
Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rere Jaya Jeans Kota Malang

Syaiful Anam *)

Muhammad Mansur **)

Khalikussabir *)**

Email : svaifull038@gmail.com

Universitas Islam Malang

Abstract

This study aims to determine and analyze the influence of service quality, price and timeliness on consumer satisfaction at Rere Jaya Jeans Malang City. The population in this study are consumers who have used Rere Jaya Jeans products or services. The data collection method in this study used a questionnaire with a sample of 75 respondents. The independent variable in this study is the influence of service quality, price and punctuality and the dependent variable is consumer satisfaction. The analytical method used in this study is multiple linear regression analysis and processed using SPSS 16. The results of this study simultaneously show that the influence of service quality, price and punctuality has a positive and significant effect on consumer satisfaction. Partially, service quality, price and punctuality have a positive and significant effect on consumer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Price, Timeliness and Customer Satisfaction

Pendahuluan

Latar Belakang

Seiring perkembangan dunia usaha, pertumbuhan di bidang perekonomian berkembang pesat. Banyak industri yang menawarkan produk atau jasa dengan variasi harga dan keistimewaan yang mampu menarik minat konsumen. Pakaian merupakan salah satu dari kebutuhan primer manusia yang selalu meningkat. Dalam memenuhi kebutuhan tersebut masyarakat perlu jasa pembuatan baju untuk memenuhi kebutuhan pakaian sesuai selera. Pakaian dengan model yang sesuai keinginan dan kualitas bagus tidak mudah didapatkan. Maka dari itu, peran tailor dibutuhkan untuk memperoleh pakaian yang diinginkan. Jasa jahit permak pakaian akan mendengarkan permintaan konsumen dan mengerjakannya sesuai dengan permintaan konsumen.

Kebutuhan pelanggan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan karena pelanggan merupakan alasan perusahaan didirikan. Perusahaan berlomba-lomba memberikan manfaat produk dan layanan sesuai kebutuhan konsumen. Dengan tingkat kepuasan tinggi akan meningkatkan loyalitas konsumen. Loyalitas konsumen adalah sikap positif terhadap perusahaan, komitmen meneruskan pembelian dimasa mendatang, dapat berlangsung dalam jangka panjang dan berakhir saat terjadi ketidakcocokan yang memutuskan ikatan antara konsumen dan perusahaan. Salah satu faktor yang mempengaruhi yaitu konsumen merasa puas ketika menggunakan produk sehingga kembali melakukan transaksi produk tersebut. Kotler, Keller, Ang, Tan dan Leong (2018) mengemukakan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan persepsi terhadap kinerja produk dan harapan. Tjiptono (2012) menyatakan kepuasan pelanggan ialah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja yang dipersepsikan dibandingkan harapannya. Menurut

Mardhia, Poniman dan Suwardi (2016) Perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan terhadap ekspektasi mereka. Terdapat beberapa kasus pelanggan jahit permak yang tidak merasa puas oleh pelayanan jahit permak.

Toko Rere Jaya Jeans harus menjaga kualitas pelayanan kepada pelanggan agar tidak memilih produk atau jasa pesaing lainnya. Menurut Tjiptono (2014) Jika jasa yang diterima/dirasakan sesuai harapan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Kualitas pelayanan merupakan bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat layanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Dampak positif dari pelayanan yang baik akan meningkatkan kepuasan dan kesetiaan konsumen serta keinginan untuk melakukan pembelian kembali, yang meningkatkan pendapatan dari produk yang terjual. Menurut Abdurrahman (2015) menyatakan harga adalah sejumlah uang yang digunakan sebagai alat tukar untuk memperoleh suatu barang maupun jasa.

Pada penelitian membahas tentang kualitas pelayanan jasa jahit permak yang diteliti oleh peneliti dimana mengukur kualitas pelayanan serta ketepatan waktu jahitan. Menurut Handoko (2010) ketepatan waktu merupakan jangka waktu konsumen memesan produk hingga tiba di tangan konsumen. Estimasi selesainya jahitan menjadi patokan konsumen untuk mengetahui apakah layanan permak jahitan baik atau tidak. Permasalahan tersebut perlu diatasi karena berdampak kepada perusahaan akibat dari kualitas layanan yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan yang mengakibatkan pengaruh kurang baik terhadap kepuasan pelanggan dan mungkin saja terjadi penurunan tingkat penjualan perusahaan.

Berdasarkan uraian fenomena diatas, maka disini tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen Di Rere Jaya Jeans Kota Malang.**

Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu (1) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan, harga dan ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen Rere Jaya Jeans Kota Malang? (2) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen Rere Jaya Jeans Kota Malang? (3) Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Rere Jaya Jeans Kota Malang? (4) Bagaimana pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen Rere Jaya Jeans Kota Malang?

Tujuan Penelitian

Tujuan pada penelitian ini yaitu (1) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen Rere Jaya Jeans Kota Malang. (2) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, terhadap kepuasan konsumen Rere Jaya Jeans Kota Malang. (3) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Rere Jaya Jeans Kota Malang. (4) Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen Rere Jaya Jeans Kota Malang.

Manfaat Penelitian

Manfaat pada penelitian ini yaitu (1) Secara praktis: Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai salah satu dasar pertimbangan bagi Rere jaya jeans kota malang untuk membuat strategi promosi dan pelayanan yang lebih baik dalam meningkatkan pembelian sehingga meningkatkan penjualan dan keuntungan. (2) Secara

teoritis; Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan yang bermanfaat bagi pembaca terutama jika melaksanakan penelitian lanjutan demi terciptanya penelitian baru sebagai lanjutan referensi dimasa mendatang.

Tinjauan Teori

Kualitas Pelayanan

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

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Suwandi, Sularso dan Suroso (2015) ada lima jenis dimensi dalam kualitas pelayanan: (1) Bukti fisik (*Tangibles*) berupa penampilan dan sarana yang dimiliki perusahaan dengan memberi pelayanan terbaik seperti fasilitas gedung, *layout* ruangan, dan penampilan karyawan. (2) Keandalan (*Reliability*), Kemampuan perusahaan memberikan pelayanan secara akurat serta dapat dipercaya sesuai dengan yang dijanjikan. (3) Empati (*Emphaty*), Kemampuan perusahaan memberikan perhatian tulus secara individu kepada pelanggan dengan harapan mengetahui keinginan dan kebutuhan konsumen dan menarik minat untuk menggunakan jasa yang diberikan serta mendengarkan. (3) Daya Tanggap (*Responsiveness*), Pelayanan secara cepat dan tanggap kepada pelanggan dan menolong permasalahan pelanggan. (4) Jaminan (*Assurance*), Kemampuan perusahaan dengan memiliki pengetahuan, kesopanan, dan jaminan seperti keamanan dapat memberikan rasa percaya diri dalam menilai perusahaan tersebut.

Harga

Harga menjadi salah satu elemen penting dalam menentukan pangsa pasar dan keuntungan perusahaan. Menurut Kotler dan Armstrong (2016) Harga merupakan sejumlah uang yang dikeluarkan untuk sebuah produk atau jasa, atau sejumlah nilai yang ditukarkan oleh konsumen untuk memperoleh manfaat atau kepemilikan atau penggunaan atas sebuah produk atau jasa.

Indikator Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2016) terdapat empat indikator yang mencirikan harga yaitu: (1) Keterjangkauan harga. Harga yang dapat dijangkau oleh semua kalangan dengan target segemen pasar yang dipilih. (2) Kesesuaian harga dengan kualitas jasa. Penilaian konsumen terhadap besarnya pengorbanan finansial dengan spesifikasi berupa kualitas jasa. Harga yang ditawarkan pada konsumen sesuai dengan kualitas. (3) Daya saing harga. Harga yang ditawarkan apakah lebih tinggi atau dibawah rata-rata. (4) Kesesuaian harga dengan manfaat. Konsumen akan merasakan puas ketika mereka mendapat manfaat setelah mengkonsumsi apa yang ditawarkan sesuai dengan nilai yang mereka keluarkan.

Ketepatan Waktu

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

Indikator Ketepatan Waktu

Adapun indikator dari ketepatan waktu menurut Handoko (2010) (1) Ketepatan waktu pengerjaan. (2) Ketepatan waktu yang terstruktur. (3) Efektifitas aktu yang telah ditentukan.

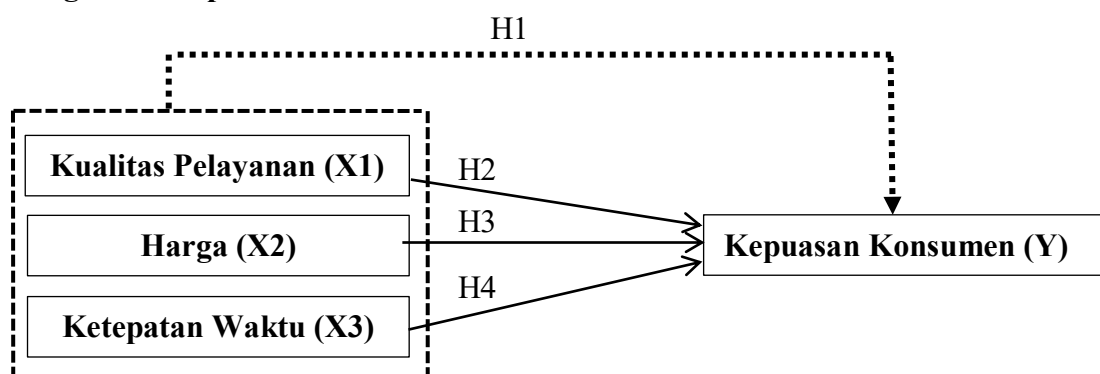
Kepuasan Konsumen

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

Indikator Kepuasan Konsumen

Menurut Tjiptono (2017) mengemukakan lima indikator yang bisa digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen. (1) Memberikan rekomendasi ke pihak lain, memberikan rekomendasi kepada orang lain. (2) Kepuasan jasa secara utuh atau menyeluruh, pelayanan yang diberikan pihak sesuai harapan. (3) Akan menggunakan jasa kembali, konsumen akan menggunakan jasa kembali. (4) Merasa cocok, Konsumen merasa cocok menggunakan jasa. (5) Merasa senang, konsumen merasa senang menggunakan jasa.

Kerangka Konseptual



Hipotesis

H1: kualitas pelayanan, harga, dan ketepatan waktu berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen.

H2: kualitas pelayanan memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H3: harga memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

H4: ketepatan waktu memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen.

Metode Penelitian

Jenis, Lokasi, dan Waktu Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif. lokasi penelitian ini dilakukan pada konsumen Rere Jaya Jeans yang terletak di Jl. Sulfat No. 74, Blimbing, Kota Malang, Jawa Timur 65123.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini yaitu Konsumen yang menggunakan Produk atau Jasa Rere Jaya Jeans di Kota Malang. Populasi yang digunakan pada penelitian ini sebanyak 300 orang. Sedangkan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 75 responden. Penentuan sampel dihitung menggunakan rumus slovin menurut sugiyono (2019) yakni:

$$n = \frac{300}{1 + 300(0,1)^2}$$

$$n = \frac{300}{4} = 75$$

Dari perhitungan tersebut ditentukan 75 responden sebagai sampel penelitian. Alasan mengapa peneliti menggunakan rumus diatas adalah karena peneliti menganggap populasi yang dituju terlalu besar dan dengan jumlah berubah-ubah. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah non probability sampling dengan pendekatan *purposive sampling* yang didefinisikan oleh (Ferdinand 2014) yaitu peneliti memilih sampel *purposive* secara subyektif. Ketentuan yang ditetapkan dalam pengambilan sample sebagai berikut: konsumen yang menggunakan produk atau jasa Rere Jaya Jeans Kota Malang.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Gambaran Umum Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-Laki	49	65,3%
Perempuan	26	34,7%
Jumlah	75	100%

Sumber: Data diolah 2022

Berdasarkan pada tabel 4.1 dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah laki-laki sebanyak 49 orang atau sebesar 65,3% dan sisanya responden perempuan sebanyak 26 orang atau sebesar 34,7%.

Uji Instrumen data

Uji Validitas

Hasil Uji Validitas

Variabel	Instrumen	r Hitung	r Tabel	Sig	Keterangan
Y	1	0,853	0.2272	0.000	Valid
	2	0,906	0.2272	0.000	
	3	0,848	0.2272	0.000	
	4	0,870	0.2272	0.000	
	5	0,806	0.2272	0.000	
X1	1	0,829	0.2272	0.000	Valid
	2	0,869	0.2272	0.000	
	3	0,820	0.2272	0.000	
	4	0,837	0.2272	0.000	
	5	0,811	0.2272	0.000	
X2	1	0,859	0.2272	0.000	Valid
	2	0,851	0.2272	0.000	
	3	0,894	0.2272	0.000	
	4	0,828	0.2272	0.000	

X3	1	0,817	0,2272	0,000	Valid
	2	0,845	0,2272	0,000	
	3	0,855	0,2272	0,000	

Sumber : Data diolah 2022

Berdasarkan tabel 4.6 dari data diatas bahwa setiap variabel dengan nilai sig 0,000 < 0,05 dan setiap variabel memiliki nilai yang lebih besar dari rtabel yaitu 0,2272. Sehingga dapat disimpulkan bahwa item kuesioner dari setiap variabel tersebut adalah valid.

Uji Realibilitas

Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Instrumen	Cronbach's alpa	Keterangan
Y	Kepuasan Konsumen	0,891	Reliabel
X1	Kualitas Pelayanan	0,889	Reliabel
X2	Harga	0,879	Reliabel
X3	Ketepatan Waktu	0,785	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan data pada tabel 4.7 terlihat bahwa variabel Kepuasan Konsumen memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,891 > 0,60, variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,889 > 0,60, variabel Harga memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,879 > 0,60, variabel Ketepatan waktu memiliki nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,785 > 0,60, sehingga dikatakan bahwa item pernyataan pada penelitian ini reliabel.

Uji Normalitas

Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.87257051
Most Extreme Differences	Absolute	.143
	Positive	.143
	Negative	-.115
Kolmogorov-Smirnov Z		1.238
Asymp. Sig. (2-tailed)		.093

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Berdasarkan hasil output tabel 4.8 menunjukkan bahwa data telah berdistribusi normal. Hal tersebut ditunjukkan dengan melihat kolom nilai *Kolmogorov-Sminov Z* sebesar 1.238 dan nilai signifikansi 0,093>0,05 sehingga bisa dikatakan data terdistribusi normal.

Uji Asumsi Klasik

Uji Multikolonieritas

Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Pelayanan	.325	3.074
Harga	.335	2.986
Ketepatan Waktu	.308	3.249

Sumber: Data diolah SPSS 16 2022

Dari hasil perhitungan yang ada pada tabel hasil uji multikolinearitas, masing-masing variabel mempunyai nilai *tolerance* lebih besar dari 0.10, pada variabel harga 0.325, variabel citra merek 0.335, dan variabel kualitas produk 0.308.

Kemudian masing-masing variabel bebas menunjukkan nilai VIF = 3.074 pada variabel kualitas pelayanan, VIF = 2,986 pada variabel harga, VIF = 3.249 pada variabel ketepatan waktu, yang mana nilai tersebut lebih kecil dari 10. Sehingga dapat dijelaskan bebas dari multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	2.000	1.046		1.913	.060
kualitas pelayanan	.056	.080	.144	.697	.488
Harga	-.044	.100	-.089	-.438	.663
ketepatan waktu	-.090	.129	-.148	-.699	.487

Sumber: Data diolah SPSS 16 2022

Berdasarkan hasil output pada tabel 4.10 terlihat bahwa nilai variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,488 lebih besar dari 0,05 variabel Harga sebesar 0,663 lebih besar dari 0,05 dan variabel Ketepatan Waktu sebesar 0,487 lebih besar dari 0,05 dan hasil pengujian diketahui bahwa semua variabel independen berada diatas 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas pelayanan, Harga dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen tidak terjadi heteroskedastisitas.

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.681	1.505		.452	.652
kualitas pelayanan	.390	.116	.371	3.375	.001
Harga	.346	.144	.260	2.396	.019
ketepatan waktu	.477	.186	.289	2.562	.013

Sumber: Data diolah SPSS 16 2022

Dari tabel data diatas, dapat diketahui persamaan regresi liner berganda dalam penelitian ini:

$$Y = 0,681 + 0,390 X_1 + 0,346 X_2 + 0,477 X_3 + e$$

Keterangan:

- Y : Keputusan Pembelian
- A : Konstanta
- b1, b2, b3 : Koefisien Regresi
- X1 : Variabel Harga
- X2 : Variabel Citra Merek
- X3 : Variabel Kualitas Produk
- e : Standard error (tingkat kesalahan)

Berdasarkan persamaan tersebut, maka di interpretasikan berikut:

- a) Konstanta yang diperoleh sebesar 0,681 menunjukkan pengaruh positif yang artinya Kualitas pelayanan, Harga dan Ketepatan Waktu adalah (0) maka kepuasan konsumen mengalami peningkatan.

- b) Nilai koefisien regresi (b_1) Kualitas pelayanan menunjukkan nilai positif sebesar 0,390 yang artinya jika Kualitas pelayanan yang diberikan baik maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan.
- c) Nilai koefisien regresi (b_2) Harga menunjukkan nilai positif sebesar 0,346 yang artinya jika Harga sesuai dengan jasa yang diberikan maka kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan.
- d) Nilai koefisien regresi (b_3) Ketepatan Waktu menunjukkan nilai positif sebesar 0,477 yang artinya jika Ketepatan Waktu sesuai dengan waktu yang ditentukan maka kepuasan konsumen akan meningkat.

Uji Hipotesis

Uji Simultan (Uji F)

Hasil Uji Simultan (Uji F)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1. Regression	670.464	3	223.488	61.151	.000 ^a
Residual	259.483	71	3.655		
Total	929.947	74			

Sumber: Data diolah SPSS 16 2022

Berdasarkan pada tabel 4.12 bahwa hasil dari uji f pada tabel di atas dapat diketahui nilai signifikansi sebesar 0.000 lebih kecil dari 0.05. berdasarkan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini kualitas pelayanan, harga, dan ketepatan waktu secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen dapat diterima.

Uji Parsial (Uji t)

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	.681	1.505			.452	.652
kualitas pelayanan	.390	.116	.371		3.375	.001
Harga	.346	.144	.260		2.396	.019
ketepatan waktu	.477	.186	.289		2.562	.013

Sumber: Data diolah SPSS 16 2022

Dari hasil Uji Parsial (Uji t) maka dijelaskan sebagai berikut;

Pada variabel kualitas pelayanan diketahui memiliki nilai t sebesar 3,375 dengan signifikansi sebesar 0.001 lebih kecil dari 0.05. bisa diartikan H_2 diterima yang menyebutkan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pada variabel harga diketahui memiliki nilai t sebesar 2,396 dengan signifikansi sebesar 0.019 lebih kecil dari 0.05. bisa diartikan H_3 diterima yang menyebutkan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pada variabel ketepatan waktu diketahui memiliki nilai t sebesar 2,562 dengan signifikansi sebesar 0.013 lebih kecil dari 0.05. bisa diartikan H_4 diterima yang menyebutkan ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Uji Determinasi Adjusted (R^2)

Hasil Uji Determinasi Adjusted (R^2)

Model	R	R Squares	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.849 ^a	.721	.709	1.912

Sumber: Data diolah SPSS 16 2022

Berdasarkan hasil tabel 4.14 uji di atas pada tabel *Adjusted R Square* bermaksud pengaruh dari tiga variabel memiliki tingkat sebesar 0,709 atau persentase 70,9% dengan demikian persentase sebesar 29,1% dipengaruhi diluar variabel pada penelitian ini.

Implikasi Hasil Penelitian

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa H_1 yaitu menguji pengaruh kualitas pelayanan, harga dan ketepatan waktu terhadap kepuasan konsumen. Dengan hasil yang telah dilaksanakan secara bersama-sama kualitas pelayanan, harga dan ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rere Jaya Jeans Kota Malang.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Mahfudz dan Sakti (2018), Attamimi, Hufon dan Rahman (2020), Deviana (2018).

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan H_2 menguji Kualitas Pelayanan secara parsial dengan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rere Jaya Jeans Kota Malang. Hasil ini menunjukan sebagian besar responden setuju dengan kualitas pelayanan yang baik dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dan dapat dilihat dari jawaban responden pada indikator berwujud yang memiliki nilai tinggi.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktaviasari dan Rachma (2019), Attamimi, Hufon dan Rahman (2020), Gunawan (2017) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan H_3 menguji Harga secara parsial dengan hasil bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rere Jaya Jeans Kota Malang. Hal ini menunjukkan harga menjadi bahan pertimbangan konsumen dalam menggunakan jasa vermak atau jahit. Prinsip daya beli konsumen adalah mendapatkan kualitas baik dengan harga yang terjangkau, dalam hal ini harga yang ditawarkan oleh Rere Jaya Jeans Kota Malang terjangkau oleh semua kalangan.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Attamimi, Hufon dan Rahman (2020) yang menyatakan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Pengaruh Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil penelitian menunjukan H_4 menguji Ketepatan Waktu secara parsial dengan hasil bahwa ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen di Rere Jaya Jeans Kota Malang. Hal ini menunjukkan bahwa ketepatan waktu dalam pengerjaan jasa sesuai dengan prosedur dan struktur berpengaruh meningkatkan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Oktaviasari dan Rachma (2019), Attamimi, Hufon dan Rahman (2020) yang menyatakan bahwa ketepatan waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Simpulan

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan sebagai berikut: a) Kualitas Pelayanan, Harga dan Ketepatan Waktu secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Rere Jaya Jeans Kota Malang. b) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Rere Jaya Jeans Kota Malang. c) Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Rere Jaya Jeans Kota Malang. d) Ketepatan Waktu berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen di Rere Jaya Jeans Kota Malang.

Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan sehingga dapat dijadikan evaluasi penelitian berikutnya agar lebih baik. Keterbatasan penelitian ini sebagai berikut: a) Keterbatasan variabel penelitian ini hanya meneliti kualitas pelayanan, harga, ketepatan waktu dan kepuasan konsumen. Sedangkan banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, b) Adanya keterbatasan penelitian operasional kuesioner oleh responden, yaitu terkadang jawaban yang diberikan oleh responden tidak menunjukkan keadaan atau kondisi yang sesungguhnya.

Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang telah diuraikan, maka saran untuk peneliti selanjutnya antara lain: a) Peneliti memberi saran kepada pemilik jasa vermak jahit untuk menjaga pelanggan dalam menciptakan kepuasan konsumen dengan mempertahankan kualitas pelayanan, harga dan ketepatan waktu. b) Bagi peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain seperti promosi, diskon, dan lain sebagainya yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen agar dapat memperluas penelitian. c) Saran untuk peneliti selanjutnya sebaiknya memakai teori terbaru dalam penelitian.

Daftar Pustaka

- Abdurrahman, N. H. (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Attamimi, F. M., Hufron, M., dan Rahman, F. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Kosumen (Studi Pada Konsumen Jne Kota Malang)*. Jurnal Ilmiah Riset Manajemen, 9(16).
- Deviana, Nibras Valeri, (2018), *Pengaruh Kualitas Produk Kualitas Layanan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Anggota Pembiayaan Murabahah Di Baitul Maal Wa Tamwil Istiqomah KarangrejoTulungagung*, Skripsi.
- Gunawan, A. R. S. (2017) Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Tingkat Kepatuhan Pasien Terhadap Pengobatan Tuberkulosis Paru Di Lima Puskesmas Se-Kota Pekanbaru. Pekanbaru.
- Handoko, T. Hani. (2010). *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: BPFE
- Ibrahim, M., dan Thawil, S. M. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT, 4(1), 175-182.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2016. *Principles Of Marketing Sixteenh Edition Global Edition England*. Pearson Education Limited.

- Kotler, Philip., Keller, K. L., Ang, S. H., Tan, C. T., dan Leong, S. M. (2018). *Marketing Management: An Asian Perspective*. Harlow: Pearson.
- Mahfudz, dan Sakti, Jaya . (2018) *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Ketepatan Waktu Pengiriman Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada J&T Express Kota Semarang)*, vol. 7, no. 4, pp. 137-144, Diponegoro Journal of Management. *Pasar. Jakarta: PT Asdi Mahasatya*.
- Mardhia, Y. A., Poniman, P., dan Suwardi, S. (2016). Analisis Pengaruh Marketing Mix (Produk, Harga, Promosi Dan Lokasi) Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk PT Garudafood Putra Putri Jaya (Studi Kasus Pada Resto & Corner Pt Garudafood Pati). *Jobs (Jurnal Of Business Studies)*, 2(1).
- Maramis, F. S., Sepang, J. L., dan Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PT. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 6(3).
- Oktaviasari, N., dan Rachma, N. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Tarif Dan Ketepatan Waktu Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Penumpang Kereta Api Tawang Alun Jurusan Malang-Banyuwangi Di Stasiun Kota Malang). *Jurnal Ilmiah Riset Manajemen*, 8(05).
- Sugiyono. 2019, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R dan D*. Bandung: Alfabeta
- Suwandi, S., Sularso, A., dan Suroso, I. (2015). Pengaruh Kualitas Layanan, Harga Dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Pos Ekspres Di Kantor Pos Bondowoso Dan Situbondo. *Jurnal Ekonomi Akuntansi dan Manajemen*, 14(1).
- Tjiptono, V. (2012). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Abadi Plastik* (Doctoral dissertation, Universitas Ciputra Surabaya).
- Tjiptono, Fandy. 2012. *Strategi Pemasaran*, Ed. 3, Yogyakarta: CV Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2014 *Pemasaran Jasa*. Gramedia Cawang. Jakarta
- Tjiptono, Fandy. (2017). *Service, Quality, dan Satisfaction*. Yogyakarta: CV Andi.

Syaiful Anam *) adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA

Muhammad Mansur **) adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA

Khalikussabir ***) adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA