

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI KONVEKSI ARIA KAOS KOTA GORONTALO

Fitriyanti Umar¹, Zainal Abidin Umar², Andi Juanna³

Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia¹

Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia²

Universitas Negeri Gorontalo, Gorontalo, Indonesia³

E-mail : fitriyanti_s1manajemen@mahasiswa.ung.ac.id¹

Abstract: This study aims to investigate the impact of product quality and service quality on customer satisfaction at Aria Kaos Garment in Gorontalo City, both individually and collectively. A quantitative study approach was employed, with data collected through questionnaires. The sample size consisted of 100 respondents. Data analysis utilized inferential quantitative analysis through multiple regression. The findings indicate that (1) product quality positively and significantly impacts customer satisfaction at Aria Kaos Garment, with a partial coefficient of determination of 32.00%. This positive coefficient suggests that product quality that meets customer expectations enhances customer satisfaction at Aria Kaos. (2) Service quality also positively and significantly impacts customer satisfaction, with a partial coefficient of determination of 48.30%. This indicates that higher quality service the tailor and owner provides correlates with increased customer satisfaction at Aria Kaos. (3) Together, product quality and service quality have a positive and significant combined impact on customer satisfaction, with a coefficient of determination of 80.30%. The remaining 19.70% can be attributed to other unexamined variables, such as customer perceptions, psychological factors, promotional alignment, product pricing, and peer evaluations of the products used. Thus, it can be concluded that customer satisfaction at Aria Kaos Garment will increase with product and service quality improvements.

Keywords: Satisfaction; Customer; Quality; Product; Service

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo secara parsial maupun simultan. Pendekatan dalam penelitian ini yakni kuantitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kuesioner. Adapun jumlah sampel sebanyak 100 orang. Analisis data dalam penelitian ini yakni analisis kuantitatif inferensial regresi berganda. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo dengan koefisien determinasi parsial sebesar 32,00%. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa kualitas produk yang sesuai ekspektasi dari pelanggan akan memberikan dampak yang baik dalam peningkatan kepuasan pelanggan Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo. (2) kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo dengan koefisien determinasi parsial sebesar 48,30%. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh penjahit dan pemiliknya maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan dari Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo. (3) kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo dengan koefisien determinasi sebesar 80,30%. Sedangkan sisanya sebesar 19,70% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti persepsi dan psikologi pelanggan, kesesuaian promosi, harga jual produk dan persepsi (pujian) orang lain atas produk yang digunakan pelanggan. Sehingga dapat dikatakan bahwa pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo akan semakin puas dengan adanya optimalisasi pada produk yang berkualitas dan pelayanan berkualitas.

Kata Kunci: Kepuasan; Pelanggan; Kualitas; Produk; Pelayanan

PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau tidak senangnya pelanggan dari suatu jasa atau hasil yang diterima dengan yang diharapkan. (Putri et al., 2021). Peneliti dalam hal ini, memilih Konveksi Aria Kaos sebagai objek penelitian, yang berlokasi strategis karena berada

diantara beberapa pusat, lebih tepatnya Konveksi ini berlokasi di Jln. Beringin, Tomolobutao Kec. Duingingi, Kota Gorontalo. Konveksi ini juga memiliki desain bangunan yang minimalis dan tata ruang yang rapi serta parkir yang berada di depan Konveksi tersebut. Konveksi Aria kaos mulai beroperasi pada pukul 08.00 wita hingga pukul 23.00 wita. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan pemilik Konveksi Aria kaos bahwasanya Konveksi Aria kaos memiliki beberapa produk yang ditawarkan dan terdapat pula berbagai pilihan yang tersedia.

Pengelolaan Konveksi ini memiliki tujuan yang mengarah pada puasanya pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan, dimana akan menciptakan pelanggan dengan persepsi baik untuk menjadi pelanggan yang berkelanjutan atau yang disebut dengan loyalitas pelanggan. Pengukuran terhadap kualitas pelayanan tidak hanya untuk menentukan pelayanan yang akan diterima oleh pelanggan baik atau tidak, namun dilakukannya pengukuran harus dapat mengidentifikasi apa yang sedang dibutuhkan dan diinginkan oleh pelanggan Konveksi tersebut, sehingga tercipta kepuasan pelanggan. Tingkat mutu pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang perusahaan saja, tetapi juga harus dipandang dari penilaian pelanggan yang menikmati pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut.

Tingkat penjualan tertinggi selama 12 bulan terakhir terjadi 2 kali penurunan pembelian yaitu pada bulan Mei dan Agustus yaitu sebanyak 2.000 produk. Kemudian penjualan tertinggi kedua yaitu pada bulan september dengan jumlah penjualan sebesar 1.800 produk. Terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi peningkatan maupun penurunan jumlah penjualan yaitu tingkat kepuasan pelanggan dan meningkatnya persaingan yang membuat usaha ini tidak dapat memenuhi target yang ingin dicapai (Khuriyati, 2013). Hal tersebut menjadi salah satu fokus yang sangat penting bagi usaha Konveksi Aria kaos dalam meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan sehingga dapat bersaing dengan kompetitor lainnya. Salah satu cara yang dapat dilakukan dalam menghadapi persaingan yang ketat dengan usaha Konveksi lainnya adalah dengan menjaga kualitas produk yang dihasilkan. Selain dipengaruhi faktor lain, kualitas produk dan kualitas pelayanan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pembelian suatu produk. Dengan memiliki kualitas produk yang baik maka hal tersebut dapat menciptakan kepuasan pelanggan terhadap produk.

Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Konveksi Aria. Maka dari itu penulis melakukan penelitian dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Konveksi Aria Kaos".

METODE PENELITIAN

Peneliti melaksanakan penelitian yang berlokasi di Jln. Beringin, Tomolobutao Kec. Duingingi, Kota Gorontalo. Penelitian dilakukan selama 4 bulan. Pendekatan dalam penelitian ini yakni kuantitatif. Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan kuesioner. Adapun jumlah sampel sebanyak 100 orang. Analisis data dalam penelitian ini yakni analisis kuantitatif inferensial regresi berganda.

HASIL PENELITIAN

Deskriptif Variabel

Variabel kualitas produk (X₁)

Hasil jawaban responden untuk mengetahui bagaimana persepsi responden untuk variabel kualitas produk dapat disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 1. Analisis Jawaban Responden variabel kualitas produk (X₁)

No	Skor Pernyataan			Skor Indikator	Kriteria	
	Aktual	Ideal	%		Pernyataan	Indikator
X1-1	442	500	88.40%	89.10%	Baik	Baik
X1-2	449	500	89.80%		Baik	
X1-3	459	500	91.80%	90.20%	Baik	Baik
X1-4	443	500	88.60%	89.80%	Baik	Baik
X1-5	448	500	89.60%		Baik	
X1-6	450	500	90.00%	89.00%	Baik	Baik
X1-7	444	500	88.80%		Baik	
X1-8	446	500	89.20%		Baik	

X1-9	450	500	90.00%	90.30%	Baik	Baik
X1-10	453	500	90.60%		Baik	
X1-11	443	500	88.60%	88.50%	Baik	Baik
X1-12	442	500	88.40%		Baik	
Total	5,369	6,000	89.48%	Baik		

Sumber: Data Olahan, 2024

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk terletak pada kriteria yang baik (berkualitas) dengan skor 89,48%.

Variabel kualitas pelayanan (X2)

Jawaban responden untuk mengetahui bagaimana persepsi responden untuk variabel kualitas pelayanan dapat disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 2. Analisis Jawaban Responden variabel kualitas pelayanan (X₂)

No	Skor Pernyataan			Skor Indikator	Kriteria	
	Aktual	Ideal	%		Pernyataan	Indikator
X2-1	440	500	88.00%	88.10%	Baik	Baik
X2-2	441	500	88.20%		Baik	
X2-3	446	500	89.20%	89.93%	Baik	Baik
X2-4	455	500	91.00%		Baik	
X2-5	448	500	89.60%		Baik	
X2-6	448	500	89.60%	89.20%	Baik	Baik
X2-7	444	500	88.80%		Baik	
X2-8	455	500	91.00%	91.10%	Baik	Baik
X2-9	456	500	91.20%		Baik	
X2-10	438	500	87.60%	88.80%	Baik	Baik
X2-11	449	500	89.80%		Baik	
X2-12	445	500	89.00%		Baik	
Total	5,365	6,000	89.42%	Baik		

Sumber: Data Olahan, 2024

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan terletak pada kriteria yang baik (berkualitas) dengan skor sebesar 89,42%.

Variabel kepuasan pelanggan (Y)

Jawaban responden untuk mengetahui bagaimana persepsi responden untuk setiap variabel kepuasan pelanggan. Hal ini dapat disajikan dalam tabel berikut ini:

Tabel 3. Analisis Jawaban Responden variabel kepuasan pelanggan

No	Skor Pernyataan			Skor Indikator	Kriteria	
	Aktual	Ideal	%		Pernyataan	Indikator
Y-1	437	500	87.40%	88.60%	Puas	Puas
Y-2	449	500	89.80%		Puas	
Y-3	444	500	88.80%	89.40%	Puas	Puas
Y-4	450	500	90.00%		Puas	
Y-5	449	500	89.80%	90.40%	Puas	Puas
Y-6	455	500	91.00%		Puas	

Y-7	446	500	89.20%	89.20%	Puas	Puas
Y-8	452	500	90.40%	89.80%	Puas	Puas
Y-9	446	500	89.20%		Puas	
Y-10	447	500	89.40%	89.50%	Puas	Puas
Y-11	448	500	89.60%		Puas	
Y-12	445	500	89.00%	89.40%	Puas	Puas
Y-13	449	500	89.80%		Puas	
Total	5,817	6,500	89.49%	Puas		

Sumber: Data Olahan, 2024

Berdasarkan tabel di atas maka dapat diketahui bahwa variabel kepuasan pelanggan terletak pada kriteria yang puas dengan skor 89,49%.

Penaksiran Model Regresi

Hasil analisis dengan bantuan program SPSS ditampilkan pada tabel 4.10 sebagai berikut:

Tabel 4 Hasil Analisis Regresi

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.499	2.023		2.224	.028
	Kualitas Produk	.392	.123	.368	3.195	.002
	Kualitas Pelayanan	.581	.122	.546	4.749	.000

Sumber: Data olahan SPSS 21, 2024

Berdasarkan hasil analisis di atas, model regresi linear sederhana yang bangun adalah:

$$\hat{Y} = 4,499 + 0,392X_1 + 0,581X_2 + e$$

Berdasarkan model persamaan regresi di atas, dapat diinterpretasikan Nilai konstanta merupakan nilai tetap yang berarti bahwa apabila tidak terdapat pengaruh dari kualitas produk dan kualitas pelayanan, maka kepuasan pelanggan bernilai konstan yakni sebesar 4,499 satuan. Sementara itu, nilai Koefisien Regresi Variabel X_1 (Kualitas produk) sebesar 0,392, menunjukkan setiap perubahan variabel kualitas produk sebesar 1 satuan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo sebesar 0,392 kali satuan. Dengan asumsi variabel kualitas pelayanan nilai yang konstan atau *ceteris paribus*. Kemudian nilai Koefisien Regresi Variabel X_2 (Kualitas pelayanan) sebesar 0,581, menunjukkan setiap perubahan variabel kualitas pelayanan sebesar 1 satuan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo sebesar 0,581 kali satuan. Dengan asumsi variabel kualitas produk nilai yang konstan atau *ceteris paribus*.

Pengujian Hipotesis

Pengujian Hipotesis Parsial

Adapun hasil Pengujian hipotesis dengan bantuan program SPSS 21 dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 5 berikut:

Tabel 5. Hasil Uji Parsial

No	Variabel	t _{tabel}	t _{hitung}	P-Value
0	Constant		2.224	0.028
1	Kualitas produk	2,627	3.195	0.002

2	Kualitas pelayanan	2,627	4.749	0.000
^{ns} Not Signifikan *Significant at the 0.1 level (2-tailed) ** Significant at the 0.05 level (2-tailed) ***Significant at the 0.01 level (2-tailed)				

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2024

Hasil pengujian pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo adalah sebagai berikut:

Pengaruh kualitas produk Terhadap kepuasan pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo

Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas produk diperoleh sebesar 3,195 sedangkan nilai t_{tabel} pada tingkat signfikansi 5% dan derajat bebas $n-k-1$ atau $100-2-1=97$ sebesar 2,627. Jika kedua nilai t tersebut dibandingkan maka nilai t_{hitung} masih lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($3,195 > 2,627$). Kemudian nilai signifikansi nilai t_{hitung} sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 ($0,002 < 0,05$). Maka dari itu disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo.

Pengaruh kualitas pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo

Hasil analisis diatas menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh sebesar 4,749 sedangkan nilai t_{tabel} pada tingkat signfikansi 5% dan derajat bebas $n-k-1$ atau $100-2-1=97$ sebesar 2,627. Jika kedua nilai t tersebut dibandingkan maka nilai t_{hitung} masih lebih besar dibandingkan dengan nilai t_{tabel} ($4,749 > 2,627$). Kemudian nilai signifikansi nilai t_{hitung} sebesar 0,000 lebih kecil dari nilai alpha 0,05 ($0,000 < 0,05$). Maka dari itu disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo.

Pengujian Hipotesis Simultan

Adapun hasil Pengujian simultan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 6 berikut:

Tabel 6. Hasil Pengujian Simultan

	Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6114.825	2	3057.413	197.796	.000 ^b
	Residual	1499.371	97	15.457		
	Total	7614.196	99			

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2024

Berdasarkan tabel di atas didapat nilai F_{hitung} penelitian ini sebesar 68,402. Sementara itu nilai F_{tabel} pada tingkat signifikansi 5% dan df_1 sebesar $k = 2$ dan df_2 sebesar $N-k-1=100-2-1=97$ adalah sebesar 4,831. Jika kedua nilai F ini dibandingkan, maka nilai F_{hitung} yang diperoleh jauh lebih besar F_{tabel} sehingga kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo.

Koefisien Determinasi

Besarnya koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4.13 berikut:

Tabel 7 Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.896 ^a	.803	.799	3.93159

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2024

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi pada tabel di atas maka dapat dilihat bahwa pengujian besar pengaruh (kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat) menggunakan nilai *R Square*, sebesar 0,803. Nilai ini menunjukkan bahwa sebesar 80,30% variabilitas kepuasan pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 19,70% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti persepsi dan psikologi pelanggan, kesesuaian promosi, harga jual produk dan persepsi (pujian) orang lain atas produk yang digunakan pelanggan.

Selanjutnya dilakukan pengujian koefisien parsial. Hasil pengujian untuk koefisien determinasi parsial dijabarkan dalam tabel berikut ini:

Tabel 8 Koefisien Determinasi Parsial

Model	Standardized Coefficient (β)	Korelasi (r)	Determinasi	
			$\beta * r$	%
Kualitas produk	0.368	0.870	0.320	32,00%
Kualitas pelayanan	0.546	0.885	0.483	48,30%
Total			0,803	80,30%

Sumber: Data Olahan SPSS 21, 2024

Berdasarkan hasil analisis koefisien determinasi di atas maka dapat dijelaskan untuk pengaruh dari masing-masing variabel berikut ini:

- 1) Kualitas produk
Berdasarkan perhitungan di atas, maka nilai koefisien determinasi yang hasilnya sebesar 0,320. Sehingga sebesar 32,00% kemampuan dari variabel kualitas produk dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo.
- 2) Kualitas pelayanan
Berdasarkan perhitungan di atas, maka nilai koefisien determinasi yang hasilnya sebesar 0,483. Sehingga sebesar 48,30% kemampuan dari variabel kualitas pelayanan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo.

PEMBAHASAN

Pengaruh kualitas produk Terhadap kepuasan pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo

Hasil pengujian statistik deskriptif melalui analisis jawaban responden ditemukan bahwa variabel kualitas produk terletak pada kriteria yang baik (berkualitas) dengan skor 89,48%. Hal ini menunjukkan bahwa Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo mampu untuk memproduksi atau menjahit produk yang terjamin kualitasnya, dimana konveksi Aria Kaos secara selektif memilih bahan baku yang digunakan, mulai dari kain, benang, hingga aksesoris. Setiap bahan diuji dan dipastikan memenuhi standar kualitas yang tinggi. Hal ini bertujuan untuk menghasilkan produk yang nyaman dipakai, tahan lama, dan tidak mudah rusak. Kemudian Konveksi Aria Kaos menerapkan sistem kontrol kualitas yang ketat di setiap tahap produksi. Mulai dari pemotongan kain, penjahitan, sablon, hingga finishing, semua proses diawasi dengan cermat untuk memastikan kesesuaian dengan standar yang telah ditetapkan.

Maramis (2018:18) kualitas produk adalah "kemampuan sebuah produk dalam memperagakan fungsinya, hal ini tersebut termasuk keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan reparasi produk juga atribut produk lainnya. Kualitas produk merujuk pada semua karakteristik, sifat, atribut, dan kemampuan produk yang mampu memuaskan dan

memenuhi kebutuhan serta memberikan manfaat kepada konsumen. Hal ini mencakup semua aspek dan komponen produk yang membuatnya dapat diandalkan, dinikmati, dipertahankan, dan memberikan pengalaman positif kepada konsumen, sesuai dengan Heryenzus & Sitorus (2019). Kualitas produk adalah faktor kunci yang berpengaruh dalam keputusan konsumen ketika kemudian mempertimbangkan pembelian produk. Semakin tinggi kualitas produk, semakin besar daya tariknya bagi konsumen untuk membeli produk tersebut karena merasa puas dengan pembelian sebelumnya (Ernawati, 2019).

Hasil pengujian regresi untuk hipotesis pertama ditemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo dengan koefisien determinasi parsial sebesar 32,00%. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa kualitas produk yang sesuai ekspektasi dari pelanggan akan memberikan dampak yang baik dalam peningkatan kepuasan pelanggan Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo. Ketika produk yang dihasilkan oleh Konveksi Aria Kaos mampu memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi pelanggan, hal ini akan memberikan pengalaman positif kepada pelanggan. Pengalaman positif ini kemudian berkontribusi langsung pada peningkatan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah ukuran seberapa senang atau puas seseorang terhadap produk atau layanan yang diterimanya.

(Juanna & Hakri Bokingo, 2020) Semakin tinggi kepuasan karyawan, maka semakin baik pula pelayanan yang diberikan. Hal ini akan berdampak pada kepuasan pelanggan, loyalitas pelanggan, dan kinerja organisasi. Kepuasan ini sangat penting karena memiliki berbagai dampak positif. Pelanggan yang puas cenderung menjadi pelanggan loyal yang terus melakukan pembelian ulang. Pelanggan juga lebih mungkin untuk merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain, yang bisa meningkatkan jumlah pelanggan baru melalui pemasaran dari mulut ke mulut. Selain itu, kepuasan pelanggan yang tinggi sering kali mengurangi jumlah keluhan dan pengembalian produk, yang pada akhirnya bisa menghemat biaya dan meningkatkan efisiensi operasional. Dalam dunia bisnis yang kompetitif, menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan adalah kunci keberhasilan jangka panjang. Konveksi Aria Kaos di Kota Gorontalo, dengan berfokus pada penyediaan produk yang berkualitas dan sesuai dengan ekspektasi pelanggan, berupaya untuk menciptakan hubungan yang positif dan berkelanjutan dengan pelanggan. Hal ini tidak hanya membantu dalam mempertahankan pangsa pasar yang ada tetapi juga membuka peluang untuk ekspansi di masa depan. Kualitas produk yang sesuai dengan ekspektasi pelanggan merupakan elemen kunci dalam strategi bisnis yang berfokus pada kepuasan pelanggan. Melalui komitmen terhadap kualitas, Konveksi Aria Kaos dapat membangun reputasi yang kuat dan mendapatkan kepercayaan dari pelanggannya, yang pada gilirannya akan mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis Konveksi Aria Kaos di Kota Gorontalo.

Hasil ini sejalan dengan pernyataan dari Rostiani et al., (2022) bahwa kualitas produk memainkan peran vital dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Kualitas produk yang tinggi biasanya diindikasikan oleh berbagai atribut seperti keandalan, daya tahan, estetika, dan kesesuaian dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Pelanggan yang membeli produk dengan kualitas tinggi akan merasa bahwa pelanggan mendapatkan nilai yang sesuai dengan uang yang telah pelanggan keluarkan, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan. Perusahaan yang konsisten menawarkan produk berkualitas tinggi akan membangun reputasi yang baik, yang selanjutnya memperkuat kepercayaan pelanggan dan meningkatkan loyalitas. Oleh karena itu, memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan adalah strategi kunci untuk mencapai dan mempertahankan kepuasan pelanggan.

Pengaruh kualitas pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo

Hasil pengujian statistik deskriptif melalui analisis jawaban responden ditemukan bahwa variabel kualitas pelayanan terletak pada kriteria yang baik (berkualitas) dengan skor sebesar 89,42%. Hal ini menunjukkan bahwa Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo tidak hanya unggul dalam kualitas produknya, tetapi juga pelayanannya yang prima. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya pelanggan yang setia dan memberikan ulasan positif. Kualitas pelayanan Konveksi Aria Kaos tidak datang secara tiba-tiba, melainkan hasil dari komitmen dan kerja keras untuk memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggan. Kualitas pelayanan Konveksi Aria Kaos yang baik merupakan hasil dari komitmen untuk memberikan pengalaman terbaik bagi pelanggan. Dengan pelayanan yang ramah, komunikasi yang terbuka, proses pemesanan yang mudah, pengiriman yang tepat waktu, dan garansi, Konveksi Aria Kaos membangun kepercayaan dan kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan terus kembali dan merekomendasikan Konveksi Aria Kaos kepada orang lain.

Hasil pengujian regresi untuk hipotesis kedua ditemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh

positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo dengan koefisien determinasi parsial sebesar 48,30%. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh penjahit dan pemiliknya maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan dari Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo. Pelayanan yang berkualitas juga melibatkan keterampilan teknis penjahit dalam menghasilkan produk yang sesuai dengan spesifikasi yang diinginkan pelanggan. Misalnya, keakuratan dalam mengukur, ketepatan dalam menjahit, serta kesesuaian hasil akhir dengan desain yang disepakati. Selain itu, keramahan, kesopanan, dan profesionalisme dalam berinteraksi dengan pelanggan juga sangat berpengaruh terhadap persepsi kualitas pelayanan.

Ketika pelayanan yang diberikan berkualitas, pelanggan akan merasa dihargai dan diprioritaskan. Hal ini meningkatkan rasa percaya dan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah indikator penting yang menunjukkan seberapa baik sebuah perusahaan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kepuasan yang tinggi sering kali berujung pada loyalitas pelanggan, di mana pelanggan cenderung kembali untuk melakukan pembelian ulang di masa mendatang. Lebih jauh, pelanggan yang puas biasanya akan merekomendasikan Konveksi Aria Kaos kepada orang lain, yang bisa mendatangkan pelanggan baru melalui rekomendasi mulut ke mulut. Hal ini merupakan bentuk pemasaran yang sangat efektif dan berbiaya rendah. Sebaliknya, jika pelayanan tidak memuaskan, pelanggan bisa saja beralih ke pesaing dan menyebarkan ulasan negatif yang dapat merusak reputasi bisnis.

Taan (2020) mengatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan metode untuk menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan sehingga kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas langganannya yang pelanggan terima atau peroleh. Dalam dunia bisnis konveksi yang kompetitif, menjaga kualitas pelayanan adalah strategi yang sangat penting. Dengan memastikan bahwa setiap pelanggan mendapatkan layanan terbaik, baik dari sisi teknis maupun interpersonal, Konveksi Aria Kaos dapat membangun hubungan jangka panjang yang saling menguntungkan dengan pelanggannya. Pelayanan berkualitas tidak hanya meningkatkan kepuasan tetapi juga membentuk citra positif perusahaan di mata publik. Pelayanan yang berkualitas adalah fondasi penting bagi keberhasilan dan pertumbuhan bisnis Konveksi Aria Kaos di Kota Gorontalo. Dengan fokus pada pelayanan yang unggul, pelanggan tidak hanya dapat mempertahankan pelanggan yang ada tetapi juga menarik pelanggan baru, sehingga menciptakan siklus positif yang mendukung keberlanjutan dan ekspansi bisnis.

Hasil ini sesuai dengan pernyataan dari Laksana & Hirawati (2022) bahwa pelayanan yang baik mencakup berbagai aspek, seperti kecepatan, keramahan, pengetahuan, dan kemampuan staf untuk memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Ketika pelanggan merasa dihargai dan dilayani dengan baik, pelanggan cenderung merasa puas dengan pengalaman pelanggan. Pelanggan mengharapkan standar pelayanan yang sama setiap kali pelanggan berinteraksi dengan perusahaan. Ketika perusahaan mampu memberikan pelayanan yang konsisten, pelanggan akan merasa lebih percaya dan nyaman, yang meningkatkan loyalitas pelanggan. Investasi dalam pelatihan staf dan pengembangan sistem pelayanan yang efisien adalah langkah penting untuk memastikan kualitas pelayanan yang tinggi. Dengan demikian, perusahaan dapat memenuhi harapan pelanggan dan bahkan melebihi pelanggan, menciptakan pengalaman yang menyenangkan dan memuaskan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang unggul adalah komponen kunci dalam strategi perusahaan untuk mencapai kepuasan pelanggan yang tinggi.

Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan Terhadap kepuasan pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo

Hasil pengujian statistik deskriptif melalui analisis jawaban responden ditemukan bahwa variabel kepuasan pelanggan terletak pada kriteria yang puas dengan skor 89,49%. Hal ini menunjukkan bahwa Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo mengutamakan kepuasan pelanggan agar menjadi fokus utama. Hal ini dibuktikan dengan layanan yang ramah dan profesional, serta kecepatan penyelesaian pesanan yang terjaga. Konveksi Aria Kaos juga terbuka untuk masukan dan kritik dari konsumen, sehingga dapat terus meningkatkan kualitas produk dan layanannya. Banyaknya testimoni positif dari pelanggan yang merasa puas dengan hasil dan pengalaman pelanggan bersama Konveksi Aria Kaos. Kepuasan pelanggan ini bukan datang secara tiba-tiba, melainkan hasil dari usaha keras dan komitmen Konveksi Aria Kaos untuk selalu melampaui ekspektasi pelanggan. Konveksi Aria Kaos selalu berusaha untuk memberikan yang terbaik bagi pelanggannya, mulai dari produk berkualitas, pelayanan prima, hingga proses pemesanan yang mudah dan aman. Hal ini membuat pelanggan merasa puas dan terus kembali ke Konveksi Aria Kaos untuk memenuhi kebutuhan pakaian pelanggan.

Pelanggan yang puas cenderung lebih loyal dan lebih mungkin untuk kembali melakukan pembelian

di masa depan. Pelanggan juga cenderung memberikan ulasan positif dan merekomendasikan Konveksi Aria Kaos kepada teman dan keluarga, yang dapat membantu meningkatkan basis pelanggan secara organik. Selain itu, kombinasi ini juga mengurangi kemungkinan keluhan dan pengembalian produk, yang bisa menghemat waktu dan biaya bagi perusahaan. Dalam jangka panjang, strategi ini membantu membangun reputasi yang kuat di pasar. Reputasi yang baik sangat berharga dalam industri konveksi yang kompetitif, di mana pelanggan memiliki banyak pilihan. Dengan menonjolkan kombinasi produk dan pelayanan berkualitas, Konveksi Aria Kaos dapat memosisikan dirinya sebagai pilihan utama bagi pelanggan di Kota Gorontalo. Optimalisasi integrasi antara produk yang berkualitas dan pelayanan berkualitas merupakan kunci utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Dengan memastikan bahwa kedua elemen ini berjalan seiring dan saling mendukung, Konveksi Aria Kaos dapat menciptakan pengalaman yang unggul bagi pelanggannya, yang pada akhirnya mendukung pertumbuhan dan keberlanjutan bisnis.

Hasil pengujian regresi untuk hipotesis ketiga ditemukan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo dengan koefisien determinasi sebesar 80,30%. Sedangkan sisanya sebesar 19,70% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti persepsi dan psikologi pelanggan, kesesuaian promosi, harga jual produk dan persepsi (pujian) orang lain atas produk yang digunakan pelanggan. Sehingga dapat dikatakan bahwa pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo akan semakin puas dengan adanya optimalisasi pada produk yang berkualitas dan pelayanan berkualitas.

Kombinasi antara produk berkualitas dan pelayanan berkualitas menciptakan pengalaman pelanggan yang holistik. Ketika pelanggan menerima produk yang memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan dan didukung oleh pelayanan yang ramah, responsif, dan profesional, pelanggan akan merasa lebih puas. Kepuasan ini timbul karena pelanggan tidak hanya mendapatkan apa yang pelanggan bayar, tetapi juga merasa dihargai dan dilayani dengan baik sepanjang proses. Setiap kaos yang dibuat tidak hanya memenuhi standar kualitas tinggi, tetapi juga disertai dengan pengalaman pelanggan yang positif. Misalnya, pelanggan harus merasa didengarkan ketika menyampaikan kebutuhan pelanggan, mendapatkan bantuan yang profesional saat memilih desain, dan menerima produk sesuai jadwal yang dijanjikan.

Secara keseluruhan maka penelitian ini mendukung pernyataan dari Putri et al., (2021) bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan adalah dua elemen krusial yang secara sinergis mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Ketika keduanya terpenuhi dengan baik, perusahaan dapat menciptakan pengalaman pelanggan yang luar biasa, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas produk yang baik memberikan dasar yang kuat untuk kepuasan pelanggan. Produk yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan dari segi keandalan, fungsionalitas, dan estetika akan membuat pelanggan merasa bahwa pelanggan mendapatkan nilai yang baik. Namun, kualitas produk saja tidak selalu cukup untuk menjamin kepuasan pelanggan. Di sinilah kualitas pelayanan memainkan peran penting. Pelayanan yang unggul dapat melengkapi produk berkualitas tinggi dengan memberikan dukungan dan pengalaman yang menyenangkan bagi pelanggan. Misalnya, ketika pelanggan membeli produk yang bagus, tetapi mendapatkan pelayanan yang buruk, pelanggan mungkin merasa kecewa dan kurang puas. Sebaliknya, pelayanan yang baik dapat menutupi kekurangan produk dalam beberapa kasus, dengan memastikan bahwa pelanggan merasa didengar dan dilayani dengan baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik beberapa simpulan penelitian sebagai berikut:

1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo dengan koefisien determinasi parsial sebesar 32,00%. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa kualitas produk yang sesuai ekspektasi dari pelanggan akan memberikan dampak yang baik dalam peningkatan kepuasan pelanggan Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo dengan koefisien determinasi parsial sebesar 48,30%. Makna dari koefisien positif menunjukkan bahwa semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh penjahit dan pemiliknya maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan dari Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo.
3. Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo dengan koefisien determinasi sebesar 80,30%. Sedangkan sisanya sebesar 19,70% dapat dijelaskan

oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti persepsi dan psikologi pelanggan, kesesuaian promosi, harga jual produk dan persepsi (pujian) orang lain atas produk yang digunakan pelanggan. Sehingga dapat dikatakan bahwa pelanggan pada Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo akan semakin puas dengan adanya optimalisasi pada produk yang berkualitas dan pelayanan berkualitas

SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan yang telah diuraikan di atas, maka saran penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Sebaiknya Kepada Pemilik Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo terus menggunakan bahan baku berkualitas tinggi yang merupakan kunci utama dalam menghasilkan produk yang awet dan nyaman dipakai. Melakukan kontrol kualitas yang ketat di setiap tahap produksi untuk memastikan semua produk memenuhi standar kualitas yang telah ditetapkan. Kemudian terus berinovasi dengan menghadirkan desain dan model kaos baru yang mengikuti tren terkini. Serta menggunakan sistem komunikasi yang efektif untuk menjalin komunikasi yang baik dengan pelanggan dan memberikan layanan purna jual yang memuaskan. Kemudian hal terpenting adalah menjaga komitmen untuk selalu memberikan produk dan pelayanan terbaik kepada pelanggan.
2. Kepada Pelanggan Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo harus aktif memberikan masukan dan saran kepada Konveksi Aria Kaos untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya. kemudian membagikan pengalaman positif Anda dengan Konveksi Aria Kaos kepada orang lain.
3. Kepada Dinas Tenaga Kerja, Koperasi dan UMKM Kota Gorontalo harus Memberikan pelatihan dan pendampingan kepada Konveksi Aria Kaos untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya. Fasilitasi akses permodalan bagi Konveksi Aria Kaos untuk mengembangkan usahanya. Kemudian mempromosikan produk Konveksi Aria Kaos kepada masyarakat luas melalui berbagai kegiatan, seperti pameran, festival, atau seminar. Serta bekerjasama dengan Konveksi Aria Kaos untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia di bidang konveksi.

DAFTAR PUSTAKA

- B. Regidor, L., E. Gador, M., J. Beneson, J., & Jane V. Burlas, N. (2023). Influence of Service Quality To Customer Satisfaction Among Catering Services in Tagum City. *International Journal of Research Publications*, 117(1), 246–259. <https://doi.org/10.47119/ijrp1001171120234429>
- Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ekonomi*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.56248/jamane.v1i1.7>
- Budiarno, B., Udayana, I. B. N., & Lukitaningsih, A. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan. *Equilibrium: Jurnal Penelitian Pendidikan Dan Ekonomi*, 19(02), 226–233. <https://doi.org/10.25134/equi.v19i02.4531>
- Carvalho, H. D. F., Saldanha, E. D. S., & Amaral, A. M. (2020). The Mediation Effects of Customer Satisfaction on the Relations Between Product Price, Service Quality and Purchasing Decision. *Timor Leste Journal of Business and Management*, 2(1), 14–26. <https://doi.org/10.51703/bm.v2i2.18>
- Gontur, S., Gadi, P. D., & Bagobiri, E. (2022). Service Quality and Customer Loyalty. *International Journal of Marketing & Human Resource Research*, 3(1), 38–51. <https://doi.org/10.47747/ijmhrr.v3i1.474>
- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175–182. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i1.251>
- Ilmiyah, F. (2015). Pengaruh Budaya Organisasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan pada Bagian Produksi PR Tribus Alami Malang. 42–61. [http://etheses.uin-malang.ac.id/835/7/11510096 Bab 3.pdf](http://etheses.uin-malang.ac.id/835/7/11510096%20Bab%203.pdf)
- Intan Rurieta Anggarawati. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Tirta Marta Yogyakarta. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(1), 40–49. <https://doi.org/10.36418/jiss.v2i1.146>
- Juana, A., Kango, U., Singh, S. K., Abdussamad, Z. K., & Ismail, Y. L. (2023). Trends of Research Keywords Related to the Network and Negotiating Skills in Digital Era: A Bibliometric

- Review. *International Journal of Professional Business Review*, 8(6), e01027.
<https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i6.1027>
- Juanna, A., & Hakri Bokingo, A. (2020). Does Internal Marketing Contribute To Customer Satisfaction? *Jurnal Aplikasi Manajemen*, 18(4), 783–796.
<https://doi.org/10.21776/ub.jam.2020.018.04.16>
- Juanna, A., Kango, U., Wolok, T., Yantu, I., & Winerungan, R. R. (2021). Analysis of The Effect of Customer Experience, with Customer Satisfaction as A Mediation Variable. *International Journal on Economics, Finance and Sustainable Development*.
<https://media.neliti.com/media/publications/407879-analysis-of-the-effect-of-customer-exper-675989f5.PDF>
- Kukuh Familiar, I. M. (2015). Management Analysis Journal Pelanggan, Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan. *Management Analysis Journal*, 4(4), 348–354.
- Laksana, A. I. P., & Hirawati, H. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Larissa Aesthetic Cabang Magelang. *Transekonomika: Akuntansi, Bisnis Dan Keuangan*, 2(5), 509–522.
<https://doi.org/10.55047/transekonomika.v2i5.243>
- Mardiatmoko, G.-. (2020). Pentingnya uji asumsi klasik pada analisis regresi linier berganda. *Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333–342.
<https://doi.org/10.30598/barekengvol14iss3pp333-342>
- Nida Salma Fahrani, & Intan Rike Febriyanti. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan di Apotek Bunda Cikembar. *OPTIMAL Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(3), 1–11.
<https://doi.org/10.55606/optimal.v2i3.431>
- Nuraeni, R., Eldine, A., & Muniroh, L. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4), 487.
<https://doi.org/10.32832/manager.v2i4.3795>
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Rahmola. (2020). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Konveksi Aria Kaos Kota Gorontalo. 21(1), 1–9. <http://journal.um-surabaya.ac.id/index.php/JKM/article/view/2203%0Ahttp://mpoc.org.my/malaysian-palm-oil-industry/>
- Rita, P., Oliveira, T., & Farisa, A. (2019). The impact of e-service quality and customer satisfaction on customer behavior in online shopping. *Heliyon*, 5(10), e02690.
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e02690>
- Rostiani, A., Lestari, R., & Nurwulandari, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan dan Pemasaran Digital Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan di Apartemen Kemang Grup PT Pudjiadi Prestige Tbk Jakarta. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 1086–1100.
- Samara, A., & Metta, S. (2023). Pengaruh Kemudahan Penggunaan, Pengalaman Pengguna Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Penggunaan Aplikasi Dompot Digital (E-Wallet) di Kalangan Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. *Jura: Jurnal Riset Akuntansi*, 1(2), 249–260.
<https://jurnal.itbsemarang.ac.id/index.php/JURA/article/download/700/659>
- Taan, H. (2019). PT . JNE Branch Gorontalo Gambar 1 . Conceptual Framework. 4(1).
- Taan, H. (2020). The Service Quality of Population Document to Improve Community Satisfaction Index. *Asia Pacific Journal of Management and Education*, 3(2), 58–66.
<https://doi.org/10.32535/apjme.v3i2.847>
- Zilfia, Y. E. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Butik Meliaraa Di Bandar Lampung. *Skripsi, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Lampung*.