) Harga (X_2) Ketepatan Waktu Penyelesaian (X_3) dan Pelayanan (X_4) secara bersama-sama berpengaruh terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Y). Pengujian menggunakan tingkat signifikansi 5% (0,05). Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka variabel independen berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.
- Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara individu terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen.
- Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel Kualitas Hasil Jahitan, Harga, Ketepatan Waktu Penyelesaian, serta Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen.

2.3.5 Uji Regresi Linear Berganda

Uji Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengetahui hubungan kausal antara dua atau lebih variabel independen dengan satu variabel dependen. Metode ini digunakan untuk menguji pengaruh Kualitas Hasil Jahitan (X_1) Harga (X_2) Ketepatan Waktu Penyelesaian (X_3) Pelayanan (X_4) terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Y).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Hasil Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Hasil Jahitan (X_1) Harga (X_2) Ketepatan Waktu Penyelesaian (X_3) Pelayanan (X_4) terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Y) pada UMKM Naval Modesty Tailor. Pengujian dilakukan menggunakan analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial maupun simultan terhadap variabel dependen.

3.1.1 Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk menilai valid tidaknya suatu pernyataan dalam kuesioner. Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan nilai r tabel menggunakan degree of freedom (df) = $n-2$, n dalam hal ini adalah jumlah sampel. Jadi r tabel dengan $df = 95-2 = 93$ dengan taraf signifikansi 0,05 atau 5%, sehingga menghasilkan r tabel sebesar 0,1996. Untuk lebih jelasnya, ringkasan hasil uji validitas dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas X_1

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Ket
X1P1	0,695	0,1996	VALID
X1P2	0,674	0,1996	VALID
X1P3	0,548	0,1996	VALID
X1P4	0,699	0,1996	VALID
X1P5	0,574	0,1996	VALID
X1P6	0,690	0,1996	VALID

Berdasarkan hasil analisis yang ditampilkan pada tabel 1 di atas, dapat diketahui bahwa seluruh item memiliki nilai r -hitung yang lebih besar daripada r -tabel (0,1996). Selain itu, seluruh nilai signifikansi uji korelasi juga berada dibawah 0,05. Oleh karena itu, seluruh item pernyataan dinyatakan valid.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel Harga X_2

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Ket
X2P1	0,696	0,1996	VALID
X2P2	0,683	0,1996	VALID
X2P3	0,655	0,1996	VALID
X2P4	0,760	0,1996	VALID
X2P5	0,627	0,1996	VALID
X2P6	0,631	0,1996	VALID

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat dilihat bahwa semua pernyataan dalam kuesioner mengenai variabel Harga Jasa Penjahitan dalam penelitian ini valid, karena nilai r yang dihitung lebih besar dari nilai r tabel.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Ketepatan Waktu X_3

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Ket
X3P1	0,709	0,1996	VALID
X3P2	0,718	0,1996	VALID
X3P3	0,748	0,1996	VALID
X3P4	0,640	0,1996	VALID
X3P5	0,591	0,1996	VALID
X3P6	0,592	0,1996	VALID

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat dilihat bahwa semua pernyataan dalam kuesioner mengenai variabel Ketepatan Waktu Penyelesaian Pesanan dalam penelitian ini valid, karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel Pelayana X_4

Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Ket
X3P1	0,732	0,1996	VALID
X3P2	0,698	0,1996	VALID
X3P3	0,727	0,1996	VALID
X3P4	0,695	0,1996	VALID
X3P5	0,706	0,1996	VALID
X3P6	0,614	0,1996	VALID

Berdasarkan tabel 4 di atas dapat dilihat bahwa semua pernyataan dalam kuesioner mengenai variabel Pelayanan dalam penelitian ini valid, karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel.

Tabel 5 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen

Item Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Ket
X3P1	0,739	0,1996	VALID
X3P2	0,690	0,1996	VALID
X3P3	0,697	0,1996	VALID
X3P4	0,746	0,1996	VALID
X3P5	0,679	0,1996	VALID
X3P6	0,681	0,1996	VALID

Berdasarkan tabel 5 di atas dapat dilihat bahwa semua pernyataan dalam kuesioner mengenai variabel Kepuasan Konsumen dalam penelitian ini valid, karena nilai r yang dihitung lebih besar dari nilai r tabel.

3.1.2 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengukur reliable atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan tersebut konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu variabel dikatakan reliabel apabila memberikan nilai Cronbach Alpha $> 0,60$

Hasil pengujian reliabilitas untuk setiap variabel secara keseluruhan ditampilkan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 6 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Realibility Coefficient	Cronbach Alpha	Nilai Alpha	Keterangan
Kualitas (X1)	6 Pernyataan	0,722	0,60	Reliabel
Harga (X2)	6 Pernyataan	0,752	0,60	Reliabel
Ketepatan Waktu (X3)	6 Pernyataan	0,735	0,60	Reliabel
Pelayanan (X4)	6 Pernyataan	0,783	0,60	Reliabel
Kepuasan Konsumen	6 Pernyataan	0,797	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel 6 diatas menunjukkan bahwa seluruh variable memiliki nilai Cronbach Alpha $> 0,60$. Maka dapat disimpulkan bahwa seluruh variabel reliabel. Berdasarkan nilai yang diperoleh dari semua variabel, skor Cronbach's Alpha berada di atas 0,60 sesuai dengan standar tingkat keandalan Cronbach's Alpha, hal ini menunjukkan bahwa instrumen pertanyaan memiliki tingkat konsistensi yang baik.

3.1.3 Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang diperoleh dalam suatu penelitian terdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov, yaitu dengan cara melihat nilai signifikansi. Jika nilai Prob/Sig F $> 0,05$ (5%), maka sebaran data dianggap normal. Sebaliknya, jika nilai Prob/Sig F $< 0,05$ (5%), maka sebaran data dianggap tidak normal.

Tabel 7 Hasil Uji Normalitas Kolmogrov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000.
	Std. Deviation	1.55406282
Most Extreme Differences	Absolute	.042
	Positive	.042
	Negative	-.033

Test Statistic	.042
Asymp. Sig. (2-tailed)	.0,200 ^{c,d}

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov pada tabel 7 diatas diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,042. Dimana $0,042 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini telah terdistribusi dengan normal.

3.1.4 Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terdapat hubungan antar variabel bebas. Model regresi yang baik adalah apabila tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas. Dasar pengambilan keputusan dalam uji multikolinearitas menggunakan metode Tolerance dan VIF (Variance Inflation Factor) yaitu dengan ketentuan jika nilai tolerance $> 0,1$ dan nilai VIF (Variance Inflation Factor) $< 10,0$ maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 8 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2.770	1.515		1.829	.071		
Kualitas Hasil Jahitan	.088	.080	.096	1.100	.274	.398	2.510
Harga Jasa Penjahitan	.165	.089	.172	1.844	.069	.346	2.887
Ketepatan Waktu Penyelesaian	.273	.092	.283	2.959	.004	.331	3.024
Pelayanan	.377	.108	.386	3.497	.001	.248	4.034
a. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan Konsumen							

Berdasarkan hasil dari uji multikolinearitas pada tabel 6 diperoleh bahwa nilai tolerance variabel kualitas hasil jahitan, harga, ketepatan waktu penyelesaian, dan pelayanan $1,0 > 0,1$ dan nilai VIF sebesar $1,0 < 10,0$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

3.1.5 Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah variasi dari residual absolut sama atau tidak. Model regresi yang baik adalah jika tidak terjadi masalah heteroskedastisitas. Penelitian ini melakukan uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode Glejser. Dalam metode Glejser tidak terjadi masalah heteroskedastisitas apabila nilai signifikan $> 0,05$ dan terjadi masalah heteroskedastisitas jika nilai signifikan $< 0,05$.

Tabel 9 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.770	1.515		1.829	.071
	Kualitas Hasil Jahitan	.088	.080	.096	1.100	.274
	Harga Jasa Penjahitan	.165	.089	.172	1.844	.069
	Ketepatan Waktu Penyelesaian	.273	.092	.283	2.959	.004
	Pelayanan	.377	.108	.386	3.497	.001

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan hasil dari uji heteroskedastisitas pada tabel 9 diperoleh bahwa nilai signifikan (Sig) variabel Kualitas Hasil Jahitan (X1) sebesar $0,274 > 0,05$, Harga (X2) sebesar $0,069 > 0,05$, Ketepatan Waktu (X3) sebesar $0,004 > 0,05$, Pelayanan (X4) sebesar $0,001 > 0,05$ maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

3.1.6 Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier sederhana adalah metode statistik yang digunakan untuk melihat hubungan antar lima variable, yaitu empat variable independen (X) dan satu variable dependen berdasarkan nilai variable independen.

Tabel 10 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	2.77	1.52		1.829	0.071
	Kualitas Hasil Jahitan	0.088	0.08	0.096	1.1	0.274
	Harga Jasa Penjahitan	0.165	0.09	0.172	1.844	0.069
	Ketepatan Waktu Penyelesaian	0.273	0.09	0.283	2.959	0.004
	Pelayanan	0.377	0.11	0.386	3.497	0.001
a. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan Konsumen						

Berdasarkan tabel 8 di atas diperoleh koefisien regresi masing-masing variabel dengan bantuan program SPSS diperoleh persamaan regresi linear berganda dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 \quad (2)$$

$$Y = 2.770 + 0,088X_1 + 0,165X_2 + 0,273X_3 + 0,377X_4$$

Persamaan regresi di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta yang diperoleh sebesar 2,770, yang berarti jika seluruh variabel independent bernilai 0, maka nilai variabel dependen sebesar 2,770.
2. Nilai koefisien regresi variabel X1 bernilai positif (+) sebesar 0,088 maka bisa diartikan bahwa jika variabel X1 meningkat 1 poin maka variabel Y juga akan meningkat sebesar 0,088 poin, begitu juga sebaliknya.
3. Nilai koefisien regresi X2 bernilai positif (+) sebesar 0,165, maka bisa diartikan bahwa jika variabel X2 meningkat 1 poin maka variabel Y juga akan meningkat sebesar 0,165 poin, begitu juga sebaliknya.
4. Nilai koefisien regresi variabel X3 bernilai positif (+) sebesar 0,273, maka dapat diartikan bahwa jika variabel X3 meningkat 1 poin, maka variabel Y juga akan meningkat sebesar 0,273 poin, begitu juga sebaliknya.
5. Nilai koefisien regresi variabel X4 bernilai positif (+) sebesar 0,377, maka dapat diartikan bahwa jika variabel X4 meningkat 1 poin, maka variabel Y juga akan meningkat sebesar 0,377 poin, begitu juga sebaliknya.

3.1.7 Uji F (Simultan)

Uji F bertujuan untuk melihat apakah terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel terikatnya (dependen) atau untuk menguji apakah model regresi yang kita buat signifikan (berhubungan) atau tidak. Adapun untuk melihat adanya pengaruh maka digunakan kriteria yaitu:

1. Taraf signifikansi ($\alpha = 0,05$)
2. Nilai F tabel dihitung dengan perhitungan $df_2 = (\text{jumlah sampel} - \text{variabel independen} (k) - 1)$; 2
3. Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen dan jika $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ maka tidak ada pengaruh antar kedua variabel.

Tabel 11 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA						
MODEL		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	606.811	4	151.703	60.141	.000 ^b
	Residual	227.020	90	2.522		
	Total	833.832	94			
a. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan Konsumen						
b. Predictors: (Constant), Pelayanan, Kualitas Hasil Jahitan, Harga Jasa Penjahitan, Ketepatan Waktu Penyelesaian						

Berdasarkan tabel 9 nilai F hitung sebesar 60,141 sedangkan nilai F tabel sebesar 2,47. Nilai F tabel = $n (\text{jumlah sampel}) - k (\text{variabel independen}) - 1$; $1 = (94 - 2 - 1)$; $1 = 91$; 1 lalu kemudian dilihat pada tabel df dan didapatkan F tabel sebesar 2,47, yang berarti bahwa $60,141 > 2,47$ maka dapat dikatakan terdapat pengaruh antara variabel independent Kualitas, Harga, Ketepatan Waktu, Pelayanan terhadap variable Kepuasan Konsumen.

3.1.7 Uji T (Persial)

Uji T dilakukan untuk mengetahui secara parsial (sendiri) apakah terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Taraf signifikansi ($\alpha = 0,05/2 = 0,025$)
2. Distribusi t dengan derajat kebebasan $df (n - k - 1)$

Apabila $T_{\text{hitung}} > T_{\text{tabel}}$ terdapat pengaruh antara variabel independen dan dependen dan jika $T_{\text{hitung}} < T_{\text{tabel}}$ maka tidak ada pengaruh antar variabel independent dan dependen.

Tabel 12 Hasil Uji P (Persial)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.77	1.515		1.829	0.071
	Kualitas Hasil Jahitan	0.088	0.08	0.096	1.1	0.274
	Harga Jasa Penjahitan	0.165	0.089	0.172	1.844	0.069
	Ketepatan Waktu Penyelesaian	0.273	0.092	0.283	2.959	0.004
	Pelayanan	0.377	0.108	0.386	3.497	0.001
a. Dependent Variable: Tingkat Kepuasan Konsumen						

Diketahui nilai t tabel dari perhitungan = (jumlah sampel) – k (jumlah variabel independen) – 1 : 1 = (95 – 4 – 1 = 90). Kemudian dilihat pada tabel df 1 bagian sampel 95 dengan $\alpha = 0,05$, sebesar 1,987. Sedangkan nilai t hitung dapat dilihat pada tabel sebesar 3,497. Yang berarti ($3,497 > 1,987$), maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen.

3.1.8 Koefisien determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui besaran persentase pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang dapat dijelaskan secara bersamaan.

Tabel 13 Hasil Uji Koefisien determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.853 ^a	0.728	0.716	1.588
a. Predictors: (Constant) , Kualitas Hasil Jahitan, Harga Jasa Penjahitan, Ketepatan Waktu Penyelesaian, Pelayanan				

Berdasarkan tabel 11 diatas diperoleh pada kolom R Square diketahui jumlah adalah sebesar 0,728 atau 72,8% hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel kualitas, harga, ketepatan waktu, pelayanan terhadap variabel tingkat kepuasan konsumen sebesar 72,8% sedangkan sisanya 27,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar model regresi.

3.2 Pembahasan

Dalam bidang usaha jasa, kepuasan konsumen menjadi salah satu faktor penting menentukan keberlangsungan suatu bisnis. Kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti kualitas, harga, ketepatan waktu penyelesaian, serta pelayanan yang diberikan kepada konsumen [4]. Oleh karena itu, pelaku usaha perlu memperhatikan faktor-faktor tersebut agar mampu memenuhi harapan konsumen dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa penjahitan pada UMKM Naval Modesty Tailor dengan jumlah sampel 95 responden. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert dan dianalisis menggunakan pendekatan kuantitatif melalui uji statistik inferensial. Pendekatan ini sejalan dengan penelitian terdahulu yang menekankan pentingnya pengukuran empiris dalam menilai efektivitas strategi kualitas, harga, ketepatan waktu, dan pelayanan terhadap kepuasan konsumen [5].

Berdasarkan hasil penelitian yang didapatkan penelitian ini membahas tentang hasil penelitian yang telah dilakukan guna untuk menjawab rumusan masalah yaitu:

1. Pengaruh Kualitas Hasil Jahitan (X_1) terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil uji t , variabel kualitas hasil jahitan memperoleh nilai signifikansi (sig) sebesar 0,274 dengan nilai T hitung 1,100, di mana nilai sig lebih besar dari 0,05. Penelitian [6] menegaskan bahwa kualitas merupakan salah satu faktor pembentuk kepuasan, tetapi bukan satu-satunya penentu.

Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan teori kualitas produk dari Kotler dan Keller tahun 2016 yang menyatakan bahwa kualitas merupakan salah satu faktor pembentuk kepuasan, tetapi bukan satu-satunya penentu.

2. Pengaruh Harga Jasa Penjahitan (X_2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel harga jasa penjahitan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,069 dengan ini T hitung sebesar 1,844. Nilai ini lebih besar dari 0,05. Penelitian [7] menegaskan harga jasa penjahitan tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen, namun koefisien regresi yang bernilai positif sebesar 0,165 menunjukkan bahwa harga tetap memiliki hubungan positif dengan kepuasan konsumen.

Temuan ini teori persepsi harga oleh Kotler tahun 2017 yang menyatakan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kewajaran harga, bukan semata-mata tingkat harga. Harga

jasa penjahitan berkaitan erat dengan kualitas hasil jahitan dan pelayanan, karena konsumen akan menilai harga wajar apabila hasil dan pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan.

3. Variabel Ketepatan Waktu Penyelesaian (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Hasil pengujian menunjukkan bahwa ketepatan waktu penyelesaian memiliki nilai signifikansi sebesar 0,004 dengan T hitung sebesar 2,959. Nilai sig tersebut lebih kecil dari 0,05. Penelitian [8] menegaskan ketepatan waktu penyelesaian berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan konsumen.

4. Variabel Pelayanan (X4) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Variabel pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar 0,001 dengan nilai T hitung sebesar 3,497. Nilai ini lebih kecil dari 0,05. Penelitian [9] menegaskan pelayanan berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, pelayanan memiliki nilai koefisien regresi terbesar dibandingkan variabel lainnya.

5. Variabel Indepen Secara Simultan

Berdasarkan uji F, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 yang menunjukkan bahwa kualitas hasil jahitan, harga jasa penjahitan, ketepatan waktu penyelesaian, dan pelayanan secara simultan berpengaruh signifikansi terhadap kepuasan konsumen. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,716 menunjukkan bahwa 71,6% variasi kepuasan konsumen dapat dijelaskan oleh keempat variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini [10].

4. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa variabel ketepatan waktu penyelesaian pesanan dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Naval Modesty Tailor, sedangkan kualitas hasil jahitan dan harga jasa penjahitan tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, kualitas hasil jahitan, harga jasa penjahitan, ketepatan waktu penyelesaian pesanan, dan pelayanan berpengaruh signifikan 0,000. Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,728 menunjukkan bahwa variabel yang diteliti mampu menjelaskan kepuasan konsumen sebesar 72,8%, sedangkan 27,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

5. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, UMKM Naval Modesty Tailor disarankan untuk terus mempertahankan serta meningkatkan kualitas pelayanan dan ketepatan waktu dalam menyelesaikan pesanan, karena kedua faktor tersebut terbukti memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Selain itu, kualitas hasil jahitan dan penetapan harga jasa juga perlu tetap diperhatikan agar sesuai dengan harapan pelanggan sehingga dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara keseluruhan. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat mengembangkan penelitian ini dengan menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan konsumen agar hasil penelitian menjadi lebih luas dan mendalam.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada pihak UMKM Naval Modesty Tailor atas dukungan serta akses data yang diberikan, yang sangat membantu dalam penyelesaian penelitian ini serta konsumen yang telah berpartisipasi dalam penelitian ini. Tanpa bantuan dan kerja sama yang diberikan, penelitian ini tidak akan dapat berjalan dengan lancar. Ucapan terima kasih juga penulis tujukan kepada dosen pembimbing. Dr. Y. Johny W. Soetikno. SE., MM dan Novita Sambo Layuk, S.Si., M.Si.. yang dengan sabar telah memberikan arahan, bimbingan, serta masukan berharga selama proses penelitian ini berlangsung. Dukungan akademik dan ilmu yang diberikan sangat membantu dalam menyusun penelitian ini secara sistematis dan mendalam.

Tak lupa, penulis mengapresiasi kedua orang tua tercinta, keluarga, sahabat, serta rekan-rekan Program Studi Kewirausahaan Universitas Dipa Makassar yang selalu memberikan motivasi, inspirasi, serta berbagai bentuk dukungan, baik secara moral maupun material. Kehadiran dan dorongan dari mereka menjadi sumber semangat yang tak ternilai dalam menyelesaikan penelitian ini.

Akhir kata, penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Semoga penelitian ini dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan pemasaran digital serta menjadi referensi bagi pelaku usaha dalam mengoptimalkan kualitas hasil jahitan, harga jahitan, ketepatan waktu penyelesaian pesanan, pelayanan dan kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] J. Heatubuna and R. L. Manduapessy, “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan,” 2023.
- [2] H. B. Hina, Statistik II, 1st ed. Yayasan Cendika Mulia Mandiri, 2022.
- [3] M. K. Y. Hidayatulloh, Kualitas Layanan, Harga, Citra Merek: Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen, 1st ed. Universitas KH. A. Wahab Hasb, 2020.
- [4] D. Novelni and E. Sukma, “Analisis Langkah-Langkah Model Problem Based Learning Dalam Pembelajaran Tematik Terpadu Di Sekolah Dasar Menurut Pandangan Para Ahli,” *Journal of Basic Education Studies*, vol. 4, no. 1, 2021.
- [5] D. Kharisma, S. Simatupang, H. Hutagalung, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada UD. Restu Mulia Pandan,” *JUMANSI: Jurnal Ilmiah Manajemen dan Akuntansi Medan*. [Online]. Available: <https://jurnal.itscience.org/index.php/jumansi>
- [6] E. Safitri, L. Auliana, I. Sukoco, and C. S. Barkah, “Kajian Literatur Peran Integrated Marketing Communication (IMC) dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen,” 2023.
- [7] D. P. Lestari and U. Mu’awwanah, “Analisis Kualitas Pelayanan, Harga dan Efisiensi Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Jahit,” *Ekonomi, Keuangan, Investasi dan Syariah (EKUITAS)*, vol. 6, no. 4, pp. 531–539, 2025, doi: 10.47065/ekuitas.v6i4.7204.
- [8] P. Meilani, B. Ginting, C. Nopinda, B. Sitepu, and V. Maria, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Sofi Jahit Dan Bordir Kwala Bekala Medan,” vol. 4, pp. 1–10, 2025.
- [9] E. Mulyati, Pengantar SPSS: Teori, Implementasi dan Interpretasi, 1st ed. CV. Gita Lentera, 2024.
- [10] Y. A. Rozali, “Penggunaan Analisis Konten dan Analisis Tematik,” *Forum Ilmiah*, vol. 19, 2022.
- [11] E. Safitri, L. Auliana, I. Sukoco, and C. S. Barkah, “Kajian Literatur Peran Integrated Marketing Communication (IMC) dalam Mempertahankan Loyalitas Konsumen,” 2023.