Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X **(Printed)**
6(1) 2026, Page: 21017-21026

Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Desain Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Jahit Konveksi Sei Rakyat

Mayang Sari[1]; Yuniman Zebua[2]; Fadzil Hanafi Asnora[3]
[1]Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Labuhanbatu
[23]Universitas Islam Labuhanbatu
Corresponding Author: Mayang Sari, mayangsari72820@gmail.com

Published: April , 2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality and design on customer satisfaction at Sei Rakyat Convection Tailoring Business. This research uses a quantitative approach with a saturated sampling technique, where all 90 customers were taken as research samples. Data were collected through questionnaires that had been tested for validity and reliability, and then analyzed using multiple linear regression analysis. The results show that simultaneously service quality and design have a significant effect on customer satisfaction. Partially, design has a significant effect on customer satisfaction, while service quality does not have a significant effect. The coefficient of determination indicates that service quality and design explain 29.1% of customer satisfaction, while the remaining percentage is influenced by other factors outside this study. This research is expected to provide evaluation input for business owners in improving customer satisfaction through better design and service quality.

Keywords: *Service Quality, Design, Customer Satisfaction*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan desain terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Jahit Konveksi Sei Rakyat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik sampling jenuh, di mana seluruh populasi sebanyak 90 pelanggan dijadikan sebagai sampel penelitian. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya, kemudian dianalisis menggunakan uji regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan desain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara parsial, variabel desain berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan desain mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 29,1%, sementara sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pelaku usaha dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui perbaikan aspek desain dan pelayanan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Desain, Kepuasan Pelanggan

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

Dalam era persaingan bisnis yang semakin ketat, kepuasan pelanggan telah menjadi elemen sentral yang menentukan keberlanjutan suatu usaha. Pelanggan tidak lagi hanya mencari produk atau jasa fungsional, tetapi juga menginginkan pengalaman yang menyeluruh dan memuaskan. Dua faktor utama yang secara signifikan berkontribusi terhadap terciptanya kepuasan tersebut adalah kualitas pelayanan dan desain.

Usaha Jahit Konveksi Sei Rakyat merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang jasa menjahit pakaian sesuai dengan permintaan konsumen. Usaha ini berupaya memberikan pelayanan yang baik serta menawarkan berbagai desain jahitan yang mengikuti kebutuhan dan selera pelanggan. Namun demikian, tingkat kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh satu faktor saja, melainkan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan desain yang diberikan secara keseluruhan.Berdasarkan uraian tersebut, maka perlu dilakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana pengaruh kualitas pelayanan

dan desain terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Jahit Konveksi Sei Rakyat. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi bagi pemilik usaha dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan desain jahitan guna menciptakan kepuasan pelanggan yang lebih optimal.

Usaha jasa jahit Konveksi Sei Rakyat merupakan usaha yang bergerak di bidang pelayanan jasa menjahit pakaian sesuai dengan permintaan konsumen. Usaha ini berlokasi di Desa Sei Rakyat. Konveksi Sei Rakyat dikenal sebagai salah satu usaha jahit yang cukup diminati masyarakat karena hasil jahitannya yang rapi, pelayanan yang baik, serta harga yang relatif terjangkau dibandingkan dengan usaha jahit lainnya.(Nisa et al., 2024)

Pemilik usaha Konveksi Sei Rakyat adalah irawati. Usaha ini telah berdiri sejak tahun 2019 dan masih beroperasi hingga sekarang. Konveksi Sei Rakyat melayani berbagai jenis pesanan jahitan, seperti pembuatan baju pesta wanita, jilbab, kemeja pria, seragam kantor dan guru, seragam sekolah, rok, celana, serta jenis pakaian lainnya(Ginting et al., 2025)

Lokasi usaha yang strategis dan berada di tepi jalan raya memudahkan konsumen untuk menemukan tempat ini, sehingga Konveksi Sei Rakyat semakin dikenal oleh masyarakat sekitar. Selain menyediakan jasa menjahit, usaha ini juga menjual berbagai perlengkapan menjahit, seperti benang, resleting, manik-manik, kancing dengan berbagai model, kain, viseline (pelapis kain), serta perlengkapan menjahit lainnya.(Nadrah, 2022)(Nadrah, 2022). Usaha jahit konveksi Sei Rakyat merupakan salah satu usaha kecil dan menengah yang bergerak di bidang jasa jahit pakaian untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dalam menjalankan usahanya, pelaku usaha jahit menghadapi persaingan yang semakin ketat sehingga perlu memperhatikan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan penting karena pelanggan yang puas cenderung melakukan pemesanan kembali dan merekomendasikan jasa jahit kepada orang lain.(Lena & Syahputra, 2025)

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor determinan yang secara langsung membentuk tingkat kepuasan pelanggan karena menyentuh aspek interaksi dan pengalaman langsung konsumen dalam mengonsumsi suatu produk atau jasa. Dalam konteks bisnis modern, pelanggan tidak lagi menilai suatu usaha hanya dari hasil akhir produk, tetapi juga dari proses pelayanan yang diterima, mulai dari keramahan staf, kecepatan respons, ketepatan waktu, hingga kesigapan dalam menangani keluhan. Ketika pelayanan yang diberikan konsisten, andal, dan melebihi harapan, pelanggan cenderung merasa dihargai dan nyaman, sehingga timbul rasa puas yang berpotensi melahirkan loyalitas jangka panjang. Sebaliknya, pelayanan yang buruk, meskipun produk berkualitas baik, sering menjadi penyebab utama pelanggan beralih ke pesaing. Dengan demikian, kualitas pelayanan berfungsi sebagai jembatan emosional antara produsen dan konsumen, di mana setiap sentuhan layanan meninggalkan kesan yang dapat memperkuat atau merusak persepsi pelanggan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan harus menjadi prioritas strategis karena dampaknya yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan, yang pada gilirannya berkontribusi pada keberlanjutan dan keunggulan kompetitif usaha. Pada usaha jahit konveksi Sei Rakyat, pelayanan yang baik dapat dilihat dari ketepatan waktu penyelesaian pesanan, sikap ramah dalam melayani pelanggan, kemampuan memahami kebutuhan pelanggan, serta hasil jahitan yang sesuai dengan keinginan pelanggan. Pelayanan yang kurang baik dapat menyebabkan menurunnya tingkat kepuasan pelanggan (Fitra Nahar Rizky et al., 2025)

Selain kualitas pelayanan, desain juga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, terutama dalam konteks usaha konveksi dan penjahit rumahan di mana produk yang dihasilkan sangat berkaitan dengan selera, gaya, dan identitas pemakainya. Dalam industri jahit-menjahit, desain tidak hanya mencakup model atau potongan pakaian, tetapi juga meliputi pemilihan warna, motif, detail jahitan, serta kesesuaian bentuk dengan postur tubuh pelanggan. Seorang penjahit atau pelaku konveksi yang mampu menawarkan variasi desain yang kekinian, kreatif, dan dapat disesuaikan dengan tren mode akan lebih mudah menarik perhatian pelanggan sekaligus memenuhi harapan mereka akan pakaian yang tidak hanya nyaman dipakai tetapi juga menarik secara visual. Pelanggan yang merasa bahwa desain yang dihasilkan sesuai dengan keinginan, kepribadian, maupun kebutuhan acara tertentu cenderung akan merasa puas dan bahkan cenderung kembali untuk pesanan berikutnya. Sebaliknya, desain yang monoton, ketinggalan zaman, atau tidak presisi terhadap ukuran tubuh justru dapat menimbulkan kekecewaan meskipun pelayanan yang diberikan ramah dan cepat. Dengan demikian, dalam usaha konveksi dan penjahit rumahan, desain berperan sebagai nilai tambah yang membedakan

satu usaha dengan usaha lain, dan ketika desain mampu melebihi ekspektasi pelanggan, maka kepuasan pelanggan akan tercapai secara lebih optimal. Desain pakaian yang menarik dan sesuai dengan selera pelanggan dapat meningkatkan nilai dari hasil jahitan. Dalam usaha jahit konveksi, kemampuan penjahit dalam mewujudkan ide pelanggan ke dalam desain yang sesuai menjadi salah satu faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan (Clarissa et al., 2025).

LANDASAN TEORI

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan atau merupakan unsur penting dalam membentuk kepuasan dan loyalitas pelanggan. Secara umum, kualitas pelayanan dapat dibedakan menjadi pelayanan yang baik dan pelayanan yang kurang baik.Kualitas pelayanan bersifat dinamis dan dapat mengalami perubahan seiring dengan perkembangan kebutuhan pelanggan,tren pasar, dan kemajuan teknologi. Oleh karena itu, perusahaan perlu memiliki kemampuan dan kesiapan untuk terus berinovasi dalam memberikan pelayanan terbaik. Kualitas pelayanan menjadi faktor kunci dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang positif (Rizki & Narundana, 2024). Kualitas pelayanan bisa dinyatakan suatu penyesuaian terhadap karakteristik, dimana ini dianggap fungsi titik pada keunggulan untuk memenuhi apa yang konsumen butuhkan (Mootalu et al., 2022). Kualitas pelayanan menjadi salah satu kunci keberhasilan diberbagai perusahaan perusahaan harus mulai mempertimbangkanpentingnya kualitas pelayanan secara lebih matang, dikarenakan hal ini mendasaribahwa kualitas pelayanan kepada pelanggan termasuk aspek vital pada bisnis (Muzakqi& Zaki, 2024). Indikator kualita pelayanan menurut Parasuraman et al. dalam (Hasan, 2020) yaitu; 1) bukti fisik; 2) keandalan; 3) daya tangggap, dan; 4) jaminan.

Desain

Desain adalah sebagai alat manajemen untuk menterjemahkan hasil kegiatan penelitian dan pengembangan yang dilakukan sebelum menjadi rancangan yang nyata yang akan diproduksi dan dijual dengan menghasilkan laba.(Yani & Harsy, 2021)mengemukakan, terdapat tujuh parameter desain yaitu ciri-ciri, kinerja, kesesuaian, tahan lama, tahan uji, kemudahan perbaikan dan model. Menurut (Nisa et al., 2024) sebagaimana dikutip dari stanton, desain merupakan salah satu aspek pembentuk citra produk.Perusahaan juga semakin menyadari pentingnya nilai pemasaran dari desain,terutama desain penampilannya.Dua faktor di dalam desain adalah warna dan kualitas.Proses desain pada umumnya perhitungkan aspek fungsi, estetik dan berbagai macam aspek lainnya. Indikator dalam menentukan desain produk menurut (Febriana & Hutasoit, 2025) meliputi beberapa aspek yang digunakan untuk menilai kesesuaian dan kualitas desain yaitu; 1) kesesuaian desain dengan keinginan pelanggan; 2) model mengikuti trend; 3) estetika /pelampilan desain, dan; 4) kualitas desain hasil jahitan.

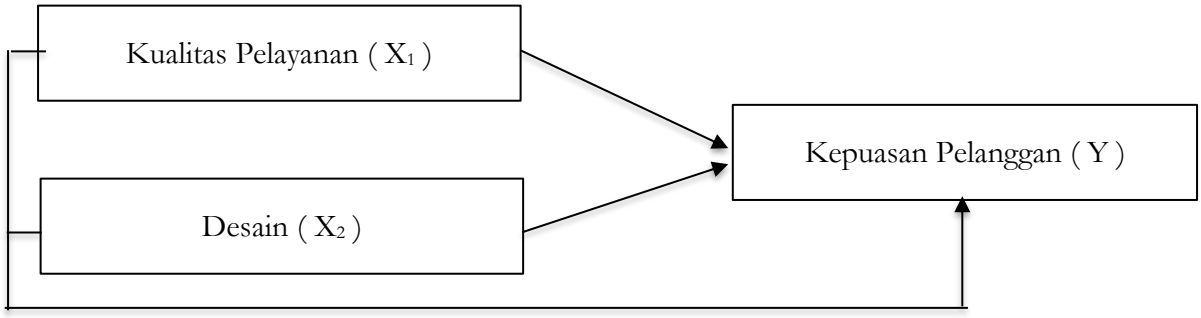
Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu ukuran dalam menilai hasil dari produk atau layanan yang diberikan. Menurut (Azam & Mauluddiyah, 2021), kepuasan pelanggan adalah perasaan yang muncul setelah membandingkan kinerja produk atau layanan dengan harapan yang dimiliki. Apabila kinerja yang diterima lebih rendah dari harapan, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Sebaliknya, jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas. Dalam manajemen pelayanan, kepuasan pelanggan berkaitan dengan loyalitas dan citra usaha. Tingkat kepuasan yang baik dapat mendorong pelanggan untuk menggunakan kembali produk atau layanan yang sama. Selain itu, kepuasan pelanggan juga dapat memengaruhi penyampaian pengalaman kepada orang lain secara positif (Naraswati et al., 2024). Kepuasan terhadap hasil jahitan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu desain dengan harapan -hatapannya (Pelanggan & Ilham Umarudin Putra, 2022) Kepuasan terhadap hasil jahitan dalam penelitian ini diukur melalui beberapa indikator yang menggambarkan penilaian pelanggan terhadap hasil pelayanan yang diterima, yaitu; 1) kepuasan terhadap hasil jahitan; 2) kepuasan terhadap pelayanan; 3) kesesuaiaan hasil dengan harapan, dan; 4) keinginan menggunakan jasa kembali

.

KERANGKA KONSEPTUAL

Kerangka konsep merupakan susunan konstruksi logika berpikir yang disusun secara sistematis untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti (Iriani, 2020). Kerangka konsep dalam penelitian ini menggambarkan keterkaitan antara variabel independen dan variabel dependen yang disusun berdasarkan landasan teori yang relevan. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan dan desain, sedangkan variabel dependen adalah kepuasan pelanggan.



Gambar 2. 1. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian ini menggambarkan hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini terdiri dari modal usaha (X_1), lama usaha (X_2), dan inovasi desain (X_3), sedangkan variabel dependen adalah kinerja UMKM penjahit rumahan (Y). Modal usaha, lama usaha, dan inovasi desain diduga memiliki pengaruh secara parsial terhadap kinerja UMKM penjahit rumahan. Selain itu, ketiga variabel independen tersebut juga diduga secara simultan berpengaruh terhadap kinerja UMKM penjahit rumahan. Hubungan antarvariabel dalam penelitian ini dianalisis menggunakan metode regresi linear berganda.

HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis penelitian merupakan dugaan sementara dari masalah penelitian ,walaupun dugaan sementara ,hipotesis penting artinya untuk memberikan batasan pada penelitian sehingga pengumpulan data yang akan dilaksanakan terfokus pada hipotesis tersebut (sugiyono) maka hipotesis dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut :

H_1: Diduga Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Pada usaha Jahit Konveksi Sei Rakyat.

H_2: Diduga Desain secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha jahit Konveksi Sei Rakyat.

H_3: Diduga Kualitas pelayanan dan desain secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Jahit Konveksi Sei Rakyat.

METODE

Penelitian ini dilaksanakan pada Usaha Jahit Konveksi Sei Rakyat di Desa Sei Rakyat, dipilih karena kondisi usahanya yang aktif dengan jumlah pelanggan cukup banyak. Waktu penelitian berlangsung dari November hingga Desember 2025. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu mengumpulkan data angka dari jawaban pelanggan melalui kuesioner untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan desain terhadap kepuasan pelanggan (Sugiyono, 2023). Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan yang pernah menggunakan jasa jahit dalam periode penelitian, berjumlah 90 orang. Karena jumlah populasi kurang dari 100, teknik sampling jenuh digunakan sehingga seluruh populasi menjadi sampel (90 responden). Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala Likert. Variabel penelitian meliputi kualitas pelayanan (X1) dengan indikator bukti fisik, keandalan, daya tanggap, dan jaminan; desain (X2) dengan indikator kesesuaian desain, tren, estetika, dan kualitas hasil; serta kepuasan pelanggan (Y) dengan indikator kepuasan hasil, layanan, kesesuaian harapan, dan minat menggunakan kembali. Analisis data dilakukan dengan bantuan SPSS. Uji validitas menggunakan korelasi Product Moment Pearson (r hitung > r tabel). Uji reliabilitas menggunakan Cronbach Alpha (>0,60). Uji normalitas, multikolinearitas (VIF < 10, Tolerance > 0,1), dan heteroskedastisitas dilakukan sebagai uji asumsi klasik. Uji t digunakan

untuk menguji pengaruh parsial, uji F untuk pengaruh simultan, dan uji koefisien determinasi (R^2) untuk mengukur kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen...

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas adalah dilakukan untuk mengetahui sejauh mana item pernyataan dalam kuesioner mampu mengukur variabel yang diteliti secara tepat dan akurat. Uji ini membandingkan nilai r-hitung dengan r-tabel. Jika r-hitung lebih besar dari r-tabel, maka item pernyataan dinyatakan valid. Dengan demikian hasil uji validitas ditampilkan pada tabel berikut :

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Vaiabel	Indikator	R-Hitung	R-Tabel	Keterangan
Kualitas Layanan X1	X1.1	0,2287	0,491	Valid
	X1.2	0,2287	0,538	Valid
	X1.3	0,2287	0,450	Valid
	X1.4	0,2287	0,458	Valid
	X1.5	0,2287	0,400	Valid
	X1.6	0,2287	0,657	Valid
	X1.7	0,2287	0,538	Valid
	X1.8	0,2287	0,550	Valid
Desain X2	X2.1	0,2287	0,712	Valid
	X2.2	0,2287	0,688	Valid
	X2.3	0,2287	0,578	Valid
	X2.4	0,2287	0,648	Valid
	X2.5	0,2287	0,742	Valid
	X2.6	0,2287	0,669	Valid
	X2.7	0,2287	0,613	Valid
	X2.8	0,2287	0,232	Valid
Kepuasan Pelanggan Y	Y1.1	0,2287	0,401	Valid
	Y1.2	0,2287	0,662	Valid
	Y1.3	0,2287	0,548	Valid
	Y1.4	0,2287	0,662	Valid
	Y1.5	0,2287	0,673	Valid
	Y1.6	0,2287	0,610	Valid
	Y1.7	0,2287	0,546	Valid
	Y1.8	0,2287	0,606	Valid

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel Kualitas Layanan (X1), Desain (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan valid. Hal ini dibuktikan dengan nilai r-hitung setiap indikator yang lebih besar dari r-tabel sebesar 0,2287. Setiap item dari X1.1 sampai X1.8, X2.1 sampai X2.8, serta Y1.1 sampai Y1.8 memenuhi kriteria kelayakan instrumen. Dengan demikian, seluruh butir kuesioner mampu mengukur variabel penelitian secara tepat dan konsisten sesuai dengan konsep yang diteliti. Artinya, instrumen penelitian layak digunakan untuk analisis lebih lanjut karena memiliki tingkat ketepatan pengukuran yang baik.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi instrumen penelitian dalam mengukur variabel. Uji ini menggunakan nilai Cronbach's Alpha. Jika nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60, maka instrumen dinyatakan reliabel. Artinya, kuesioner mampu memberikan hasil yang stabil dan konsisten apabila digunakan berulang kali dalam kondisi yang sama.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics			
Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Items	Keterangan
Kualitas Layanan X1	0,709	9	Reliabel

Desain X2	0,750	9	Reliabel
Kepuasan Planggan Y	0,742	9	Reliabel

Sumber : Data Penelitian 2026

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, nilai Cronbach's Alpha untuk Kualitas Layanan (0,709), Desain (0,750), dan Kepuasan Pelanggan (0,742) berada di atas batas minimum 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh variabel penelitian memiliki tingkat konsistensi internal yang baik. Dengan jumlah item masing-masing 9 per variabel, instrumen dinyatakan reliabel karena mampu memberikan hasil yang stabil dan konsisten ketika digunakan dalam pengukuran. Dengan demikian, kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data, sehingga hasil analisis selanjutnya dapat dianggap memiliki tingkat keandalan yang memadai.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji normalitas adalah dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Pengujian ini penting karena analisis regresi mengharuskan data residual berdistribusi normal. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data dinyatakan normal. Dengan demikian, model regresi dapat digunakan untuk analisis lebih lanjut.

Tabel 4. Hasil Uji Normalitas

One Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		72
Normal Parameters [a.b]	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,94323250
	Absolute	,101
	Positive	,101
	Negative	-,069
Test Statistic		,101
Asymp. Sig. (2-Tailed)		,064[c]

Sumber : Data Penelitian 2026

Hasil uji normalitas menggunakan One Sample Kolmogorov-Smirnov menunjukkan nilai Asymp. Sig (2-tailed) sebesar 0,064 yang lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti data residual berdistribusi normal. Nilai statistik uji sebesar 0,101 dengan jumlah sampel 72 juga mendukung bahwa penyebaran data tidak menyimpang dari distribusi normal. Dengan terpenuhinya asumsi normalitas, maka model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak untuk dianalisis lebih lanjut. Normalitas data menunjukkan bahwa kesalahan prediksi tersebar secara wajar dan tidak bias, sehingga hasil analisis regresi dapat diinterpretasikan secara akurat dan ilmiah.

Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang tinggi antar variabel independen dalam model regresi. Pengujian ini menggunakan nilai Tolerance dan VIF. Jika nilai Tolerance lebih dari 0,10 dan VIF kurang dari 10, maka tidak terjadi multikolinearitas. Artinya, variabel bebas tidak saling mempengaruhi secara berlebihan.

Tabel 5. Hasil Uji Multikolinearitas

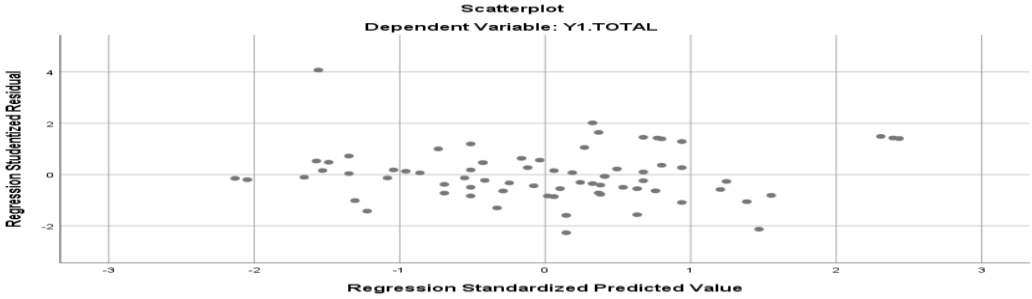
Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Layanan (X1)	0,676	1,480
Desain (X2)	0,676	1,480

Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai Tolerance pada variabel Kualitas Layanan (X1) dan Desain (X2) sebesar 0,676, sedangkan nilai VIF sebesar 1,480. Nilai tolerance yang lebih besar dari 0,10 dan VIF yang lebih kecil dari 10 menunjukkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel independen. Artinya, variabel X1 dan X2 tidak saling berkorelasi secara tinggi dan masing-

masing memiliki pengaruh yang independen terhadap variabel dependen. Dengan demikian, model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi klasik multikolinearitas dan dapat digunakan untuk menguji pengaruh variabel secara simultan maupun parsial.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah dilakukan untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians residual pada model regresi. Model regresi yang baik tidak mengalami heteroskedastisitas. Jika tidak terdapat pola tertentu atau nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka model dinyatakan bebas dari heteroskedastisitas.



Gambar 2. Scatterplot Hasil Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas (tidak ditampilkan nilai signifikan yang menunjukkan gejala tertentu), dapat diinterpretasikan bahwa model regresi tidak mengalami masalah heteroskedastisitas yang serius. Hal ini berarti varians residual cenderung konstan pada setiap nilai prediktor. Dengan tidak adanya gejala heteroskedastisitas, model regresi memenuhi salah satu asumsi klasik yang penting dalam analisis regresi linear. Kondisi ini menunjukkan bahwa kesalahan prediksi tersebar secara merata dan tidak membentuk pola tertentu, sehingga estimasi koefisien regresi dapat dianggap efisien, tidak bias, dan layak digunakan dalam pengujian hipotesis penelitian.

Hasil Uji Hipotesis

Uji t (Parsial)

Uji t (parsial) adalah dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka variabel tersebut berpengaruh signifikan secara individu.

Tabel 7. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients (B)	Std. Error	Standardized Coefficients (Beta)	t	Sig.
(Constant)	13.005	4.134		3.145	.002
X1.Kualitas Layanan	.079	.148	.066	.535	.594
X2.Desain	.500	.124	.499	4.049	.000

Hasil pengujian hipotesis secara parsial (uji t) menunjukkan temuan yang menarik mengenai pengaruh masing-masing variabel independen terhadap kepuasan pelanggan pada Usaha Jahit Konveksi Sei Rakyat. Variabel kualitas pelayanan (X1) memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,594 dengan t hitung 0,535. Karena nilai signifikansi tersebut jauh di atas ambang batas 0,05 dan t hitung lebih kecil dari t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun pelayanan yang diberikan oleh usaha jahit tersebut berjalan dengan baik, namun bukan merupakan faktor utama yang mendorong munculnya rasa puas pada diri pelanggan (Ritonga, at all, 2025). Sebaliknya, variabel desain (X2) menunjukkan hasil yang sangat signifikan dengan nilai signifikansi 0,000 dan t hitung sebesar 4,049. Nilai signifikansi yang jauh di bawah 0,05 ini membuktikan bahwa desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, semakin baik kemampuan usaha jahit dalam menciptakan dan menyesuaikan desain pakaian sesuai keinginan serta tren pelanggan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Temuan ini memperkuat argumen bahwa dalam industri jahit konveksi, aspek desain memegang

peranan yang sangat krusial karena berkaitan langsung dengan hasil akhir yang terlihat dan dirasakan oleh pelanggan.

Secara keseluruhan, hasil uji parsial ini menunjukkan bahwa hanya variabel desain yang terbukti memberikan pengaruh nyata terhadap kepuasan pelanggan, sementara kualitas pelayanan tidak memberikan kontribusi yang bermakna secara statistik. Hal ini mengindikasikan bahwa faktor desain memiliki peran yang lebih dominan dan determinan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan pada Usaha Jahit Konveksi Sei Rakyat dibandingkan dengan faktor kualitas pelayanan. Pelanggan cenderung lebih mementingkan apakah desain jahitan yang dihasilkan sesuai dengan keinginan, mengikuti tren terkini, serta memiliki estetika dan kualitas yang baik, dibandingkan dengan aspek pelayanan seperti bukti fisik, keandalan, daya tanggap, atau jaminan yang diberikan oleh pihak usaha.

Uji F (Simultan)

Uji F adalah dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Tabel 6 Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	252.607	2	126.303	14.170	.000[b]
Residual	615.046	69	1.914		
Total	867.653	71			

Hasil pengujian hipotesis secara simultan atau bersama-sama melalui uji F menunjukkan nilai F hitung sebesar 14,170 dengan tingkat signifikansi 0,000. Nilai signifikansi tersebut jauh lebih kecil dari batas alpha yang ditetapkan yaitu 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini dinyatakan layak dan signifikan secara statistik. Temuan ini mengindikasikan bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan desain (X2) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada Usaha Jahit Konveksi Sei Rakyat. Nilai F hitung sebesar 14,170 yang melampaui nilai F tabel menunjukkan bahwa kontribusi gabungan dari kedua variabel independen tersebut mampu menjelaskan variasi yang terjadi pada kepuasan pelanggan secara bermakna. Dengan kata lain, model regresi yang dibangun dalam penelitian ini dinilai mampu menggambarkan hubungan antara variabel independen dan dependen secara bersama-sama dengan tingkat kecocokan yang baik. Hal ini memperkuat bahwa pendekatan yang menggunakan dua variabel prediktor sekaligus dalam menganalisis kepuasan pelanggan merupakan langkah yang tepat dan relevan. Berdasarkan hasil uji F tersebut, hipotesis yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan desain secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dapat diterima. Temuan ini memberikan implikasi penting bagi pengelola Usaha Jahit Konveksi Sei Rakyat bahwa peningkatan kepuasan pelanggan tidak cukup hanya dengan mengandalkan salah satu faktor saja, melainkan memerlukan upaya yang terintegrasi antara peningkatan kualitas pelayanan dan perbaikan desain jahitan secara bersamaan. Ketika kedua aspek tersebut ditingkatkan secara simultan—misalnya pelayanan yang lebih responsif dan ramah diiringi dengan desain yang lebih inovatif dan sesuai tren—maka dampaknya terhadap kepuasan pelanggan akan jauh lebih signifikan dibandingkan jika hanya satu aspek yang ditingkatkan. Dengan demikian, strategi pengembangan usaha ke depan hendaknya mempertimbangkan kedua variabel ini secara holistik dan tidak terpisahkan

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi adalah dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai R^2 menunjukkan persentase kontribusi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dalam model penelitian.

Tabel 8. Hasil Uji Koefisien Determinansi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.540[a]	.291	.271	2,98558

Hasil pengujian koefisien determinasi dalam penelitian ini menunjukkan nilai R Square sebesar 0,291 atau 29,1%, sementara nilai Adjusted R Square tercatat sebesar 0,271 atau 27,1%. Angka ini memberikan makna bahwa kemampuan variabel independen, yaitu kualitas pelayanan dan desain, dalam menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel dependen kepuasan pelanggan hanya mencapai 29,1%. Dengan kata lain, kontribusi gabungan dari kedua variabel tersebut terhadap perubahan tingkat kepuasan pelanggan pada Usaha Jahit Konveksi Sei Rakyat relatif terbatas, yakni kurang dari sepertiga dari keseluruhan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Sisanya yang sangat besar, yaitu sebesar 70,9% dari variasi kepuasan pelanggan, dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model penelitian ini. Faktor-faktor tersebut dapat meliputi aspek harga jasa jahit, kecepatan pengerjaan, lokasi usaha yang strategis, promosi yang dilakukan, kualitas bahan yang digunakan, pelayanan purna jual, serta faktor hubungan personal antara pemilik usaha dan pelanggan. Selain itu, faktor eksternal seperti kondisi ekonomi, tren mode yang terus berubah, serta rekomendasi dari sesama pelanggan juga dapat turut mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Nilai R sebesar 0,540 yang diperoleh menunjukkan bahwa hubungan antara variabel independen secara simultan dengan variabel dependen tergolong cukup kuat, karena berada dalam rentang 0,40 hingga 0,60. Korelasi yang positif ini mengindikasikan bahwa ketika kualitas pelayanan dan desain ditingkatkan secara bersama-sama, maka kepuasan pelanggan cenderung ikut meningkat, meskipun besarnya pengaruh tersebut tidak terlalu dominan.

Secara keseluruhan, nilai Adjusted R Square yang lebih rendah dibandingkan R Square mencerminkan bahwa model regresi yang digunakan telah mempertimbangkan jumlah variabel independen yang terbatas, sehingga masih memberikan ruang yang luas bagi variabel-variabel lain untuk turut berkontribusi. Dengan demikian, model penelitian ini memiliki kemampuan penjelasan yang tergolong sedang, bukan lemah maupun sangat kuat. Temuan ini sekaligus membuka peluang bagi peneliti selanjutnya untuk memperluas cakupan penelitian dengan menambahkan variabel-variabel lain yang diduga lebih dominan dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan pada usaha jahit konveksi, seperti harga, kecepatan pelayanan, atau kualitas bahan baku..

KESIMPULAN

Berdasarkan rumusan masalah, hipotesis, dan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan metode analisis regresi linier berganda menunjukkan adanya pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X1) dan Desain (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Usaha Jahit Konveksi Sei Rakyat. Kesimpulan ini diperoleh dari data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada 90 responden dengan teknik sampling jenuh dan diolah menggunakan program SPSS, dengan hasil sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil uji t, diperoleh bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai t-hitung sebesar 0,535 dengan nilai signifikansi 0,594. Nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 (0,594 > 0,05), sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Sementara itu, variabel Desain (X2) memiliki nilai t-hitung sebesar 4,049 dengan nilai signifikansi 0,000. Nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 (0,000 < 0,05), sehingga Desain berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Berdasarkan hasil uji F (ANOVA), diperoleh nilai F-hitung sebesar 14,170 dengan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini layak dan mampu menjelaskan hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan dan Desain terhadap Kepuasan Pelanggan secara simultan. Dengan demikian, kedua variabel independen secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
3. Berdasarkan hasil Koefisien Determinasi (R Square), diperoleh nilai R Square sebesar 0,291. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 29,1% variasi Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dijelaskan oleh Kualitas Pelayanan (X1) dan Desain (X2), sedangkan sisanya sebesar 70,9% dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian yang tidak diteliti. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,271 menunjukkan bahwa model memiliki kemampuan penjelasan yang cukup. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Desain secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan, namun secara parsial variabel yang paling dominan dan signifikan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan adalah Desain. Dengan demikian, model

penelitian dinyatakan layak digunakan untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang diteliti.

REFERENSI

Azam, M., & Mauluddiyah, Z. (2021). Kualitas Pelayanan Dalam Menjamin Kepuasan Pelanggan (Vol. 32, Issue 3).

Clarissa, T., Ilham, W., Alhamdi, R., & Batam, P. P. (2025). Pengaruh Layout dan Desain Interior terhadap Kepuasan Pelanggan di Muso Art Café Batam. 5(7), 1601–1613.

Febriana, I., & Hutasoit, B. (2025). Analisis Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan Driver Online: Tinjauan Literatur dan Temuan Terkini tentang indikator desain. JurnalMediaAkademik(JMA),n/a(n/a),n/a.https://jurnal.mediaakademik.com/index.php/jma/article/view/1623/1413

Fitra Nahar Rizky, Suharto, A., & Sari, M. I. (2025). Pengaruh Cita Rasa, Kualitas Pelayanan, Desain Interior, dan Digital Marketing Terhadap Kepuasan Pelanggan. JurnalIlmiahManajemenDan Kewirausahaan, 4(3), 140–157. https://doi.org/10.55606/jimak.v4i3.4769

Ginting, P. M., Sitepu, C. N., & Ompusunggu, V. M. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Store Watsons Medan The Influence of Service Quality on Consumer Satisfaction at Watsons Medan Store. Jurnal Penelitian Pendidikan, Psikologi Dan Kesehatan, 6(2), 976–981. www.jurnalp3k.com/index.php/J-P3K/index

Iriani, N. (2020). Bab Iii Kerangka Konsep. Skripsi, 5(3), 248–253.

Lena, N., & Syahputra, R. (2025). Economics and Digital Business Review Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepercayaan Terhadap. 2Fakultas Ekonomi Dan Bisnis, Universitas Labuhanbatu Abstrak, 6(2), 148–160.

Nadrah, S. (2022). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Jahit Tempahan Silvia Tailor Pekanbaru Ditinjau Menurut Ekonomi Syariah. Jurnal Fakultas Syariah Dan Hukum SILVIA, 6110, 2016.

Naraswati, A., Hardini, R., & Digdowiseiso, K. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, dan Citra Perusahaan terhadap Loyalitas Nasabah Bank Mandiri KCP Bendungan Hilir, Jakarta Pusat. Equivalent: Jurnal Ilmiah Sosial Teknik, 6(1), 55–63. https://doi.org/10.59261/jequi.v6i1.172

Nisa, Z., Hasanah, N., Studi, P., Bisnis, A., Tinggi, S., & Administrasi, I. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada " Mustami Rezki Tailor Shop " Di Sungai Malang Kecamatan Amuntai Tengah. Inovatif Jurnal AdministrasiNiaga,1(1),90–96. https://ejurnal.stiaamuntai.ac.id/index.php/JAB/article/view/533/451

Pelanggan, K., & Ilham Umarudin Putra, O. (2022). Pengaruh Store Atmosphere Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng Kang Ujang di Korpri Bandar Lampung). Business Perspective Journal Available At, II(1), 23–31.

Rini, S. (2020). Sampling Dalam Penelitian Pendidikan. Jurnal Teknodik, 187 No.16(16),204.https://jurnalteknodik.kemdikbud.go.id/index.php/jurnalteknodik/article/download/543/347

Ritonga, M., Nasution, A. P., & Muti'ah, R. (2025). Determinants of MSME Sustainability: A Regression-Based Study in Labuhanbatu. *Advance Sustainable Science Engineering and Technology*, *7*(4), 02504018-02504018.

Rizki, M., & Narundana, T. (2024). Pelanggan Tarif Daya 900Va Pt . Pln Ulp Wayhalim. Jurnal Manajemen Dan Bisnis, 5, 80–100.

Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif.