

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(STUDI KASUS PADA USAHA JAHIT AYUNDA DRESSMAKER
KECAMATAN DARUL IMARAH KABUPATEN ACEH BESAR)**

^{1*)}Rahmatina; ²⁾A. Hamid; ³⁾Geta Ambartiasari.

^{1,2,3)} Program Studi Pendidikan Ekonomi, Fakultas Keguruan Dan Ilmu Pendidikan,
Universitas Serambi Mekkah, Provinsi Aceh, Indonesia

Article Info

***Email Corresponding Author:**
rahmatina162001@gmail.com

Keyword:

Usaha Jahit; Kualitas Layanan;
Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Jahit Ayunda Dressmaker Kecamatan Darul Imarah Kabupaten Aceh Besar. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Data dikumpulkan melalui kuesioner/angket dengan menggunakan instrument skala likert yang memuat indikator kualitas layanan seperti keandalan (reability), daya bukti fisik (tangibles), responsivitas (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy). Populasi dalam penelitian ini sebesar 215 kostumer dengan sampel sebanyak 68 responden yang didapat dari rumus slovin menggunakan teknik Accidental Sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Data dianalisis menggunakan bantuan SPSS Statistic Version 27, Adapun data yang diuji dengan uji deskriptif, uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, uji heteroskedastisitas, analisis regresi sederhana, uji t, dan koefisien determinasi. Berdasarkan uji hipotesis dalam penelitian ini, persamaan regresi linear sederhana yaitu $Y = 8,558 + 0,287X$ menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap variabel kepuasan pelanggan. Kemudian uji t kualitas layanan memiliki nilai thitung > ttabel ($6,518 > 1,668$) dan tingkat signifikan $0,001 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dan dari Hasil R^2 menunjukkan bahwa R^2 sebesar 0,392, nilai tersebut menggambarkan bahwa kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 39,2%, sementara sisanya 60,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

PENDAHULUAN

Di era globalisasi saat ini, dinamika perekonomian global telah mendorong pertumbuhan yang signifikan di berbagai sektor, termasuk industri kreatif seperti fashion. Meningkatnya kesadaran akan penampilan dan tren mode terkini telah menciptakan peluang bisnis yang menjanjikan di bidang busana. Pertumbuhan ekonomi dan peningkatan daya beli masyarakat mendorong munculnya beragam pilihan produk dan jasa, terutama di bidang pakaian. Meningkatnya kesadaran masyarakat akan gaya dan penampilan membuat permintaan akan produk fashion yang berkualitas dan sesuai

tren terus meningkat. Dalam kondisi seperti ini, penjahit harus mampu memberikan pelayanan yang baik, mulai dari kualitas jahitan, pemilihan bahan, hingga harga yang kompetitif, untuk dapat memenangkan hati Pelanggan di tengah persaingan yang semakin sengit.

Menjahit merupakan suatu pekerjaan yang memberikan jasa untuk membuatkan baju kepada para pelanggan. Dalam pekerjaan menjadi penjahit memerlukan suatu keterampilan khusus yang berhubungan dengan menjahit atau memotong kain sesuai permintaan pelanggan (Muslimah, 2020). Sebagai suatu usaha yang berfokus pada layanan, usaha jahit semakin berkembang pesat dan penuh keyakinan. Dua aspek, baik secara umum maupun khusus, yang dapat digunakan untuk memahami alasan mengapa usaha ini terus berkembang. Secara umum, pakaian atau sandang adalah kebutuhan utama yang harus dipenuhi. Secara khusus, jasa jahit tempahan dapat membuat pakaian sesuai dengan keinginan model pelanggan dan variasi yang selalu berubah seiring kemajuan zaman.

Kondisi persaingan yang ketat membuat pelanggan sangat rentan terhadap perubahan. Oleh karena itu, setiap bisnis harus dapat mempertahankan permintaan pelanggannya. Suatu perusahaan harus mampu menyesuaikan strategi usahanya dengan lingkungan yang terus berubah dan berkembang serta mengoptimalkan kualitas layanan sehingga diharapkan mampu mempertahankan pelanggan lama juga menambah pelanggan baru. Setiap pekerja bisnis harus peka terhadap perubahan ini dan mampu memenuhi tuntutan pelanggan. Dalam menjalankan bisnis, perusahaan harus menjadikan kepuasan pelanggan sebagai prioritas utama.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat kepuasan yang dirasakan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapan mereka. Ini mencerminkan tingkat kepuasan dan kebahagiaan seseorang setelah membeli barang atau menggunakan jasa tertentu (Subaebasni, *et al.*, 2019: 90). Fatihudin & Firmansyah (2019: 12) berpendapat bahwa pelanggan dianggap puas ketika perusahaan mampu meningkatkan kepuasan mereka melalui optimalisasi pengalaman yang menyenangkan dan mengurangi atau menghilangkan pengalaman yang kurang menyenangkan bagi pelanggan. Jika harapan pelanggan terpenuhi atau terlampaui, maka kepuasan mereka akan meningkat, yang pada gilirannya dapat memperkuat loyalitas mereka terhadap penyedia jasa.

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas layanan. Pelanggan menilai kualitas layanan sebagai Tingkat keandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan. Menurut Roy *et al.*, (2020) Kualitas layanan yang baik adalah layanan yang memiliki kualitas yang tinggi dan mengurangi pembeli ke pesaing yang lain. Jika layanan yang diterima pelanggan tidak sesuai harapan, mereka cenderung merasa kecewa dan beralih ke penyedia jasa lain. Kualitas layanan yang baik dengan memenuhi permintaan dan keinginan pelanggan adalah target utama untuk menempatkan hasil kepuasan terhadap tingkat layanan yang konsumen bayar (Srilestari, K., & Santoso, T., 2022). Oleh karena itu, peningkatan kualitas layanan harus menjadi prioritas utama bagi setiap usaha yang ingin mempertahankan pangsa pasarnya.

Dalam *fashion industry*, usaha jahit tidak hanya dituntut untuk menghasilkan produk berkualitas, tetapi juga memberikan pengalaman layanan yang memuaskan. Kreativitas dalam menyediakan pilihan model jahitan yang variatif dan sesuai tren menjadi keunggulan kompetitif yang membedakan usaha jahit dari pesaingnya, baik *industry* besar maupun usaha rumahan. Selain itu, kecepatan dalam memberikan layanan, kemampuan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan, dan respons terhadap kebutuhan pelanggan menjadi elemen penting dalam menciptakan pengalaman positif.

Salah satu usaha jahitnya adalah Usaha Jahit Ayunda Dressmaker yang beralamat di Jl. Cut Nyak Dhien Desa Lampasi Engking Kabupaten Aceh Besar. Usaha jahit itu dikelola oleh ownernya sendiri beserta 2 karyawannya. Beliau mulai menjalankan usahanya dari tahun 2018, maka terhitung sudah 6 tahun lamanya. Usaha ini telah berkembang dari hanya melayani pelanggan terbatas menjadi memiliki basis pelanggan yang luas, mulai dari anak-anak hingga lansia. Usaha ini secara khusus menerima pesanan baju wanita, seperti gaun, blus, gamis, dan pakaian Wanita lainnya, yang didesain dan dijahit sesuai permintaan pelanggan. Pendekatan khusus ini memberikan nilai tambah, karena Ayunda Dressmaker mampu menyesuaikan model pakaian dengan kebutuhan unik setiap pelanggan Wanita, termasuk tren mode terkini dan referensi personal mereka.

Pada penelitian ini, berdasarkan observasi awal dengan mendatangi langsung tempat Ayunda Dressmaker. Terlihat terdapat banyak tempat jahit busana lainnya di kawasan tersebut ,namun banyak juga pelanggan yang mempercayai pada Usaha jahit

ini. Hal ini disebabkan oleh layanan yang berkualitas, ketepatan waktu, dan kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik. Namun, dalam menjalankan usahanya Ayunda Dressmaker masih menghadapi beberapa kendala. Kendala yang paling sering ditemui adalah keterlambatan dalam merespons konsultasi pelanggan melalui komunikasi jarak jauh, yang terkadang menyebabkan ketidak nyamanan bagi pelanggan.

METODE PENELITIAN

Berdasarkan pokok permasalahan yang telah diuraikan, Penelitian ini mengadopsi pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2020: 16) Penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai penelitian yang didasarkan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk mengkaji populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah Deskriptif Kuantitatif. Menurut sugiyono (2020: 29) Penelitian deskriptif adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti berdasarkan data yang diperoleh. Oleh karena itu, metode penelitian deskriptif kuantitatif digunakan untuk menyajikan atau menjelaskan suatu fenomena yang diteliti secara sistematis dan akurat menggunakan data numerik yang dianalisis secara statistik.

Menurut herdayati dan Syahril (2019) Desain penelitian merupakan desain yang mengandung makna rancangan kegiatan, pengumpulan, pengolahan, analisis, dan penyajian data yang dilakukan secara sistematis dan objektif, untuk memecahkan suatu persoalan atau menguji suatu hipotesis untuk mengembangkan prinsip umum. Penelitian ini menggunakan desain penelitian deskriptif kuantitatif dengan pendekatan metode studi kasus. Desain ini dipilih untuk menggambarkan hubungan antara kualitas layanan (variabel independen) dan kepuasan pelanggan (variabel dependen) pada Usaha Jahit Ayunda Dressmaker secara sistematis dan factual.

Penelitian ini menggunakan Teknik *non-probability sampling*, khususnya *Accidental Sampling*, Yaitu pengambilan sampel berdasarkan pelanggan usaha jahit yang secara kebetulan ditemui dan bersedia menjadi responden pada saat penelitian berlangsung. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini meliputi studi kepustakaan

dan studi lapangan seperti observasi, kuesioner, dan dokumentasi. Studi Kepustakaan dilakukan untuk mempelajari berbagai buku referensi seperti jurnal, artikel serta hasil penelitian sejenis sebelumnya, yang bermanfaat untuk memperoleh informasi dan landasan teori mengenai masalah yang diteliti. Observasi dilakukan untuk mengamati langsung fenomena yang terjadi di Lokasi penelitian. Kuesioner (angket) digunakan sebagai instrument utama untuk mengumpulkan data dari responden dengan mengacu pada indikator variabel yang diukur menggunakan Skala Likert. Dokumentasi digunakan untuk memperoleh data pendukung berupa foto atau dokumen selama proses penelitian.

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan analisis statistik inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan data dengan melihat nilai rata-rata, standar deviasi, minimum, dan maksimum dari masing-masing variabel. Sedangkan analisis inferensial mencakup uji validitas, reliabilitas, normalitas, linearitas, heteroskedastisitas, regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi, yang dilakukan dengan bantuan perangkat lunak *SPSS version 27*. Melalui pendekatan ini, penelitian bertujuan menghasilkan temuan yang sistematis dan kesimpulan yang relevan mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

Lokasi penelitian ditentukan untuk memperoleh data dan informasi yang akurat dalam penulisan skripsi ini, penulis mengadakan penelitian langsung pada Usaha Jahit Ayunda Dressmaker yang berlokasi di Jalan Cut Nyak Dhien Desa Lampasi Engking Kecamatan Darul Imarah Kabupaten Aceh Besar dan waktu penelitian dimulai dari 21 April 2025 sampai dengan selesai.

Instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur, menganalisis, menyajikan data secara sistematis dan objektif. Tujuan utama penggunaan instrument ini adalah untuk memecahkan masalah atau menguji kebenaran suatu hipotesis. Kehadiran instrument penelitian sangat penting, karena instrumen yang baik akan meningkatkan kualitas penelitian. Sebaliknya, jika instrument yang digunakan kurang baik, mutu penelitian pun akan terpengaruh (Arifin, Z, 2017).

Dalam penelitian ini, Instrumen yang digunakan adalah kuesioner (angket) yang akan diberikan kepada pelanggan usaha jahit Ayunda Dressmakrer untuk memperoleh data mengenai tanggapan pelanggan terhadap pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan, yang mana data didapatkan menggunakan alat ukur Skala likert.

Menurut Anwar Sanusi (2017: 59) Skala likert merupakan suatu alat ukur yang digunakan untuk menilai sejauh mana sikap responden terhadap pernyataan-pernyataan yang berkaitan dengan indikator dari suatu konsep atau variabel yang sedang diukur.

Menurut Sugiyono (2020:131) Analisis data merupakan proses menyusun dan mengolah data secara sistematis yang diperoleh melalui wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi. Proses ini mencakup pengorganisasian data ke dalam kategori, pemecahan menjadi unit-unit yang lebih kecil, penyusunan pola, pemilihan data penting untuk dipelajari, serta penyimpulan agar hasilnya mudah dipahami, baik oleh diri sendiri maupun oleh orang lain. Sebelum melaksanakan analisis data, Langkah awal yang dilakukan adalah melakukan uji validitas dan realibilitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Deskriptif Data Variabel

Pada penelitian ini, variabel data terdiri dari kualitas layanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y). Uji deskriptif data variabel ini digunakan untuk mengetahui nilai dari pada rata-rata (*mean*), *minimum*, *maximum* dan *standar deviation*, dari masing-masing variabel penelitian dengan bantuan *SPSS Statistic version 27*. Maka hasil dari uji deskriptif data variabel dapat dilihat pada Tabel 4.4 berikut:

Tabel 1. Hasil Uji Deskriptif Data Variabel

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Layanan	68	56,00	75,00	69,1029	4,07812
Kepuasan Pelanggan	68	22,00	30,00	28,3971	1,87791
Valid N (listwise)	68				

Sumber: Data Diolah SPSS 2025

Berdasarkan Tabel 4.1 diatas, dapat menunjukkan analisis deskriptif berupa nilai rata-rata dari variabel kualitas layanan sebesar 69,1029, sedangkan nilai rata-rata variabel kepuasan pelanggan sebesar 28,3971, Adapun nilai *minimum* dari kualitas layanan sebesar 56,00 sedangkan nilai *minimum* dari kepuasan pelanggan sebesar 22,00, nilai selain itu nilai *maximum* dari kalitas layanan sebesar 75,00, sedangkan nilai *maximum* dari kepuasan pelanggan sebesar 30,00, dan juga nilai *standar deviation*

variabel kualitas layanan sebesar 4,07812 sedangkan nilai *standar deviation* variabel kepuasan pelanggan sebesar 1,87791.

Analisis Deskriptif Mean Variabel Kualitas Layanan

Tujuan dari analisis deskriptif dengan menggunakan nilai *mean* adalah untuk mengetahui rata-rata jawaban responden terhadap pernyataan-pernyataan dalam penelitian ini. Untuk mengukur variabel kualitas layanan, kuesioner disusun dengan skala likert dari satu hingga lima, angka satu menunjukkan kualitas rendah dan angka lima menunjukkan persepsi kualitas layanan sangat tinggi. Berikut hasil dari analisis deskriptif penelitian dalam Tabel 2. berikut ini:

Tabel 2. Hasil Persepsi Responden Terhadap kualitas Layanan

No	Pernyataan	Mean	Kategori	Standar Deviasi
1	Ayunda Dressmaker bersedia untuk membantu pelanggan yang memiliki kesulitan	4,82	Sangat Tinggi	0,421
2	Pegawai Ayunda Dressmaker memiliki keandalan dalam menyampaikan informasi kepada pelanggan.	4,47	Sangat Tinggi	0,634
3	Ayunda Dressmaker memiliki pengetahuan yang baik untuk menjawab pertanyaan pelanggan	4,94	Sangat Tinggi	0,237
4	Fasilitas di Ayunda Dressmaker lengkap.	3,68	Tinggi	0,837
5	Peralatan dan perlengkapan pelayanan di Ayunda Dressmaker telah memadai dan baik	4,78	Sangat Tinggi	0,514
6	Ayunda Dressmaker memiliki ruangan yang nyaman dan rapi.	4,13	Tinggi	0,454
7	Ayunda Dressmaker cepat dalam melayani setiap pesanan jahitan.	4,60	Sangat Tinggi	0,602
8	Ayunda dressmaker selalu siap untuk merespons permintaan pelanggan.	4,68	Sangat Tinggi	0,531
9	Ayunda Dressmaker bersedia untuk membantu pelanggan yang memiliki kesulitan	4,84	Sangat Tinggi	0,409
10	Pegawai Ayunda Dressmaker selalu ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan	4,68	Sangat Tinggi	0,502
11	Dalam memberikan pelayanan Ayunda Dressmaker selalu melaksanakannya secara tuntas.	4,94	Sangat Tinggi	0,237
12	Pegawai Ayunda Dressmaker memberikan jaminan kepada pelanggan, apabila busana yang dijahit tidak sesuai dengan keinginan maka bisa diperbaiki kembali tanpa tambahan biaya	4,82	Sangat Tinggi	0,384
13	Setiap pegawai di Ayunda Dressmaker selalu bersikap penuh perhatian dalam memberikan pelayanan.	4,37	Sangat Tinggi	0,689
14	Setiap pegawai di Ayunda Dressmaker berpenampilan baik.	4,51	Sangat Tinggi	0,635
15	Ayunda Dressmaker menjadi pendengar yang baik dalam menanggapi keluhan saya	4,84	Sangat Tinggi	0,444
Nilai rata-rata keseluruhan		4,60	Sangat Tinggi	0,502

Sumber: Data Primer Diolah 2025

Berdasarkan hasil Tabel 2 di atas menunjukkan bahwa hasil rata-rata dari pernyataan variabel kualitas layanan yaitu sebesar 4,60 dan nilai rata-rata tersebut juga lebih besar dari standar deviasi sehingga masuk kedalam kategori sangat tinggi. Artinya, hal ini menandakan bahwa responden merasa kualitas layanan yang diberikan oleh Usaha Jahit Ayunda Dressmaker sudah sangat baik.

Analisis Deskriptif Mean Variabel Kepuasan Pelanggan

Hasil deskriptif *mean* variabel kepuasan pelanggan dapat dilihat pada Tabel 3 sebagai berikut:

Tabel 3. Hasil Persepsi Responden Terhadap kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	Mean	Kategori	Standar Deviasi
1.	Saya sangat terbantu karena penjahit bersedia merekomendasikan model-model pakaian yang cocok dengan saya ketika saya mengalami kesulitan	4,65	Sangat Tinggi	0,567
2.	Kesesuaian harga yang diterapkan tidak terlalu mahal sesuai dengan yang saya harapkan.	4,74	Sangat Tinggi	0,447
3.	Saya berminat menjahit Kembali karena penjahit menyelesaikan pesanan saya sesuai dengan permintaan saya.	4,9	Sangat Tinggi	0,306
4.	Saya berminat menjahit Kembali karena penjahit memiliki referensi-referensi model pakaian yang sedang tren.	4,29	Sangat Tinggi	0,793
5.	Saya akan merekomendasikan kepada teman dan keluarga karena layanan yang memuaskan	4,90	Sangat Tinggi	0,306
6.	Saya akan merekomendasikan kepada teman atau kerabat karena kualitas jahitan sesuai dengan harga yang ditetapkan	4,93	Sangat Tinggi	0,263
Nilai rata-rata keseluruhan		4,74	Sangat Tinggi	0,447

Sumber: Data Primer Diolah 2025

Berdasarkan hasil Tabel 3 dapat diketahui bahwa hasil rata-rata dari pernyataan variabel kepuasan pelanggan yaitu sebesar 4,74 dan nilai rata-rata tersebut juga lebih besar dari standar deviasi sehingga masuk kedalam kategori sangat tinggi. Hal ini menandakan bahwa responden merasa sudah sangat puas dengan layanan yang telah diberikan oleh Usaha Jahit Ayunda Dressmaker.

Uji Validitas Data

Uji validitas ini digunakan untuk menentukan validitas suatu kuesioner. Ini dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dari hasil output dengan r_{table} , yang diselesaikan menggunakan program *SPSS statistic version 27*. Jika $r_{hitung} > r_{table}$ maka butir pernyataan di kuesioner valid, tetapi jika $r_{hitung} < r_{table}$ maka dinyatakan tidak

valid. Dalam penelitian ini menggunakan uji signifikan untuk membandingkan nilai r_{hitung} dengan nilai r_{tabel} , dengan asumsi bahwa tingkat kebebasan (df)= $n-2$, dengan n adalah jumlah sampel. Jadi dalam penelitian ini, $df = 68-2$ yaitu 66 dengan taraf signifikan 5% atau ($\alpha=0,05$) sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,2387$ maka dapat diperoleh r_{hitung} tiap-tiap item $> 0,2387$. Hasil uji validitas data dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Rhitung	Rtabel	Keterangan
Kualitas Layanan (X)	X1	0,480	0,238	Valid
	X2	0,397	0,238	Valid
	X3	0,578	0,238	Valid
	X4	0,496	0,238	Valid
	X5	0,574	0,238	Valid
	X6	0,428	0,238	Valid
	X7	0,740	0,238	Valid
	X8	0,698	0,238	Valid
	X9	0,551	0,238	Valid
	X10	0,556	0,238	Valid
	X11	0,377	0,238	Valid
	X12	0,374	0,238	Valid
	X13	0,512	0,238	Valid
	X14	0,735	0,238	Valid
	X15	0,512	0,238	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1	0,801	0,238	Valid
	Y2	0,690	0,238	Valid
	Y3	0,667	0,238	Valid
	Y4	0,752	0,238	Valid
	Y5	0,641	0,238	Valid
	Y6	0,299	0,238	Valid

Sumber: Data Diolah Oleh Spss 2025

Tabel 4. di atas merupakan hasil uji validitas Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan dengan menggunakan *SPSS For Windowa versi 27*, dapat diketahui bahwa semua pernyataan yang digunakan dalam kuesioner adalah valid, dilihat dari masing-masing item nya mempunyai r_{hitung} lebih besar dibandingkan r_{tabel} 0,238.

Uji Reliabilitas Data

Reliabilitas adalah uji yang digunakan untuk mengukur kuesioner dan menentukan sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila diukur secara

berulang kali menggunakan alat ukur yang sama terhadap gejala yang sama. Tiap pernyataan dikatakan reliabel jika nilai *concbach alpa* > 60 dan juga sebaliknya. Berikut hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel 4.5 :

Tabel 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Rule of Thumb	Keterangan
Kualitas Layanan	0,804	0,60	Realiable
Kepuasan Pelanggan	0,702	0,60	Reliable

Sumber: Data diolah oleh SPSS 2025

Berdasarkan Tabel 5 dapat diketahui hasil uji reliabilitas bahwa tiap pernyataan masing-masing variabel memiliki nilai *Cronbach alpha* lebih besar dari r table yaitu 0,60. Maka hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel penelitian ini dinyatakan sudah reliable.

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen dan variabel independen memiliki distribusi normal atau tidak normal. Uji normalitas yang digunakan pada penelitian ini adalah Kolmogorov-smirno (Hardi & Harjanti, 2021). Dikatakan normal apabila nilai signifikansi dari pengujian *Kolmogorov-Smirnov Test* > dari 0,05 atau (5%). Data hasil pengujian dapat dilihat pada table berikut:

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		68
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.45704663
Most Extreme Differences	Absolute	.106
	Positive	.080
	Negative	-.106
Test Statistic		.106
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.054
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.053
	99% Confidence Interval	Lower Bound .047
		Upper Bound .058

a. Test distribution is Normal.

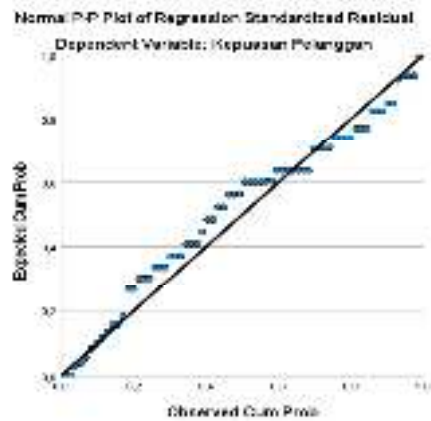
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.

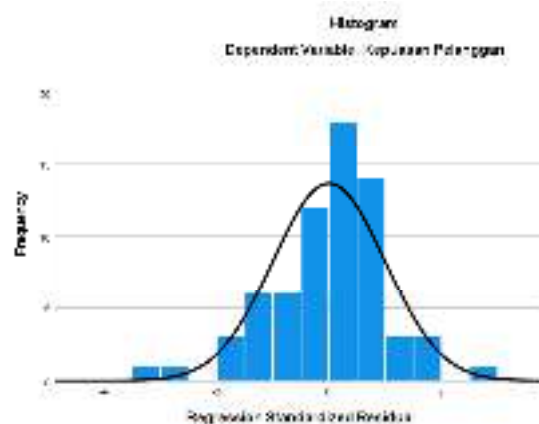
Sumber: Data Diolah Oleh SPSS 2025

Berdasarkan Tabel 6 diatas dapat diketahui bahwa data *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,058, nilai ini lebih besar dari 0,05 atau (5%), sehingga dapat disimpulkan data pada penelitian ini berdistribusi normal.



Gambar 1. Hasil Uji Normalitas P-Plot

Berdasarkan Gambar 1 Pada plot P-P grafik, dapat dilihat titik-titik tersebar mengikuti garis diagonal, yang menunjukkan bahwa distribusi data residual sudah normal



Gambar 1. Hasil Histogram Normalitas

Berdasarkan Gambar 4.2 menunjukkan gambar histogram bahwa residual regresi tersebar normal, seperti yang ditunjukkan oleh bentuk grafik yang mirip dengan kurva bell, dan penyebaran data yang simetris di sekitar nilai nol. Nilai *mean* 8,6E-16 dan standar deviasi 0,993 juga mendukung gagasan bahwa residual berdistribusi normal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas telah dipenuhi oleh model regresi.

2. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan linear yaitu antara variabel independent (X) dan variabel dependent (Y) bersifat linear atau tidak, dinyatakan linear apabila nilai *sig.Deviation From Linearity* > 0,05. Hasil uji linearitas dapat dilihat dalam Tabel 4.7 dibawah:

Tabel 7. Hasil Uji Linearitas

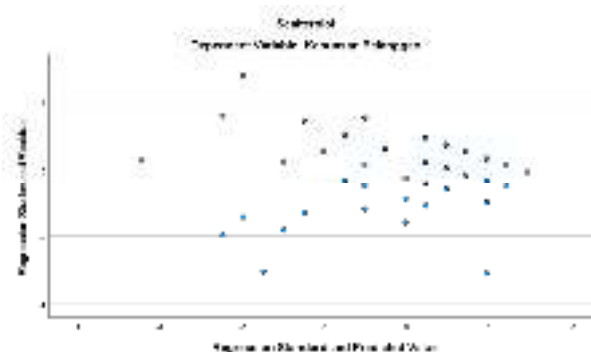
ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
kepuasan pelanggan * kualitas layanan	Between Groups	(Combined)	130.115	16	8.132	4.201	<.001
		Linearity	91.589	1	91.589	45.137	<.001
		Deviation from Linearity	38.546	15	2.570	1.264	.259
	Within Groups		113.694	51	2.230		
	Total		243.809	67			

Sumber: Data diolah oleh SPSS 2025

Berdasarkan Tabel 4.7 di atas, dapat diketahui bahwa hasil uji linearitas nilai *sig.Deviation From Linearity* sebesar 0,259 > dari 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependen.

3. Uji Heteroskedastisitas

Di penelitian ini, uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah varians dari error pada model regresi bersifat konstan atau tidak antara satu pengamatan dengan pengamatan lainnya. Pengujian heteroskedasitas menggunakan metode grafik Scatterplot. Berikut ini tampilan grafik scatterplot disajikan dalam Gambar dibawah:



Gambar 2. Hasil Uji Heteroskedasitas

Berdasarkan Gambar 4.3 dapat diketahui bahwa penyebaran titik-titik residual menyebar secara acak di sekitar garis horizontal tanpa membentuk suatu pola tertentu. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedasitas sehingga dapat terpenuhi sebagai model regresi yang baik.

Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Regresi Linear Sederhana

Dalam penelitian ini, peneliti ingin meneliti pengaruh satu variabel independent terhadap satu variabel dependent, maka uji statistik yang digunakan adalah regresi linear sederhana. Hasil uji regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Resresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	8,558	3,044		2,811
	kualitas layanan	,287	,044	,626	6,518
a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan					

Sumber: Data Diolah Oleh SPSS 2025

Berdasarkan Tabel 4.8 output diatas dengan menggunakan bantuan *SPSS statistic version 27*, maka dapat dirumuskan model regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 8,558 + 0,287X$$

Model persamaan regresi tersebut mempunyai arti yaitu:

- Constanta (a) = 8,558 artinya apabila kualitas layanan itu constant atau tetap, maka kepuasan pelanggan sebesar 8,558.
- Koefesien arah regresi (b)X = 0,287 (bernilai positif) artinya, apabila kualitas layanan meningkat 1 satuan, maka penjualan juga akan mengalami peningkatan sebesar 0,287.

Dan dari hasil uji signifikan (nilai sig.) untuk variabel kualitas layanan pada tabel diatas menunjukkan angka $0,001 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Uji Parsial (Uji T)

Tujuan Uji t digunakan untuk mengetahui apakah variabel bebas (X) secara parsial mempengaruhi variabel terikat (Y), dengan ketentuan nilai signifikansi $< 5\%$ atau ($\alpha = 0,05$). Adapun cara menentukan kriteria uji hipotesis yaitu:

- Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Jika nilai t_{tabel} dengan ($\alpha = 0,05$) dan jumlah sampel (n) dikurangi (k) jumlah variabel yang digunakan maka didapatkan t_{tabel} senilai 1,668. Berikut hasil uji t dalam tabel 4.9 dibawah:

Tabel 9. Hasil Uji t

Coefficients ^a					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t
1	(Constant)	8,558	3,044		2,811
	kualitas layanan	,287	,044	,626	6,518

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Sumber: Data Diolah Oleh SPSS 2025

Berdasarkan pada Tabel 4.9 di atas, dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} senilai 6,518 lebih besar dari nilai t_{tabel} yaitu 1,668 dengan nilai signifikansi kurang dari 0,001 $< 0,05$. Jadi dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan karena nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05 sehingga menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya semakin tinggi tingkat kualitas layanan maka kepuasan pelanggan juga semakin meningkat.

3. Uji Koefisien Determinasi (R)

Tujuan uji koefisien determinasi untuk melihat seberapa besar persentase pengaruh variabel independent (X) mempengaruhi variabel dependent (Y). Hasil dapat dilihat pada tabel 4.10 berikut :

Tabel 10. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.626 ^a	.392	.382	1.46804
a. Predictors: (Constant), kualitas layanan				

Berdasarkan hasil Tabel 4.10 dapat diketahui dari output tersebut diperoleh nilai koefisien determinasi (R square) adalah sebesar 0,392, maka kualitas layanan memberikan pengaruh sebesar 39,2% terhadap kepuasan pelanggan, sementara 60,8% itu dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak di teliti oleh penelitian ini.

Pembahasan

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Jahit Ayunda Dressmaker. Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan pada data hasil angket terhadap 68 responden didapatkan gambaran mengenai hubungan antara kedua variabel. Ditemukan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Jahit Ayunda Dressmaker. Hal ini terlihat dari nilai rata-rata (*mean*) variabel kualitas layanan sebesar 4,60 yang masuk dalam kategori sangat tinggi, serta variabel kepuasan pelanggan yang memiliki nilai *mean* sebesar 4,74 juga termasuk dalam kategori sangat tinggi. Artinya, secara umum pelanggan merasa sangat puas terhadap layanan yang diberikan oleh Ayunda Dressmaker.

Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y), yang ditunjukkan oleh persamaan regresi:

$$Y = 8,558 + 0,287X$$

Dari persamaan tersebut dapat diinterpretasikan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,287 satuan. Konstanta sebesar 8,558 mengindikasikan bahwa ketika tidak ada peningkatan pada kualitas layanan ($X = 0$), maka nilai kepuasan pelanggan tetap berada pada angka 8,558. Uji t menghasilkan nilai thitung sebesar 6,518, sedangkan ttabel pada taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dan derajat kebebasan ($df = 66$) adalah sekitar 1,668. Karena thitung > ttabel ($6,518 > 1,668$), maka H_0 ditolak dan H_a diterima, yang berarti terdapat

pengaruh signifikan antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, nilai signifikansi (Sig.) sebesar $0,001 < 0,05$ juga memperkuat kesimpulan bahwa pengaruh tersebut signifikan secara statistik.

Lebih lanjut, hasil uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa nilai R Square sebesar 0,392 atau 39,2%, yang berarti bahwa sebesar 39,2% variasi yang terjadi pada variabel kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas layanan. Sementara itu, sisanya sebesar 60,8% dijelaskan oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Hasil ini mendukung teori kualitas layanan yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry melalui model SERVQUAL, yang mencakup lima dimensi utama yaitu keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Dari hasil penelitian ini, dimensi responsivitas dan empati mendapatkan skor yang tinggi, seperti pernyataan “Ayunda Dressmaker menjadi pendengar yang baik dalam menanggapi keluhan saya” dan “Pegawai selalu ramah dan sopan”, menunjukkan bahwa interaksi personal dan perhatian kepada pelanggan menjadi kekuatan utama dalam menciptakan kepuasan. “kualitas layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha jahit lainnya”. Kesamaan hasil ini menunjukkan bahwa aspek layanan dalam bisnis jasa jahit merupakan faktor krusial dalam menjaga loyalitas pelanggan.

Dengan melihat nilai rata-rata indikator kualitas layanan dan kepuasan pelanggan yang tergolong sangat baik, serta didukung oleh hasil statistik yang signifikan, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas layanan yang diberikan oleh Ayunda Dressmaker, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan yang dirasakan. Pelanggan merasa puas karena mendapatkan layanan yang cepat, ramah, dapat dipercaya, serta hasil jahitan yang sesuai dengan harapan. Hal ini menciptakan peluang yang baik bagi usaha untuk mempertahankan pelanggan lama dan menarik pelanggan baru melalui rekomendasi dari mulut ke mulut.

Namun demikian, meskipun sebagian besar dimensi kualitas layanan dinilai sangat tinggi, terdapat satu aspek yaitu “Fasilitas di Ayunda Dressmaker lengkap” yang memiliki nilai *mean* relatif lebih rendah yaitu 3,68, yang berarti masih dalam kategori tinggi namun belum maksimal. Hal ini dapat menjadi bahan evaluasi bagi pihak usaha untuk meningkatkan aspek fisik seperti kenyamanan ruangan, peralatan tambahan, atau dekorasi interior guna meningkatkan keseluruhan pengalaman pelanggan. Dengan

demikian, pembahasan ini menunjukkan bahwa kualitas layanan adalah faktor penentu utama dalam menciptakan kepuasan pelanggan pada usaha jahit seperti Ayunda Dressmaker, dan menjadi dasar penting dalam strategi pengembangan usaha ke depan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan mengenai pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus Pada Usaha Jahit Ayunda Dressmaker Kecamatan Darul Imarah Kabupaten Aceh Besar) dengan total sampel 68 responden. Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), dengan nilai t_{hitung} sebesar $6,518 > t_{tabel}$ sebesar 1,668 dan nilai signifikansi nya sebesar $0,001 < 0,05$ atau 5%. Besarnya pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan oleh nilai Koefisien Determinasi (R^2) sebesar 0,392 atau sebesar 39,2% yang artinya bahwa 39,2 % variasi dari kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas layanan, sementara sisanya sebesar 60,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Dari hasil analisis deskriptif, variabel kualitas layanan (X) mendapatkan nilai rata-rata sebesar 4,60 dan variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 4,74 yang keduanya masuk kedalam kategori sangat tinggi. Ini menunjukkan bahwa kualitas layanan Ayunda Dressmaker sangat baik, sehingga pelanggan merasa sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan, terutama dalam aspek kecepatan layanan, sikap ramah pegawai, jaminan hasil jahitan, serta responsif terhadap keluhan-keluhan pelanggan. Namun, meskipun sebagian besar indikatornya telah menunjukkan persepsi yang sangat baik, terdapat indikator dengan nilai rata-rata relatif lebih rendah yaitu bagian fasilitas fisik dengan nilai sebesar 3,68. Hal ini menunjukkan bahwa aspek kenyamanan tempat atau kelengkapan fasilitas masih harus ditingkatkan lagi.

REFERENSI

- Anwar Sanusi, (2017). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Ketujuh. Jakarta Selatan: Penerbit Salemba Empat.
- Arifin, Z. (2017). Kriteria instrumen dalam suatu penelitian. *Jurnal Theorems (the original research of mathematics)*, 2(1), 28-36.

- Fatihudin, D., & Firmansyah, A. (2019). *Pemasaran Jasa (strategi, mengukur kepuasan dan loyalitas pelanggan)*. Yogyakarta: Deepublish.
- Herdayati, S. P., Pd, S., & Syahrial, S. T. (2019). Desain Penelitian Dan Teknik Pengumpulan Data. Dalam Penelitian. *ISSN 2502-3632 ISSN 2356-0304 J. Online Int. Nas. Vol. 7 No. 1, Januari–Juni 2019 Univ. 17 Agustus 1945 Jakarta*, 53(9), 1689-1699.
- Muslimah, M. (2020). *Pengaruh Usaha (Taylor) Penjahit Pakaian Terhadap Peningkatan Pendapatan Keluarga Di Desa Jaddih Kecamatan Socah Kabupaten Bangkalan* (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Hikmah Bangkalan).
- Roy, S. K., Shekhar, V., Quazi, A., & Quaddus, M. (2020). Consumer engagement behaviors: do service convenience and organizational characteristics matter?. *Journal of Service Theory and Practice*, 30(2), 195-232.
- Srilestari, K., & Santoso, T. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Supermarket Super Indo Di Kota Surabaya. *Agora*, 10(1), 358408.
- Subaebasni, S., Risnawaty, H., & Wicaksono, A. A. (2019). Effect of brand image, the quality and price on customer satisfaction and implications for customer loyalty PT Strait Liner Express in Jakarta. *International Review of Management and Marketing*, 9(1), 90.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.