

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen Di Artiku Project

Artiana Galuh Yulita¹, Putri Maisara²

Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi
Surakarta, Sukoharjo

Email: artiana.ag17@gmail.com¹ putrimaisara9@gmail.com²

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga dan ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen di rumah jahit Artiku Project. Metode yang digunakan pada penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner secara online. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah menggunakan jasa jahit Artiku Project berjumlah 134, sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Metode analisis yang dilakukan dengan uji t dan diolah menggunakan SPSS. Hasil pengujian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga, dan ketepatan waktu secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Artiku Project.

Abstract

This research aims to analyze the influence of service quality, price and timeliness on consumer satisfaction at the Artiku Project sewing house. The method used in this research is a quantitative method with data collection techniques using online questionnaires. The population in this study was 134 consumers who had used Artiku Project sewing services, so a sample of 100 respondents was obtained. The analysis method was carried out using the t test and processed using SPSS. The test results show that the variables of service quality, price and timeliness partially have a positive and significant effect on consumer satisfaction at the Artiku Project.

PENDAHULUAN

Kemajuan era revolusi 4.0 memberi pengaruh yang cukup signifikan terhadap bisnis dan ekonomi, salah satunya dalam bidang fashion (Nasution & Lesman, 2018). Dilansir dari buku Fashion Merchandising (1981) oleh Mary D. Troxell dan Elaine Stone, *fashion* didefinisikan sebagai gaya yang diterima dan digunakan oleh mayoritas anggota sebuah kelompok dalam satu waktu tertentu. *Fashion* sendiri dapat diartikan sebagai mode, gaya, dan cara berbusana. Artinya produk *fashion* merupakan barang-barang yang dihasilkan dari suatu proses produksi, salah satunya berupa pakaian. Pakaian merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia yang berfungsi sebagai pelindung dan penutup tubuh.

Setiap individu akan senantiasa memenuhi kebutuhan akan pakaian, maka dari itu masyarakat perlu penyedia jasa jahit pembuatan baju dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Pekerjaan menjahit membutuhkan keterampilan khusus dalam memotong kain, membuat pola dan memilih bahan. Kegiatan menjahit merupakan suatu kegiatan menyambung kain ataupun bahan-bahan lainnya yang bisa dilewati oleh jarum jahit dan benang. Proses menjahit dapat dilakukan dengan menggunakan tangan maupun dengan bantuan mesin jahit. Sehingga penjahit dituntut untuk selalu kreatif dalam segala hal, memberikan pelayanan yang memuaskan dan bertanggung jawab.

Hal itu disebabkan semakin berkembangnya industri dalam bidang jasa terutama dalam jasa jahit. Maka dari itu harus bersaing dalam menunjukkan kelebihannya masing-masing, antara lain dalam hal kualitas pelayanan, harga, dan ketepatan waktu. Hal tersebut dapat menjadi nilai lebih dari masing-masing pemilik jasa jahit. Artiku Project

adalah sebuah usaha rumahan yang memulai usahanya dalam bidang layanan jasa jahit sejak tahun 2020, dalam pembuatan pakaian yang salah satunya berfokus pada kebaya, baju pesta, dan kemeja pria yang beralamat di Kecamatan Mojolaban Sukoharjo. Di sini banyak sekali wirausaha yang berkecimpung dalam bidang jasa (penjahit), akan tetapi masih jarang ditemui penjahit yang berfokus dalam menjahit kebaya dan baju pesta, terutama di Desa Wirun–Mojolaban.

Maka dari itu penulis tertarik untuk mengetahui kualitas pelayanan, harga dan ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen. Dikutip dari Wikipedia, kebaya merupakan perpaduan budaya dari Tiongkok, India, Arab dan Portugis yang pernah singgah dan menetap di Indonesia dalam hubungan dagang. Pada tahun 1978, kebaya ditetapkan menjadi busana nasional wanita Indonesia. Dengan tujuan untuk melestarikan warisan budaya supaya tidak hilang oleh perkembangan zaman. Bagi masyarakat Jawa dengan budaya yang masih kental sehingga kebaya menjadi kebanggaan kaum wanita, tidak hanya digunakan untuk memperingati hari besar nasional seperti memperingati Hari Kartini, banyak variasi kebaya juga dapat digunakan pada saat acara *formal* atau *non formal*.

Dari permasalahan diatas maka peran rumah jahit dibutuhkan untuk memenuhi ekspektasi dalam upaya mewujudkan kebaya yang diinginkan. Artiku Project akan mendengarkan permintaan konsumen dan mengerjakannya sesuai dengan yang diharapkan. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan harapan, maka kualitas dari jasa tersebut dipersepsikan baik dan memuaskan. Sebaliknya apabila jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk (Tjipto, 2005:121). Apabila konsumen merasa puas saat menggunakan layanan jasa, maka konsumen akan kembali melakukan transaksi.

Kotler, et.al (2018) mengemukakan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi terhadap kinerja produk dan harapan. Menurut Tjiptono dan Chandra di dalam Nel Arianty (2015), kepuasan konsumen adalah sejauh mana manfaat sebuah produk dan jasa yang diterima (*received*) sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Menurut Mardhia, Poniman dan Suwardi (2016) Perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap ekspektasi mereka. Terdapat beberapa kasus pelanggan yang tidak merasa puas oleh pelayanan jasa jahit. Artiku Project harus senantiasa menjaga kualitas pelayanan untuk menciptakan kepuasan kepada pelanggan supaya tidak beralih ke jasa pesaingnya. Menurut Tjiptono (2014) Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai harapan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan.

Pada penelitian ini membahas tentang kepuasan konsumen jasa jahit Artiku Project untuk mengukur kualitas pelayanan, harga serta ketepatan waktu jahitan. Menurut Handoko (2010) ketepatan waktu merupakan jangka waktu konsumen memesan produk hingga tiba di tangan konsumen. Estimasi dalam penyelesaian proses jahit menjadi patokan konsumen untuk mengetahui apakah layanan jahit baik atau tidak. Permasalahan tersebut harus diatasi karena berdampak kepada perusahaan akibat dari kualitas layanan yang tidak sesuai apa yang diharapkan oleh pelanggan yang berakibat pengaruh kurang baik terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian fenomena diatas, maka disini tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen Di Artiku Project.**

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Jika suatu pelayanan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Kepuasan yang telah terbentuk dapat mendorong Menurut Ibrahim dan Thawil (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat pelayanan yang diharapkan konsumen untuk melakukan pembelian ulang dan nantikan akan menjadi pelanggan setia.

Terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu harapan pelanggan (*expectation*) dan kinerja perusahaan yang dirasakan pelanggan (*performance*). Kualitas pelayanan perusahaan dianggap baik dan memuaskan jika jasa perusahaan yang diterima melampaui harapan pelanggan, jika jasa perusahaan yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan maka kualitas pelayanan jasa perusahaan dipersepsikan buruk.

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Suwandi, Sularso dan Suroso (2015) ada lima jenis dimensi dalam kualitas pelayanan:

1. Bukti fisik (*Tangibles*) berupa penampilan dan sarana yang dimiliki perusahaan dengan memberi pelayanan terbaik seperti fasilitas gedung, *layout* ruangan, dan penampilan karyawan.
2. Keandalan (*Reliability*), Kemampuan perusahaan memberikan pelayanan secara akurat serta dapat dipercaya sesuai dengan yang dijanjikan.
3. Empati (*Emphaty*), Kemampuan perusahaan memberikan perhatian tulus secara individu kepada pelanggan dengan harapan mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen dan menarik minat untuk menggunakan jasa yang diberikan serta mendengarkan.
4. Daya Tanggap (*Responsiveness*), Pelayanan secara cepat dan tanggap kepada pelanggan dan menolong permasalahan pelanggan.
5. Jaminan (*Assurance*), Kemampuan perusahaan dengan memiliki pengetahuan, kesopanan, dan jaminan seperti keamanan dapat memberikan rasa percaya diri dalam menilai perusahaan tersebut.

Harga

Harga merupakan salah satu unsur pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, harga juga merupakan komponen yang berpengaruh langsung terhadap laba perusahaan. Harga merupakan satuan moneter atau ukuran lainnya (termasuk barang dan jasa lainnya) yang ditukarkan agar memperoleh hak atas pengguna suatu barang atau jasa (Tjiptono, 2000 dalam Aprilian 2013).

Indikator Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2016) terdapat empat indikator yang mencirikan harga yaitu:

1. Keterjangkauan harga. Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan dengan target segmen pasar yang dipilih.
2. Kesesuaian harga dengan kualitas jasa. Penilaian konsumen terhadap besarnya pengorbanan finansial dengan spesifikasi berupa kualitas jasa. Harga yang ditawarkan pada konsumen sesuai dengan kualitas.
3. Daya saing harga. Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata.
4. Kesesuaian harga dengan manfaat. Konsumen akan merasakan puas ketika mereka mendapat manfaat setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan

Ketepatan Waktu

Menurut Handoko (2010) ketepatan waktu merupakan jangka waktu konsumen memesan produk sehingga produk tersebut tiba di tangan konsumen. Estimasi tiba kedatangan biasanya menjadi patokan para konsumen untuk mengetahui apakah layanan antar tersebut baik atau tidak.

Indikator Ketepatan Waktu

Indikator Ketepatan Waktu Menurut Mahendra Arief (2010) indikator ketepatan waktu, adalah:

1. Tepat waktu dalam pemesanan Perusahaan penyedia produk atau jasa harus tepat waktu dalam proses pemesanan yang dilakukan oleh para pembeli
2. Tidak ada keterlambatan pemesanan perusahaan penyedia produk atau jasa berani bertanggung jawab bahwa tidak akan terjadi keterlambatan dalam proses pemesanan
3. Memberikan janji pesanan selesai tepat waktu Perusahaan penyedia produk atau jasa harus memberikan bukti nyata bahwa pesanan akan selesai tepat waktu sesuai dengan perjanjian kerja di awal

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2007), menyatakan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

Menurut Maramis, Sepang dan Soegoto (2018) kepuasan konsumen adalah respon konsumen atau pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan dengan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Pada dasarnya pengertian dari kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dengan kinerja atau hasil yang dirasakan.

Indikator Kepuasan Konsumen

Adapun indikator kepuasan pelanggan (menurut Irawan, 2008), yaitu :

1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya) Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.
2. Selalu membeli produk Yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain Yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.
4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk Yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

PENELITIAN TERDAHULU

Penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Muchtarom et al., (2018) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rere Jaya Jeans Kota Malang”. Metode pengumpulan data pada penelitiannya menggunakan kuesioner dengan sampel sebanyak 75 responden dan metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian oleh Muchtarom et al., secara simultan menunjukkan bahwa pengaruh kualitas pelayanan, harga dan ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara parsial kualitas pelayanan, harga dan ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Penelitian terdahulu oleh Fahmi Majid Attamimi et al., (2020) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen JNE Kota Malang)". Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatori (penelitian kuantitatif) melalui pendekatan kuantitatif. Hasil penelitian oleh Fahmi Majid Attamimi et al., (2020) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, ketepatan waktu berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Penelitian terdahulu oleh Grace Marleen Wariki et al., (2015) dalam penelitiannya yang berjudul "Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Taman Sari Metropolitan Manado". Populasi penelitian berjumlah 218, sampel berjumlah 135 responden. Hasil penelitian menunjukkan bauran promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. Persepsi harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dan negatif terhadap kepuasan konsumen. Sebaiknya pihak manajemen memperhatikan dan meningkatkan bauran promosi perusahaan terhadap keputusan pembelian untuk mempertahankan kepuasan konsumen.

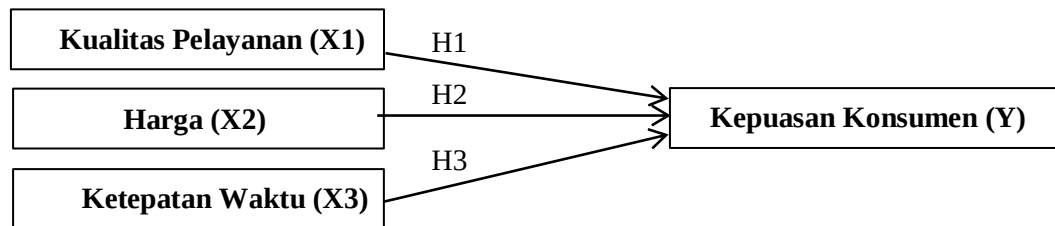
Penelitian terdahulu oleh Siti Maimunah (2019) yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. Populasi penelitian ini adalah seluruh konsumen (Mie Liho Mie Kiro) Kecamatan Driyorejo, Gresik". Sampel sebanyak 100, pengumpulan data menggunakan kuesioner, teknik analisa data menggunakan analisa Structural Equation Modelling menggunakan Amos 16. Hasil penelitian menunjukkan kualitas pelayanan berpengaruh negatif terhadap kepuasan konsumen tetapi dapat mempengaruhi positif terhadap loyalitas konsumen. Variabel persepsi harga dapat mempengaruhi positif terhadap kepuasan konsumen dan dapat berpengaruh negatif terhadap loyalitas konsumen. Variabel cita rasa dapat mempengaruhi positif terhadap kepuasan dan loyalitas konsumen. Variabel kepuasan konsumen dapat mempengaruhi positif terhadap loyalitas konsumen.

Penelitian terdahulu oleh Eko Budiyo (2018) yang berjudul "Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Supermarket Rungkut Surabaya". Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda menggunakan SPSS release 17. Hasil penelitian ini diperoleh persamaan regresi linear berganda $Y = 2,440 + 0,059 X_1 + 0,062 X_2 + 0,336 X_3 + e$. Uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa persepsi harga, diskon harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara simultan.

Penelitian terdahulu oleh Siti Solikha dan Imam Suprpta (2020) yang berjudul "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PT. GO-JEK)". Sampel penelitian ini menggunakan rumus Lemeshow, diperoleh sebanyak 74 responden dan diambil secara area (*cluster*) sampling (sampling menurut daerah). Teknik analisa data menggunakan analisis regresi berganda menggunakan SPSS versi 17.00. Menunjukkan bahwa semua hipotesis dapat diterima, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harga terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima. Terdapat pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima. Harga merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pengguna ojek online PT. GO-JEK.

KERANGKA PEMIKIRAN

Kerangka pemikiran digunakan untuk mempermudah arah dalam mencapai tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Kerangka pemikiran dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Model kerangka berpikir peneliti

HIPOTESIS

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Arianto (2018:83) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Persepsi konsumen tentang Kualitas Pelayanan baik atau tidaknya tergantung kepada kesesuaian atau keinginan yang diperoleh. Dalam layanan penyedia jasa, kualitas pelayanan menjadi tolak ukur kepuasan konsumen. Apabila Kualitas Pelayanan jasa lebih rendah dari yang diharapkan maka konsumen merasa kecewa dan tidak puas. Hal tersebut sesuai dengan penelitian oleh Wayan Widya Suryadharma dan Ketut Nurcahya (2015) yang menunjukkan bahwa kualitas Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang didapatkan adalah:

H1: Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.

2. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Harga akan membuat persepsi konsumen terhadap produk untuk dijadikan standarisasi mutu berdasarkan nilai produk itu sendiri. Maka dari itu sebelum melakukan pembelian, konsumen akan mencari informasi mengenai harga produk yang akan dibeli terlebih dahulu. Hal tersebut sesuai dengan penelitian oleh Susanto Doni Putra, Seno Sumowo, dan Anwar (2017) yang menunjukkan bahwa Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang didapatkan adalah:

H2: Harga berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.

3. Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen

Waktu adalah salah satu kendala utama bagi proses jasa, apabila waktu tidak digunakan dengan efektif maka dapat mengurangi keuntungan. Manajemen waktu yang baik akan membangun kepercayaan konsumen. Hal tersebut sesuai dengan penelitian oleh Fahmi Majid Attamimi (2020) yang menunjukkan bahwa Ketepatan Waktu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan uraian tersebut maka hipotesis yang didapatkan adalah:

H3: Ketepatan Waktu berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan metode kuantitatif. Menurut Sugiyono (2015:8), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sumber data terdiri dari data primer, data primer berupa data yang diperoleh secara langsung dari responden dengan menggunakan kuesioner. Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan jasa jahit Artiku Project di Solo dan sekitarnya yang sudah pernah melakukan transaksi sebanyak 134 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan pendekatan *purposive sampling*. Menghitung sampel dilakukan dengan menggunakan teknik Slovin, dari penelitian ini adalah pelanggan minimal 2 kali menggunakan jasa jahit Artiku Project. Untuk menentukan sampel maka menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:

Keterangan:

n = sampel minimum

N – sampel populasi

e = persentase batas toleransi (margin of error)

$$n: \frac{N}{1 + N(e)^2}$$
$$n: \frac{134}{1 + 134(0,05)^2}$$
$$n: \frac{134}{1 + 0,335}$$
$$n: \frac{134}{1,335}$$
$$n: 100,374$$

Dari perhitungan tersebut maka dibulatkan sebanyak 100 responden sebagai sampel penelitian.

HASIL PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentasi
Perempuan	84	84%
Laki-laki	16	16%
Total	100 orang	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer 2023

Tabel 1 menunjukkan jumlah sampel perempuan sebanyak 84 responden dan laki-laki sebanyak 16 responden.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Jumlah	Persentasi
Sukoharjo	69	69%
Kartasura	11	11%
Karanganyar	4	4%
Surakarta	16	16%
Total	100 orang	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer 2023

Tabel 2 menjelaskan mayoritas responden berdomisili Sukoharjo, dengan total 69 responden dan presentase 69%. Responden lain berdomisili Surakarta 16 responden dengan persentase 16%. 11 responden berdomisili Kartasura dengan persentase 11% dan terakhir 4 responden berdomisili Karanganyar dengan persentase 4%.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentasi
17-21 tahun	16	16%
22-27 tahun	53	53%
28-34 tahun	8	8%
>35 tahun	23	23%
Total	100 orang	100%

Sumber: Pengolahan Data Primer 2023

Tabel 3 menjelaskan mayoritas responden berusia 22-27 tahun sebanyak 53 orang dengan persentase 53%. Kemudian usia >35 tahun sebanyak 23 orang dengan persentase 23%. Usia 17-21 tahun sebanyak 16 orang dengan persentase 16%. Yang terakhir yaitu usia 28-34 tahun sebanyak 8 orang dengan persentase 8%.

Hasil Uji

Uji Validitas

Pada uji validitas digunakan untuk mengukur keakuratan sebuah pernyataan pada kuesioner. Syarat kriteria dikatakan valid apabila $r\text{-hitung} > r\text{-tabel}$.

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Model Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Skor Sig	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	KK 1	0,915	0,2565	0,000	Valid
	KK 2	0,926	0,2565	0,000	Valid
	KK 3	0,903	0,2565	0,000	Valid
	KK 4	0,937	0,2565	0,000	Valid
Kualitas Pelayanan (X1)	KP1	0,726	0,2565	0,000	Valid
	KP2	0,836	0,2565	0,000	Valid
	KP3	0,767	0,2565	0,000	Valid
	KP4	0,844	0,2565	0,000	Valid
	KP5	0,897	0,2565	0,000	Valid
	KP6	0,868	0,2565	0,000	Valid
	KP7	0,868	0,2565	0,000	Valid
	KP8	0,894	0,2565	0,000	Valid
	KP9	0,879	0,2565	0,000	Valid
	KP10	0,861	0,2565	0,000	Valid
	KP11	0,858	0,2565	0,000	Valid
	KP12	0,863	0,2565	0,000	Valid
	KP13	0,882	0,2565	0,000	Valid
	KP14	0,843	0,2565	0,000	Valid
	KP15	0,875	0,2565	0,000	Valid

Harga (X2)	H 1	0,900	0,2565	0,000	Valid
	H 2	0,881	0,2565	0,000	Valid
	H 3	0,850	0,2565	0,000	Valid
	H 4	0,918	0,2565	0,000	Valid
Ketepatan Waktu (X3)	KW 1	0,910	0,2565	0,000	Valid
	KW 2	0,893	0,2565	0,000	Valid
	KW 3	0,875	0,2565	0,000	Valid

Sumber: Pengolahan SPSS Data Primer 2023

Berdasarkan perhitungan menggunakan SPSS dari tabel 4 diatas bahwa setiap variabel dengan nilai sig $0,000 < 0,05$ dan setiap variabel memiliki nilai yang lebih besar dari rtabel yaitu 0,2565. Sehingga dapat disimpulkan bahwa item kuesioner dari setiap variabel kepuasan konsumen (Y), keputusan pembelian (X1), Harga (X2), ketepatan waktu (X3) tersebut adalah valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat dan mengukur suatu konsistensi dari data pernyataan. Dapat dikatakan reliabel apabila angka skor *Cronbach Alpha* > dari batas pengujian statistik 0,60.

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Model Variabel	Instrumen	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kepuasan Konsumen (Y)	0,60	0,846	Reliabel
Kualitas Pelayanan (X1)	0,60	0,790	Reliabel
Harga (X2)	0,60	0,838	Reliabel
Ketepatan Waktu (X3)	0,60	0,861	Reliabel

Sumber: Pengolahan SPSS Data Primer 2023

Berdasarkan pada tabel 5 menyatakan bahwa skor *Cronbach Alpha* pada variabel kepuasan konsumen (Y), kualitas pelayanan (X1), harga (X2), dan ketepatan waktu (X3) memiliki nilai masing masing lebih besar dari syarat pengujian 0,60. Maka hasil pengolahan data yaitu reliabel.

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah uji statistik yang digunakan untuk menguji apakah data yang diamati memiliki distribusi normal atau tidak. Terdapat dua pendekatan uji normalitas yang dapat dilakukan yaitu dengan cara deskriptif dan inferensia. Dalam penelitian ini untuk mendeteksi data tersebut peneliti menggunakan pendekatan deskriptif berupa menghitung koefisien varians.

$$\text{Koefisien Variasi (CV)} = \frac{\text{Standar Deviasi}}{\text{Mean}} \times 100$$

Menurut Norfai (2020) Hasil pengujian dikatakan berdistribusi normal apabila nilai koefisien varians <30%

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

Variabel	Nilai <i>Koefisien Varians</i>
Kualitas Pelayanan (X1)	14,05452521
Harga (X2)	14,30016543
Ketepatan Waktu (X3)	16,1465753
Kpuasan Konsumen (Y)	14,57082544

Sumber: Pengolahan SPSS Data Primer 2023

Berdasarkan data pada tabel 6 menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1), harga (X2), ketepatan waktu (X3) dan kepuasan konsumen (Y) memiliki nilai koefisien varians lebih kecil atau kurang dari 30%. Maka dapat dinyatakan bahwa data berdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolinieritas

Pengujian ini bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi bisa terjadi gejala hubungan korelasi yang tinggi antara suatu variabel bebas tersebut. Maka syarat dan kriteria yang memperlihatkan tidak terjadinya gejala multikolinearitas adalah angka *tolerance* yang besar dari batas uji statistik 0,10 dan skor VIF kurang dari 10,0.

Tabel 7. Hasil Uji Multikolinearitas

Model Variabel	Skor <i>Tolerance</i>	Skor VIF	Penjelasan
Kualitas pelayanan (X1)	0,128	7,817	Tidak Gejala Multikolinearitas
Harga (X2)	0,158	6,315	Tidak Gejala Multikolinearitas
Ketepatan waktu (X3)	0,289	3,454	Tidak Gejala Multikolinearitas
a. Variabel Terikat: Kualitas pelayanan (Y)			

Sumber: Pengolahan SPSS Data Primer 2023

Dari olah data tabel 7 uji multikolinearitas nilai *tolerance* pada variabel kualitas pelayanan (X1) sebesar 0,128 dan nilai VIF sebesar 7,817, kemudian nilai *tolerance* pada variabel harga (X2) sebesar 0,158 dan nilai VIF sebesar 6,318, dan yang terakhir yaitu nilai *tolerance* pada variabel ketepatan waktu (X3) sebesar 0,289 dan nilai VIF sebesar 3,454. Sehingga dapat disimpulkan ketiga variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF kurang dari 10,0.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Syarat agar tidak terjadi heteroskedastisitas dapat dilihat dari tabel uji hasil gletser, dimana skor signifikansi (Sig.) lebih besar dari batas uji statistik 0,050.

Tabel 8. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model Variabel	Skor Sing	Penjelasan
(<i>Constand</i>)	0,000	
Kualitas Pelayanan (X1)	0,149	Tidak Gejala Heteroskedastisitas
Harga (X2)	0,546	Tidak Gejala Heteroskedastisitas
Ketepatan Waktu (X3)	0,964	Tidak Gejala Heteroskedastisitas
a. Variabel Terikat: ABS_RES 1		

Sumber: Pengolahan SPSS Data Primer 2023

Berdasarkan data pada tabel 8 bahwa nilai variabel kualitas pelayanan (X1) $0,149 > 0,050$, variabel harga (X2) $0,546 > 0,050$, dan variabel ketepatan waktu (X3) $0,964 > 0,050$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap variabel tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tujuan dilakukannya uji analisis regresi linier berganda yaitu untuk mengetahui suatu persamaan hubungan faktor variabel terikat (Y) dan faktor variabel bebas (X). Konsep persamaan dalam regresi berganda ialah $Y=a+b_1X_1+b_2X_2+b_3X_3+e$ yang dilihat dari kolom tabel B (*Unstandardized Coefficients*).

Tabel 9. Hasil Analisis Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,102	,183		,555	,580
¹ Kualitas Pelayanan (X1)	,221	,008	,769	27,004	,000
Harga (X2)	,299	,025	,304	11,876	,000
Ketepatan Waktu (X3)	-,086	,023	-,072	-3,777	,000

Sumber: Pengolahan SPSS Data Primer 2023

Hasil analisis regresi linier berganda pada tabel 9 memiliki konsep persamaan yaitu $Y=0,102+0,221X_1+0,299X_2+(-0,86)X_3+e$ maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut.

- Nilai konstanta dalam uji linier berganda adalah 0,102, artinya faktor variabel kualitas pelayanan (X1), harga (X2), ketepatan waktu (X3) memiliki nilai sama dengan 0, maka besarnya kepuasan konsumen yaitu 0,102.
- Pada kolom beta (B) X1 dalam koefisien uji regresi variabel kualitas pelayanan (X1) adalah positif 0,221. Menunjukkan bahwa saat variabel kualitas pelayanan (X1) meningkat, maka variabel kepuasan konsumen (Y) juga akan meningkat. Artinya kualitas pelayanan (X1) dapat mempengaruhi kepuasan konsumen (Y).
- Pada kolom beta (B) X2 dalam koefisien uji regresi variabel harga (X2) adalah positif 0,299. Menunjukkan bahwa saat variabel harga (X2) meningkat, maka variabel kepuasan konsumen (Y) juga akan meningkat. Artinya harga (X2) dapat mempengaruhi kepuasan konsumen (Y).
- Pada kolom beta (B) X3 dalam koefisien uji regresi variabel ketepatan waktu (X3) adalah negatif -0,086. Menunjukkan bahwa saat variabel ketepatan waktu (X3) menurun, maka variabel kepuasan konsumen (Y) juga akan meningkat. Artinya ketepatan waktu (X3) dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

Uji Hipotesis

Uji Parameter Individual (Uji t Atau Parsial)

Pengujian ini dilakukan agar dapat melihat serta mengetahui berapa besar pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X1), harga (X2), dan ketepatan waktu (X3) yang dilakukan pengujian secara terpisah terhadap variabel kepuasan konsumen (Y). Konsep kriteria acuan untuk melihat hasil uji t dilandaskan skor signifikansinya kurang dari 0,050 dan nilai t hitung cukup besar dari tabel, sehingga dapat dinyatakan berpengaruh.

Tabel 10. Hasil Uji t Atau Parsial

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,102	,183		,555	,580
Kualitas Pelayanan (X1)	,221	,008	,769	27,004	,000
Harga (X2)	,299	,025	,304	11,876	,000
Ketepatan Waktu (X3)	-,086	,023	-,072	-3,777	,000

Sumber: Pengolahan SPSS Data Primer 2023

Berdasarkan hasil olah data pada tabel di atas dengan uji parsial dapat disimpulkan:

1. Uji hipotesis yang pertama (H1) pada variabel kualitas pelayanan (X1) memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($27,004 > 1,661$) dan taraf nilai $sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Kesimpulannya adalah variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).
2. Uji hipotesis yang kedua (H2) pada variabel harga (X2) memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($11,876 > 1,661$) dan taraf nilai $sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Kesimpulannya adalah variabel harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).
3. Uji hipotesis yang ketiga (H3) pada variabel ketepatan waktu (X3) memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($-3,777 < 1,661$) dan taraf $sig < 0,05$ ($0,000 < 0,05$). Kesimpulannya adalah variabel ketepatan waktu (X3) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen.

Uji Determinasi Adjusted (R^2)

Tujuan dilakukan uji R^2 yaitu untuk mengetahui jumlah persen variabel bebas yang telah dipilih peneliti dapat berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil dalam kolom *Adjusted R Square* dipilih karena lebih bisa memberikan hasil yang konkrit.

Tabel 11. Hasil Koefisien Deterinasi Adjusted (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,949 ^a	,901	,898	,829	2,297

Sumber: Pengolahan SPSS Data Primer 2023

Berdasarkan tabel 11 dapat dilihat dari kolom *Adjusted R Square* berjumlah 0,898 sama dengan 89,8%. Maka dapat diinterpretasikan nilai presentase sebesar 89,8% kepuasan konsumen (Y) pada jasa jahit Artiku Project dapat dipengaruhi oleh faktor variabel terpilih meliputi kualitas pelayanan (X1), harga (X2), dan ketepatan waktu (X3), maka presentase sebesar 11,1% dipengaruhi diluar variabel pada penelitian ini.

SIMPULAN PENJELASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan (X1) terhadap kepuasan konsumen (Y) jasa jahit Artiku Project berpengaruh signifikan dan hasil dugaan H1 telah diterima. Dalam riset ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden setuju dengan cara pelayanan yang diberikan oleh rumah jahit Artiku Project melalui kualitas pelayanan yang baik, dapat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) yang telah didukung oleh Syaiful Anam (2022) dan Fahmi Majid Attamimi (2020).

Pengaruh Harga (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial harga (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y) jasa jahit Artiku Project berpengaruh signifikan dan hasil dugaan H2 telah diterima. Dimana para konsumen akan lebih memilih keterjangkauan harga dengan kualitas yang baik untuk kebutuhan mereka, maka dari itu rumah jahit Artiku Project memberikan harga yang terjangkau bagi seluruh kalangan.

Hasil penelitian harga (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) yang telah didukung Muchtarom et al.,(2022) dan Fahmi Majid Attamimi et al., (2020).

Pengaruh Ketepatan Waktu (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

Berdasarkan hasil dari penelitian ini, maka dapat disimpulkan bahwa secara parsial ketepatan waktu (X3) terhadap kepuasan konsumen (Y) jasa jahit Artiku Project berpengaruh signifikan dan hasil dugaan H3 telah diterima. Dapat diartikan ketepatan waktu dalam pengerjaan dan membuat kesepakatan sesuai prosedur berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ketepatan waktu (X3) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y) yang telah didukung Muchtarom et al., (2022) dan Fahmi Majid Attamimi et al., (2020).

SARAN

Saran yang diberikan oleh peneliti kepada Artiku Project agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan dengan tujuan menciptakan kepuasan konsumen, supaya mereka tidak sungkan untuk memberikan rekomendasi informasi jasa jahit kepada orang lain. Hal yang perlu ditingkatkan dalam kualitas pelayanan salah satunya dalam segi transaksi yaitu dapat menggunakan cara pembayaran non tunai dengan metode digital, dengan demikian sangat mempermudah konsumen dalam melakukan pembayaran. Tak luput ketepatan waktu dalam membuat janji kepada konsumen sering kali mengalami keterlambatan, peningkatan ketepatan waktu dapat dilakukan upaya membuat manajemen waktu yang baik. Melakukan pembukuan bagi konsumen yang ingin menggunakan jasa jahit Artiku Project, semakin meningkatnya kepuasan konsumen juga akan menimbulkan citra baik bagi perusahaan. Peneliti mengharapkan dalam pembagian kuesioner, jawaban yang diberikan oleh responden adalah kondisi sebenarnya. Sehingga dapat memberikan masukan bagi perusahaan agar lebih baik lagi dalam memenuhi kepuasan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Gofur. 2019. "1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap." *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT* 4 (1): 37–44.
- Anggriana, Rina, Nurul Qomariah, and Budi Santoso. 2017. "137 Pengaruh Harga.. ... Anggriana, Dkk. e-ISSN:2541-2566 p-ISSN:2088-916X" 7 (2): 137–56.
- Ardila, Lia, and Bambang Irawan. 2022. "Pengaruh Harga, Ketepatan Waktu Dan Kualitas Pelayanan Kepuasan Pengguna Jasa Ekspedisi J&T Express Di Subang." *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol 3 (4) (Available online at: <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JAMBIS>): 480–93.
- Attamimi, Fahmi Majid, M. Hufon, and Fahrurrozi Rahman. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Konsumen JNE Kota Malang)." *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, no. 2010: 27–39.
- Budiyanto, Eko. 2018. "Pengaruh Persepsi Harga, Diskon Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Supermarket Rungkut Surabaya." *Ekonomi* 03 (01): 36–46.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2016. *Principles Of Marketing Sixteenth Edition Global Edition England*. Pearson Education Limited.
- Kotler, Philip., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., dan Leong, S. M. (2018). *Marketing Management: An Asian Perspective*. Harlow: Pearson.
- Maimunah, Siti. 2020. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen." *IQTISHADEquity Jurnal MANAJEMEN* 1 (2): 57–68. <https://doi.org/10.51804/iej.v1i2.542>.
- Muchtarom, M.A., A. Widarko, and A.R. Slamet. 2018. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rere Jaya Jeans Kota Malang." *Riset Manajemen*, no. 2018: 101–13. http://www.academia.edu/download/38127186/Review_Jurnal_Impact_of_CRM_Factors_on_Customer_Satisfaction_and_Loyalty.docx.
- Prasetio, Ari. 2012. "Management Analysis Journal Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan." *Management Analysis Journal* 1 (4): 1–8. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/maj>.
- Prasetyo, Muslih Dwi, Susanto Susanto, and Bernadetta Diansepti Maharani. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen." *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan* 9 (1): 23–32. <https://doi.org/10.37641/jimkes.v9i1.427>.
- Putra, Susanto Doni. 2017. "(Studi Pada Usaha Rumahan Kerupuk Ikan Super Besuki Situbondo) PENDAHULUAN Perkembangan Bisnis Di Era Abad Ke-21 Telah Berkembang Sangat Pesat Dan Mengalami Metamorfosis Yang Berkesinambungan . Dimana Salah Satu Contoh Perubahan Tersebut Yaitu Dalam Hal" 3 (1): 99–117.
- Putri, Yulia Larasati, and Hardi Utomo. 2017. "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Persepsi Pada Pelanggan Dian Comp Ambarawa)." *Among Makarti* 10 (1): 70–90. <https://doi.org/10.52353/ama.v10i1.147>.
- Solikha, Siti, and Imam Suprpta. 2020. "PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (Studi Kasus Pada PT. GO-JEK)." *Jurnal Ekobis : Ekonomi Bisnis & Manajemen* 10 (1): 67–81. <https://doi.org/10.37932/j.e.v10i1.91>.

- Tania, Raymond. 2021. "2939-Article Text-12757-1-10-20210615." *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Ekspedisi Lion Parcel Di Batam* 3 (2).
- Wariki, Grace, Lisbeth Mananeke, and Hendra Tawas. 2015. "Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado." *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi* 3 (2): 1073–85. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i2.9286>.