

FAKTOR- FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUASAN KONSUMEN PADA USAHA PENJAHIT NOVA DI KABUPATEN MIMIKA

Jaya Heatubun*

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambatan Bulan Timika, Indonesia
jayaheatubun46@gmail.com

Rulan L. Manduapessy

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jambatan Bulan Timika, Indonesia
gulanmanduapessy01@gmail.com

Abstract

The purpose of this research is how to increase consumer satisfaction with Nova's sewing business in Mimika Regency. Data collection techniques used to obtain data in this study were interviews, questionnaires, observation and documentation. The analysis used in this study is a multiple linear regression technique. The results of this study were to find out whether product quality, service quality, price and warranty really influence consumer satisfaction in Nova tailoring businesses in Mimika Regency through the percentage increase in stitch quality in Nova tailoring businesses.

Keywords: *Consumer satisfaction factor, product quality, service quality, price and warranty.*

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah bagaimana meningkatkan kepuasan konsumen terhadap usaha penjahit Nova di Kabupaten Mimika Teknik pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh data dalam penelitian ini adalah wawancara, kuesioner, observasi dan dokumentasi. Analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik regresi linear berganda. Hasil dari penelitian ini adalah untuk mengetahui kualitas mutu produk, mutu pelayanan, harga dan garansi apakah sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada usaha penjahit Nova di Kabupaten Mimika melalui persentasi peningkatan kualitas jahitan pada usaha penjahit Nova.

Kata Kunci: Faktor kepuasan konsumen, mutu produk, mutu pelayanan, harga dan garansi.

PENDAHULUAN

Industri pakaian jadi, merupakan salah satu produk ekspor yang tetap naik di tengah covid-19 dan perlu didorong untuk tetap produktif dan berdaya saing (ekonomi, OKEZONE.com, senin 01 juni 2020). Proses pengolahan kain menjadi baju, dimulai dari mengukur badan, menggambar pola, meletakkan pola di atas kain, menggunting kain, mengobras, menjahit dan langkah terakhir menyetrika. Kualitas jahitan diukur dari, kerapihan jahitan, jahitannya pas di badan, juga ketepatan waktu. Faktor-faktor inilah yang selalu dilirik konsumen dan menjadi unsur kepuasan konsumen.

Konsumen penjahit Nova dihitung perhari yang datang untuk menjahit adalah berkisar dua sampai tiga orang. Sementara jumlah pelanggan yang menggunakan jasa penjahit nova berasal dari berbagai macam kalangan termasuk lingkungan pemerintahan, sekolah-sekolah, dinas kesehatan dari kelompok keagamaan dan berbagai macam organisasi lainnya.

Tempat usaha penjahit Nova tidak pernah sepi oleh pengunjung yang datang silih berganti dengan berbagai macam keperluan jahitnya, itu di karenakan penjahit Nova mampu menjahit semua jenis dan model yang di minta oleh pelanggan maupun konsumen.

Sementara Penghasilan yang diperoleh penjahit Nova sehari bisa mencapai Rp: 700.000. perbulan bisa mencapai Rp: 20.000.000. Sedangkan jika ada proyek penghasilannya per bulan bisa mencapai Rp: 50.000.000, dengan rincian sebagai berikut : dres, bluse, kemeja baju ukuran baju dewasa Rp 300.000/lembar, 1 pasang jas Rp 1.250.000, rok Rp 200.000. Harga tersebut tergantung pada model pemesanan dengan pendapatan berkisar antar Rp 700.000- Rp 1.000.000.

Setiap pengusaha harus mempunyai strategi yang jitu agar usahanya mampu berkembang serta bagaimana memuaskan konsumen, disamping harus mengikuti kemajuan ilmu pengetahuan. Keberhasilan para pengusaha dalam pencapaian tujuan salah satunya ditentukan dari kualitas produk itu sendiri. Usaha dikatakan berhasil bila dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Berdasarkan ini maka konsumen memegang peranan penting bagi sebuah usaha dalam menentukan strategi usahanya. Untuk menjaga agar produktifitas dari usaha industri pakaian tetap beroperasi, sebagai produsen/pengusaha maka beberapa hal yang harus dijaga dan diperhatikan adalah hasil jahitan yang rapi, model yang ditawarkan harus sesuai jaman, dan mampu menjahit semua model sesuai dengan permintaan konsumen ,begitu pula bahan baku yang digunakan, demikian yang diujarkan ibu Nova.

Ibu Nova adalah salah seorang pengusaha dalam bidang industry jahit-menjahit. Nova memulai usaha jahit menjahitnya pada tahun 2010 di kota Timika, tepatnya di jalan Samratulangi Timika kabupaten Mimika. Dengan bermodalkan satu buah mesin jahit, satu buah mesin obras dan pengalaman serta kreatifnya dalam jahit menjahit dia memulai usaha jahit menjahit sampai pada saat ini usahanya bertambah maju dan memiliki satu buah mesin neci, satu buah mesin lubang kancing dan penambahan tiga buah mesin jahit. Nova bukan saja menjahit pakaian biasa tapi juga berkreasi dalam lomba model di kabupaten Mimika.

Berkat ketekunan dan kemahiranya penjahit Nova mendapatkan banyak pelanggan (konsumen) dari jasanya sebagai penjahit. Dalam sehari Nova bisa memproduksi tiga lembar jahitan, dan harga jahitannya bisa di jangkau oleh konsumen, serta cocok dan pas di badan konsumen, hal inilah yang membuat konsumen tidak berpindah ke penjahit lain.

Penulis memilih usaha jahit-menjahit Nova sebagai sasaran penelitian karena pengusaha Nova merupakan salah satu pengusaha dalam bidang jahit-menjahit yang cukup sukses di kota Timika. Jika usaha ingin tetap hidup maka kebutuhan dan kepuasan konsumen dalam bidang ini perlu dijaga dengan baik. Mengingat akan kualitas produksi yang memadai serta presentasi dan apresiasi yang baik dari konsumen terhadap sang pengusaha demi kemajuan usaha itu sendiri maka penulis memilih untuk menulis tentang “Faktor- Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Usaha Penjahit Nova di Kabupaten Mimika”

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian asosiatif. Sugiono (2019:65) menyatakan bahwa, metode penelitian asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menyatakan hubungan antara dua variable atau lebih. Dalam penelitian ini metode asosiatif digunakan untuk mengidentifikasi sejauh mana pengaruh variable X (variable bebas) yang terdiri atas keragaman produk (X1) mutu produk (X2) mutu pelayanan, (X3) harga dan (X4)

garansi terhadap variable Y yaitu keputusan konsumen (variable terikat), baik secara parsial maupun simultan.

Populasi pada penelitian ini terdiri atas tiga yaitu: 1) Populasi subjek penelitian dalam penelitian ini adalah Usaha Jahitan Nova. 2) Populasi responden penelitian adalah konsumen/pelanggan Penjahit Nova. 3) Populasi objek dalam penelitian ini adalah nilai kepuasan konsumen terhadap kualitas jahitan penjahit nova.

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah Purposive sampling adalah teknik pengambilan data dengan pertimbangan tertentu. Kriteria yang digunakan dalam penelitian ini yaitu laki-laki dan perempuan yang sudah menikah, usia produktif yaitu 20-60 tahun.

Data yang digunakan dalam penelitian ini, guna mendukung analisis yang akan dilakukan adalah Data Kualitatif dan Data Kuantitatif. Sementara, Sumber data yang digunakan untuk membuktikan hipotesa terdiri dari sumber primer dan sekunder.

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini, dilakukan melalui teknik observasi, kuesioner dan studi pustaka. Instrumen analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear berganda menggunakan aplikasi SPSS.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka, di kumpulkan data -data yang dibutuhkan untuk menganalisis pengaruh mutu produk, mutu pelayanan, harga, garansi terhadap kepuasan konsumen pada kualitas penjahit Nova di Kota Timika, pada tahun 2010 sampai 2022.

Pengaruh kepuasan konsumen terhadap kwalitas penjahit Nova adalah upaya peningkatan layanan terhadap pelanggan, sehingga pelanggan tidak berpindah ke penjahit lain.

Uji Asumsi Klasik Normalitas

Uji normalitas data digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang di hasilkan terdistribusi secara normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah model regresi yang memiliki nilai residual yang terdistribusi secara normal (Priyanto, D. 2013).

Tabel 5.1
Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	6,04410201
Most Extreme Differences	Absolute	0,213
	Positive	0,211
	Negative	-0,213

Test Statistic	0,813
Asymp. Sig. (2-tailed)	0,721 ^c

Sumber: Data diolah, 2022

Sebagaimana terlihat dari hasil output SPSS diatas bahwa nilai signifikansi (Asym. Sig 2-tailed) sebesar 0,721. Berdasarkan ketentuan uji normalitas data menggunakan Kolmogorov-Smirnov, diperoleh nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari nilai alpha ($0,721 > 0,05$), maka nilai residual dalam model adalah terdistribusi normal.

Multikolinieritas

Multikolinieritas adalah keadaan di mana terjadi hubungan linieritas yang sempurna atau mendekati sempurna antarvariabel independent dalam model regresi. Suatu model regresi dikatakan mengalami multikolinieritas jika fungsi linier yang sempurna pada beberapa atau semua independent variabel dalam fungsi linier.

Hasil uji multikolinieritas dapat digambarkan pada tabel berikut:

Tabel 5.2
Hasil Uji Multikolinieritas dengan Bantuan SPSS

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Mutu Produk	0,871	1,148
	Mutu Pelayanan	0,776	1,289
	Harga	0,786	1,273
	Garansi	0,683	1,465

Sumber: Data diolah, 2022

Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 5.2, dari nilai toleransi dan VIF dapat diketahui bahwa nilai VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih besar dari 0,1. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah multikolinieritas.

Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan dimana pada model regresi ada korelasi pada suatu periode. Model regresi yang baik adalah yang tidak adanya masalah autokorelasi.

Tabel 5.3
Hasil Uji Autokorelasi dengan Bantuan SPSS

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	1,000 ^a	1,000	1,000	0,062	1,846

Sumber: Data diolah, 2022

Nilai *Durbin Watson* dapat dilihat pada output pada tabel 5.3, diketahui bahwa nilai *Durbin Watson* sebesar 1,846, sedangkan *Durbin Watson* tabel dengan signifikasni 0,05 didapat sebesar 1,7881. Dari besaran nilai *Durbin Watson* hitung sebesar 1,846 lebih besar dari *Durbin Watson* tabel sebesar 1,7881, maka tidak terjadi masalah autokorelasi.

Heterokedastisitas

Heterokedastisitas adalah keadaan di mana terjadi ketidaksamaan variabel dari residual unsur semua pengamatan pada model regresi. Uji heterokedastisitas dalam penelitian ini menggunakan metode uji *gletjer*. Uji *gletjer* ini dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai *absolute residual*.

Tabel 5.4
Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Bantuan SPSS

	Model	T	Sig.
1	(Constant)	1,349	0,180
	Mutu Produk	1,400	0,164
	Mutu Pelayanan	-2,104	0,237
	Harga	-0,982	0,328
	Garansi	1,545	0,125

Sumber: Data diolah, 2022

Dari tabel 5.4 dapat digambarkan bahwa nilai output signifikansi t lebih besar dari nilai signifikansi 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah heterokedastisitas.

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi Linear berganda merupakan instrumen analisis data yang digunakan untuk mengukur pengaruh variable X terhadap variabel Y. Tujuannya adalah agar variable mutu produk (x1), mutu pelayanan (X2) harga (x3) dan garansi (X4) sedangkan variabel terikat adalah kepuasan kosumen (Y). berdasarkan analisis SPSS diperoleh tabel, sebagai berikut:

Tabel 5.5
Tabel Regresi Linear Berganda (Logaritma Natural)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.268	0,425	0.073	0,004	.528
	Mutu Produk	0,237	0,025	4.920	145	.000
	Mutu Pelayanan	0,358	0,021	8.993	149	.000
	Harga	0,425	0,003	0.073	4	.000
	Garansi	0,322	0,050	4.920	145	.000

Sumber: pengolahan data via SPSS, 2022

Dari tabel 5.5 di atas, diketahui nilai Regresi Linear Berganda berikut:

$$Y = -0,268 + 0,237 (X_1) + 0,358 (X_2) + 0,428 (X_3) + 0,322 (X_4) - 0,425$$

Dari hasil analisis dapat dijelaskan bahwa:

- Nilai konstanta menunjukkan nilai sebesar -0,268 yang artinya kepuasan konsumen terhadap kualitas jahitan akan tetap bertambah jika variable mutu produk, mutu pelayanan, harga, garansi, tidak memberikan pengaruh kepada kepuasan konsumen (Y). Dalam hal ini kepuasan konsumen bertambah dipengaruhi oleh variable lain diluar penelitian ini.
- Variabel mutu produk (X_1) bernilai 0,237, artinya pengaruh variable mutu produk terhadap kepuasan konsumen (Y) berkorelasi positif senilai 0,237 poin. Setiap variable mutu produk bertambah 1 poin maka akan berdampak pada naiknya nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,237.
- Variabel mutu pelayanan (X_2) bernilai 0,358, artinya pengaruh variable mutu pelayanan terhadap kepuasan konsumen (Y) berkorelasi positif senilai 0,358 poin. Setiap variable mutu pelayanan bertambah 1 poin maka akan berdampak pada naiknya nilai kepuasan konsumen sebesar 0,358.
- Variabel Harga (X_3) bernilai 0,425, artinya pengaruh variable harga terhadap kepuasan konsumen (Y) berkorelasi positif senilai 0,425 poin. Setiap variable harga bertambah 1 poin maka akan berdampak pada naiknya nilai kepuasan konsumen sebesar 0,425.
- Variabel garansi (X_4) bernilai 0,322 artinya pengaruh variabel garansi (X_4) terhadap kepuasan konsumen (Y) berkorelasi positif senilai 0,322 poin. Setiap variable garansi bertambah 1 poin maka, akan berdampak pada naiknya nilai kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,322.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F disebut juga dengan uji simultan. Uji statistik F pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh variabel independen secara simultan (bersama-sama) dalam menerangkan variasi variabel dependen, yang dalam penelitian ini uji F digunakan untuk menguji pengaruh Mutu Produk (X_1), Mutu Pelayanan (X_2), Harga (X_3) dan Garansi (X_4) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Adapun bentuk hipotesis statistik pengujiannya adalah: Hipotesis statistik:

$H_0 : F_{hitung} \leq F_{tabel}$: Artinya Mutu produk, mutu pelayanan, harga dan garansi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen

$H_a : F_{hitung} > F_{tabel}$: Artinya Mutu produk, mutu pelayanan, harga dan garansi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen

Apabila diperoleh nilai $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, dan sebaliknya apabila diperoleh nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Nilai dari F_{tabel} dapat di lihat dari tabel F dengan taraf signifikan pada level 5% dan jumlah sampel dikurangi dengan jumlah variabel, maka nilai F_{tabel} dari 150 sampel adalah 4,12.

Hipotesis:

H_0 : Nilai Mutu produk, mutu pelayanan, harga dan garansi tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen

Ha : Nilai Mutu produk, mutu pelayanan, harga dan garansi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen

Tabel 5.6
Hasil Uji Anova

ANOVA^a

	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0.073	4	0.018	0.557	.000 ^b
	Residual	4.920	145	.379		
	Total	8.993	149			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Garansi, Mutu Produk, Harga, Mutu Pelayanan

Sumber : pengelolaandata via spss 2022

Uji simultan dilakukan dengan membandingkan nilai F_{hitung} dengan nilai F_{tabel} , nilai F_{hitung} yang diperoleh adalah 3236219492.557 sedangkan nilai F_{tabel} diperoleh 4,12. Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima, sehingga produk, mutu pelayanan, harga dan garansi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Pengujian Hipotesis

Berdasarkan hasil hipotesisi diatas, diperoleh $3236219492.557 > 4,12$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya produk, mutu pelayanan, harga dan garansi secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada usaha penjahit Nova di Kabupaten Mimika. Sehingga hipotesis diterima.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t disebut juga sebagai uji signifikansi parsial. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen terhadap variabel dependen dengan menganggap variabel independen lainnya adalah konstan, yang dalam penelitian ini uji t digunakan untuk menguji pengaruh Mutu Produk (X_1), Mutu Pelayanan (X_2), Harga (X_3) dan Garansi (X_4) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Adapun bentuk hipotesa statistik pengujiannya adalah:

Hipotesis statistik:

H_0 : Jika nilai signifikan $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{table}$, maka terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y Artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara mutu produk terhadap kepuasan konsumen .

H_a : Jika nilai signifikan $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{table}$ maka tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y .

H_0 : $t_{hitung} \leq t_{tabel}$: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara mutu pelayanan terhadap kepuasan konsumen

H_a : $t_{hitung} > t_{tabel}$: Terdapat pengaruh yang signifikan antara mutu pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Ho : $t_{hitung} \leq t_{tabel}$: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen.

Ha : $t_{hitung} > t_{tabel}$: Terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen.

Ho : $t_{hitung} \leq t_{tabel}$: Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara garansi terhadap kepuasan konsumen.

Ha : $t_{hitung} > t_{tabel}$: Terdapat pengaruh yang signifikan antara garansi terhadap kepuasan konsumen.

Apabila diperoleh nilai $t_{hitung} \leq t_{tabel}$, maka Ho diterima dan Ha ditolak, dan sebaliknya apabila diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka Ho ditolak dan Ha diterima. Nilai dari t_{tabel} dapat dilihat dari tabel t dengan taraf signifikan pada level 5% dan jumlah sampel dikurangi dengan jumlah variabel, maka nilai t_{tabel} dari kepuasan konsumen (sampel) adalah 150. Dari hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 20 for windows, nilai masing-masing t_{hitung} dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 5.7
Tabel Uji T
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	-.268	.425		-.632	.528		
1 mutu produk	1.000	.000	.379	0.500	.000	.871	1.148
mutu pelayanan	1.000	.000	.365	0.139	.000	.776	1.289
Harga	1.000	.000	.343	0.445	.000	.786	1.273
Garansi	1.000	.000	.341	0.162	.000	.683	1.465

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Sumber : Pengolahan data via SPSS, 2022

Pengujian hipotesis :

Pengujian 1 : Nilai $t_{hitung} = 0,500$ dengan nilai signifikan 0,000 artinya Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian mutu produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha penjahit Nova. Dengan demikian hipotesis diterima.

Pengujian 2 : Nilai $t_{hitung} = 0,139$ dengan nilai signifikan 0,000 artinya Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian mutu pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha penjahit Nova. Dengan demikian hipotesis diterima.

Pengujian 3 : Nilai $t_{hitung} = 0,445$ dengan nilai signifikan 0,000 artinya Ha ditolak dan Ho diterima. Dengan demikian harga tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha penjahit Nova. Dengan demikian hipotesis ditolak.

Pengujian 4 : Nilai $t_{hitung} = 0,164$ dengan nilai signifikan 0,000 artinya Ho ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian garansi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha penjahit Nova. Dengan demikian hipotesis diterima.

Pengujian Hipotesis

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa: Mutu produk, Mutu pelayanan, Harga dan Garansi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen terhadap kepuasan konsumen pada usaha penjahit Nova di Kabupaten Mimika,. Dengan demikian hipotesis penelitian ini yang mengatakan bahwa diduga Mutu produk, Mutu pelayanan, Harga dan Garansi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha penjahit Nova di Kabupaten Mimika, diterima.

Dengan demikian hipotesis untuk variabel mutu produk, mutu pelayanan, harga dan garansi diterima.

PEMBAHASAN HASIL ANALISIS

Pengaruh Mutu produk terhadap kepuasan konsumen

Mutu produk atau jasa yaitu mengenai mutu produk atau jasa dilihat dari fisiknya. Silalahi (2010:12-13).

Sudaryono (2007:78-81) menyatakan bahwa, *satisfaction* berasal dari bahasa latin, yaitu *satis* yang berarti *enough* atau cukup dan *facere* yang berarti *to do* atau melakukan. Jadi produk atau jasa yang bisa memuaskan adalah produk atau jasa yang sanggup memberikan sesuatu yang dicari oleh konsumen sampai pada tingkat cukup (Handi Irawan, 2007). Dalam konteks teori *consumer behavior*, kepuasan lebih banyak didefinisikan dari perspektif pengalaman konsumen setelah mengonsumsi atau menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan adalah respons pemenuhan dari konsumen. Kepuasan adalah hasil penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan lebih atau kurang.

Berdasarkan analisis data diatas maka, diketahui bahwa mutu produk berpengaruh dalam kepuasan konsumen. Meningkatnya mutu produk pada usaha jahit Nova mampu membuat konsumen merasa puas. Begitupun sebaliknya dengan turunnya mutu produk konsumen akan tidak terpuaskan dan akan beralih ke penjahit lain.

Hasil jahitan penjahit Nova yang selalu rapi dan pas sesuai ukuran dengan *style* modern di badan dan presisi dan bergaya menarik jadi alasan konsumen menilai mutu produk Nova yang dianggap memuaskan. Dengan tidak adanya sisa benang pada jahitan, jahitan tidak berkerut, juga setelah di jahit pakaian akan di strika dan di lipat rapi, selain itu model jahitan selalu sesuai dengan keinginan konsumen, membuat konsumen merasa terpuaskan dan berpeluang untuk kembali menggunakan jasa penjahit Nova.

Pengaruh Mutu pelayanan terhadap kepuasan konsumen

Mutu pelayanan, berbagai jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh pelanggan tetapi bila pelayanan memenuhi harapan pelanggan maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan bermutu. Contohnya pelayanan pengaduan pelanggan yang segera diatasi atau diperbaiki bila Mutu pelayanan ini juga menjadi salah satu diantara variabel yang memberikan ada yang rusak. Silalahi (2010:12-13).

Pengaruh mutu pelayanan terhadap kepuasan konsumen penjahit nova. Hal tersebut dapat dilihat dari beberapa hal yang terlihat seperti waktu pengerjaan yang selalu sesuai kesepakatan, keramahan yang diberikan kepada konsumennya baik secara langsung maupun juga melalui media

online, serta mempunyai penjahit nova menyampaikan informasi kepada konsumen secara baik dan jelas.

Pengaruh Harga terhadap kepuasan konsumen

Harga adalah hal yang paling sensitif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain. Silalahi (2010:12-13).

Dalam penelitian ini juga diungkap bahwa Harga yang ditawarkan oleh Penjahit nova membuat konsumen merasa puas. Hal ini berarti konsumen merasa bahwa harga yang diberikan kepada mereka telah adil serta terjangkau. Dengan adanya tawaran keringanan harga apabila konsumen mengajukan lebih banyak permintaan juga membuat konsumen merasa puas dengan Penjahit Nova.

Pengaruh Garansi terhadap kepuasan konsumen

Garansi, pelanggan akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanan yang tidak membahayakan pelanggan tersebut. Silalahi (2010:12-13).

Yang menjadi faktor terakhir dalam hal yang menentukan kepuasan konsumen Penjahit Nova adalah Garansi. Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa Garansi yang ditawarkan mempengaruhi kepuasan konsumen. Beberapa bentuk garansi yang ditawarkan seperti diberikannya perbaikan pada pakaian yang tidak sesuai ukuran, juga diberikan penggantian pakaian apabila penjahit melakukan kesalahan yang menyebabkan kerusakan pada pakaian.

KESIMPULAN

Hasil analisis dari penelitian ini menunjukkan bahwa: Mutu produk, Mutu pelayanan, Harga dan Garansi, berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Penjahit Nova di Kabupaten Mimika.

Saran

Diharapkan agar pada usaha penjahit Nova agar selalu memperhatikan dan mempertahankan mutu produk, Mutu pelayanan, Harga dan Garansi sehingga kualitas usahanya tetap terjamin agar pelanggannya tidak berpindah ke penjahit lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. Manajemen Pemasaran Dasar, konsep dan Strategi. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007, Hal. 3-4
- Ali Ramadhan, M Nurul "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan servis berkala pada dealer Nissan basuki ramhat di kota Surabaya." Skripsi Sarjana, Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, 2013, Hal. 21-22.
- Dewi, Okkarisma Diastiti. "Pengaruh Jenis Usaha, Ukuran Perusahaan Dan Financial Leverage Terhadap Tindakan Perataan Laba Pada Perusahaan Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia (Studi Empiris Di Bursa Efek Indonesia)." Skripsi Sarjana Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro, Semarang, 2010, Hal. 39-40.

- Enjel, Sesi. "Peran Usaha Mikro Kecil Menengah (Umkh) Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Kasus: Agen Kelapa Sawit Di Desa Sungai Badak Kecamatan Mesuji)." Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Bandar Lampung, 2019. Hal. 17-21.
- Ekonomi,OKEZONE com,Senin 01 juni 2020
- Fajar, Muhammad. "Konsentrasi Spasial Industri Kecil dan Menengah (IKM) di Provinsi Lampung Tahun 2016."Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, Bandar Lampung, 2017. Hal 21.
- Hermelina. "Pelaksanaan Sistem Upah Jasa Penjahit Pada Ambassador Rumah Batik Kota Bengkulu Perspektif Ekonomi Islam." Skripsi Sarjana, Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (Iain) Bengkulu, Bengkulu, 2020, Hal. 35-36.
- Ihsan, Nurul. "Tinjauan Mengenai Bentuk Bentuk Perusahaan Dalam Konsep Ekonomi Konvensional Dan Fiqh Islam," Jurnal Ekonomi Islam Vol. 3 Nomor 1 (April 2013) Hal. 169-170, 172-183.
- Kasmir dan Jakfar. Studi Kelayakan Bisnis Edisi Revisi. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012. Hal. 42.
- Listriana, Rosari Lourdesta. "Analisis Hubungan Antara Karakteristik Konsumen Dengan Sikap Konsumen Produk Fashion Di Matahari Departement Store." Skripsi Sarjana Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, Yogyakarta, 2006, Hal. 30.
- Maulida. "Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Melalui Keterampilan Menjahit(Studi Di Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat Gampong Dayah Blang Kecamatan Kembang Tanjung Kabupaten Pidie)." Skripsi Sarjana Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh, Banda Aceh, 2019, Hal. 13 dan 22
- Pebriati, Lili "Analisis Deskriptif Tentang Minat Belajar Siswa Pada Jurusan Akuntansi Di Sekolah Menengah Kejuruan Negeri 1 Tapung," Skripsi Sarjana, Jurusan Pendidikan Ekonomi Fakultas Tarbiyah Dan Keguruan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Pekanbaru, 2019, Hal. 26.
- Priyatno, D. (2013). Mandiri Belajar Analisi Data Dengan SPSS. Yogyakarta.
- Rusdin, La. "Analisis Kepuasan Konsumen terhadap kualitas layanan Manajemen Klub Golf Rimba Irian di Kabupaten Mimika."Skripsi Sarjana, Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan STIE Jembatan Bulan, Timika, 2018, Hal. 14-15 dan 20-22
- Sudaryono. Manajemen Pemasaran Teori dan Implementasi. Yogyakarta: C.V ANDI OFFSET, 2016, Hal. 51-52 dan 67-69, 78-81
- Sonda Julian, Hysman. "Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Rokok a Mild Sampoerna di Kabupaten Mimika." Skripsi Sarjana, Program Studi Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan STIE Jembatan Bulan, Timika, 2018, Hal. 7,9-11, 28-29
- Silalahi Theresia, Martina. "Analisis Kepuasan Konsumen Terhadap Kualitas Jasa Studi Kasus Pada Konsumen Rinjani Travel Agen Pusat Yogyakarta," Skripsi Sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, Yogyakarta, 2010, Hal. 7-8- 9-12 -13 dan 20-21
- Setiaja YH. Panggih. "Faktor-faktor yang mempengaruhi Produksi Industri Kecil batu bata di Kabupaten Pring sewu (studi kasus di desa waluyojati)."Skripsi Sarjana, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung, Bandar Lampung, 2018, Hal 10-11.
- Soo, Emilianus. "Analisis Kelayakan Usaha Industri Bandeng Presto Skala Rumah Tangga di Kelurahan Tambak Dono, Kecamatan Pakal Surabaya."Skripsi Sarjana, Fakultas Pertanian Universitas Wijaya Putra, Surabaya, 2013, Hal. 17-18.

- Siregar, Syofian. Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013, Hal. 301
- Try Cahyo, Antonius Chandra. "Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat berwirausaha pada mahasiswa." Skripsi Sarjana Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, Yogyakarta, 2010, Hal. 34
- Teresia "Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Studi Pada Konsumen Industri Salon Di Area Tajem Yogyakarta." Skripsi Sarjana, Program Studi Manajemen Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta 2018, Hal. 22-26.
- Yanama, Rindi. "Pengaruh Program Pelatihan Menjahit Terhadap Kemandirian Alumni Peserta Didik Di Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat (Pkbm) Citra Ilmu Kabupaten Semarang." Skripsi Sarjana Jurusan Pendidikan Luar Sekolah Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Semarang, Semarang, 2015, Hal. 25