

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, GAYA HIDUP DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PMU ABADI'S
BUSANA DI KECAMATAN SILO KABUPATEN JEMBER**

Afrizal Mubarak Alfaris
afrizalalfaris26@gmail.com
Universitas Muhammadiyah
Jember

Haris Hermawan
harishermawan@unmuhjember.ac.id
Universitas Muhammadiyah
Jember

Rusdiyanto
rusdiyanto@unmuhjember.ac.id
Universitas Muhammadiyah
Jember

ABSTRACT

In the current era of globalization, competition in the business world is increasingly fierce. This is a demand for every company to be able to maximize its company's performance in order to be able to compete in the market. Currently, many clothing shops have sprung up in Jember Regency, PMU Abadi Clothing is one of them. The competition that occurs requires companies to provide the best for their consumers, for example improving service quality, product quality and lifestyle. This research aims to determine the influence of service quality, lifestyle and product quality on consumer satisfaction at PMU Abadi Clothing in Silo District, Jember Regency. This research uses multiple linear regression analysis methods with the population used to consume PMU Abadi Clothing with a sample size of 96 people. This research shows that service quality, lifestyle and product quality have a positive and significant effect on consumer satisfaction with PMU Abadi Clothing.

Keywords : *service quality, lifestyle, product quality and consumer satisfaction*

1. PENDAHULUAN

Pada era globalisasi saat ini, persaingan dalam suatu dunia bisnis semakin ketat. Hal ini menjadi suatu tuntutan bagi setiap perusahaan untuk dapat memaksimalkan kinerja perusahaannya agar mampu bersaing di pasar. Perusahaan harus mampu memahami kebutuhan dan keinginan konsumennya. Perusahaan juga harus mampu merancang strategi pemasaran yang kuat agar dapat menciptakan kepuasan bagi konsumennya dan dapat bertahan dalam persaingan bisnis saat ini. Para pelaku bisnis pakaian dituntut untuk menciptakan strategi yang dapat menarik minat para konsumen untuk membeli produk yang ditawarkan

agar mampu bersaing dan unggul dari pesaing. Dengan melakukan inovasi dalam meningkatnya kualitas produk dan memberikan pelayanan yang terbaik kepada konsumen, maka pelaku bisnis dapat membuat perusahaan selalu berusaha untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan dan mengembangkan usahanya untuk mendapatkan laba yang semaksimal mungkin.

Persaingan yang semakin ketat dimana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan konsumen sebagai tujuan utamanya, seperti yang dikemukakan Kotler dan Keller dalam (Sari & Paludi,

2020) bahwa kepuasan pelanggan adalah pusat dari tujuan dan sasaran pemasaran bagi perusahaan. Sedangkan menurut (Roselina & Niati, 2019) kepuasan konsumen adalah keadaan konsumen baik yang merasa puas maupun belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap menu, harga, fasilitas dan pelayanan yang disediakan. Jadi kepuasan konsumen merupakan kondisi dimana keinginan sudah sesuai dengan yang harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, maka konsumen tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka konsumen akan puas. Dan jika kinerja melebihi harapan maka konsumen akan sangat puas.

Kemampuan perusahaan dalam memberikan kualitas layanan kepada konsumen merupakan salah satu faktor keberhasilan perusahaan. Kualitas pelayanan sering diartikan sebagai perbandingan antara layanan yang diharapkan dengan layanan yang diterima secara nyata. Menurut (Sari & Paludi, 2020) kualitas layanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku ditempat dimana pelayanan itu ada dan penyampaianya diharapkan sama dengan yang diinginkan konsumen. Sedangkan menurut Tjiptono dalam (Izzuddin & Muhsin, 2020) kualitas pelayanan adalah upaya penyampaian jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu gaya hidup, gaya hidup suatu masyarakat akan berbeda dengan masyarakat yang lainnya. Bahkan, dari masa kemasa gaya hidup suatu individu dan kelompok masyarakat tertentu akan bergerak dinamis. Selanjutnya menurut (Sitepu et al., 2022), Gaya hidup kebanyakan dilukiskan dengan kegiatan, minat dan opini dari seseorang (*activities, interests, and opinions*). Lalu (Sitepu et al., 2022) mendefinisikan bahwa gaya hidup menangkap sesuatu yang lebih dari sekedar kelas sosial atau kepribadian seseorang. Gaya hidup menampilkan profil seluruh pola tindakan dan interaksi seseorang di dunia.

Selain kualitas pelayanan dan gaya hidup, faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen yaitu kualitas produk. Pada era industri sekarang ini, agar dapat memperkuat penjualannya di pasaran perusahaan berlomba berfikir untuk dapat mempertahankan kualitas produk yang mereka punya serta meningkatkan kualitasnya. Menurut (Herlambang & Komara, 2022) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menampilkan fungsinya, antara lain daya tahan secara keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, perawatan produk dan atribut produk lainnya. Sedangkan menurut Tjiptono dalam (Hariyanto & Susanti, 2021) menyatakan kualitas produk adalah mutu yang diharapkan pada sebuah produk untuk memenuhi kebutuhan pengguna.

Dari pemaparan variabel diatas terdapat gap riset penelitian yang

dilakukan oleh (Roselina & Niati, 2019) yang berjudul Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang. Hasil penelitian ini menunjukkan kualitas produk, kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Elsa Hijab Semarang. Dan penelitian yang dilakukan oleh (Sitepu et al., 2022) dengan judul Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen EDC (*Electronic Data Capture*) Yokke yang dimediasi oleh keputusan pembelian” (Studi kasus pengguna EDC Yokke PT. Mitra Transaksi Indonesia). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa gaya hidup, promosi dan keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di EDC. PMU Abadi’s Busana merupakan salah satu usaha di Kabupaten Jember yang bergerak dalam bidang busana, terletak di Jalan Simpang Tiga, Sumber Pinang, Karang Harjo, Kecamatan Silo, Kabupaten Jember, PMU Abadi’s Busana didirikan oleh Bapak H. Ahyar Masturi pada tahun 2008, saat itu toko pertamanya dimulai dari pedagang baju biasa di salah satu pasar hingga saat ini memiliki gedung besar dan banyak karyawan. Nama PMU Abadi’s Busana sendiri memiliki arti yaitu, PMU diambil dari nama pondok pesantren yaitu Pesantren Mambaul Ulum. Sedangkan Abadi’s merupakan gabungan nama anggota keluarga. PMU Abadi’s Busana menjual

produk-produk pakaian yang sangat bermacam, mulai dari pakaian anak kecil sampai dewasa, seragam sekolah, pakaian sehari-hari dan busana muslim.

2. KERANGKA TEORITIS

Kualitas Pelayanan

Menurut (Sari & Paludi, 2020) mendefinisikan bahwa kualitas pelayanan yang diterima konsumen dinyatakan dengan seberapa besar perbedaan antara harapan konsumen dengan tingkat persepsi mereka. Sedangkan menurut (Herlambang & Komara, 2022) kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan produk atau jasa yang dibarengi dengan keinginan konsumen serta ketepatan cara penyampaianya agar dapat memenuhi harapan dan kepuasan pelanggan tersebut.

Gaya Hidup

Menurut (Sitepu et al., 2022), mendefinisikan gaya hidup atau *life style* adalah pola kehidupan seseorang untuk memahami kekuatan-kekuatan ini kita harus mengukur dimensi AIO (*activities, interest, opinion*) utama konsumen aktivitas (pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, kegiatan sosial), minat (makanan, mode, keluarga, rekreasi), pendapat (mengenai diri mereka sendiri, masalah-masalah sosial, bisnis, produk). Dilanjutkan menurut (Sitepu et al., 2022) mendefinisikan bahwa gaya hidup menangkap sesuatu yang lebih dari sekedar kelas sosial atau kepribadian seseorang. Gaya hidup menampilkan profil seluruh pola tindakan dan interaksi seseorang di dunia.

Kualitas Produk

Menurut Tjiptono dalam (Hariyanto & Susanti, 2021) menyatakan kualitas produk adalah mutu yang diharapkan pada sebuah produk untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Kualitas produk mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan, kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan, dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya (Izzuddin & Muhsin, 2020).

Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller dalam (Sari & Paludi, 2020) bahwa kepuasan pelanggan adalah pusat dari tujuan dan sasaran pemasaran bagi perusahaan. Sedangkan menurut (Roselina & Niati, 2019) kepuasan konsumen adalah keadaan konsumen baik yang merasa puas maupun belum puas setelah tercapai keinginan dan harapan terhadap menu, harga, fasilitas dan pelayanan yang disediakan.

3. METODE PENELITIAN

Dalam pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2010), *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang ditentukan dengan mempertimbangkan kriteria untuk dipilih menjadi sampel. Menurut (Sugiyono, 2010), *purposive sampling* adalah teknik menentukan

sampel dari populasi dengan cara mempertimbangkan kriteria melakukan suatu pembelian sebuah produk pada suatu perusahaan.

Sampel

Sampel adalah sebuah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sari & Paludi, 2020). Menurut (Sugiyono, 2017) sampel ialah bagian dari populasi yang menjadi sumber data dalam penelitian, dimana populasi merupakan bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Menurut (Sugiyono, 2018) Sampel adalah sebagian dari populasi yang diambil dengan cara-cara tertentu untuk diukur atau diamati karakteristiknya. Populasi yang besar tidak memungkinkan penelitian ini untuk mempelajari semua yang ada dalam populasi dikarenakan keterbatasan dana, tenaga, dan waktu sehingga dilakukan pengambilan sampel. Sampel yang diambil dalam penelitian ini yaitu para konsumen PMU Abadi's Busana.

Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sari & Paludi, 2020). Menurut (Sugiyono, 2018) populasi adalah keseluruhan dari objek atau individu yang memiliki karakteristik (sifat-sifat) tertentu yang akan diteliti.

Populasi juga disebut *universum* (*universe*) yang berarti keseluruhan, dapat berupa benda hidup atau benda mati. Maka berdasarkan uraian tersebut, populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PMU Abadi's Busana.

Teknik Pengambilan Sampel

Dalam pengambilan sampel, penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling*. Menurut (Sugiyono, 2010), *purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel yang ditentukan dengan mempertimbangkan kriteria untuk dipilih menjadi sampel. Menurut (Sugiyono, 2010), *purposive sampling* adalah teknik menentukan sampel dari populasi dengan cara mempertimbangkan kriteria melakukan suatu pembelian sebuah produk pada suatu perusahaan. (Ferdinand, 2015) memberikan acuan umum untuk menentukan ukuran sampel, ukuran sampel sebaiknya jumlah indikator dikalikan antara 1-5. Berikut pertihungan jumlah sampel berdasarkan pendapat (Ferdinand, 2015).

$$\begin{aligned}\text{Sampel} &= \text{Jumlah Indikator} \times 4 \\ &= 24 \times 4 \\ &= 96\end{aligned}$$

Teknik Pengumpulan Data

Menurut (Sugiyono, 2014) teknik pengumpulan data merupakan

langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Menurut (Sugiyono, 2017) cara atau teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan interview (wawancara), kuesioner (angket), observasi (pengamatan) dan gabungan ketiganya. Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Observasi

Observasi adalah sebagai teknik pengumpulan data mempunyai ciri yang spesifik bila dibandingkan dengan teknik yang lain, yaitu wawancara dan kuesioner. Jika wawancara dan kuesioner selalu berkomunikasi dengan orang, maka observasi tidak terbatas pada orang, tetapi juga objek-objek alam yang lain (Sugiyono, 2012).

2. Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam (Sugiyono, 2012).

3. Kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seprangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Pengumpulan data yang efisien bila

peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan apabila jumlah responden cukup besar. Kuesioner dapat berupa pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet (Sugiyono, 2012).

Pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan skala likert (*labeled*), dimana isinya adalah serangkaian pernyataan yang dirumuskan sesuai dengan variabel yang sedang diteliti, yaitu kualitas Pelayanan, Gaya Hidup, kualitas produk dan kepuasan konsumen. Cara pengisian kuesioner adalah responden diminta untuk memberi pendapat tentang serangkaian pernyataan yang berkaitan dengan objek yang sedang diteliti dalam bentuk nilai (Sugiyono, 2012). Angka-angka adalah skor pada skala yang telah ditentukan, dimana pada setiap pernyataan mempunyai skor sebagai berikut :

1. Sangat Setuju (Skor 5).
2. Setuju (Skor 4).
3. Netral (Skor 3).
4. Tidak Setuju (Skor 2).
5. Sangat Tidak Setuju (Skor 1).

Jenis Data

Menurut (Sugiyono, 2017) jenis data ada 2 yaitu, data kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, kalimat, atau gambar. Sedangkan data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan atau *scoring*. Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari :

1. Data primer

Data primer merupakan sumber data yang langsung dari pihak perusahaan memberikan data kepada peneliti. Sumber data primer yang digunakan dalam melakukan penelitian ini diperoleh dari kuesioner yang diberikan kepada konsumen PMU Abadi's Busana. Data yang didapat berupa jawaban konsumen PMU Abadi's Busana pada pertanyaan tentang kualitas pelayanan, gaya hidup dan kualitas produk.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara. Data sekunder dalam penelitian ini mengambil data dari skripsi, jurnal, buku, dan internet yang terkait dengan permasalahan yang akan diteliti.

Teknik Analisis Data

Analisis data menurut (Sugiyono, 2018) adalah proses mencari dan

menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Sedangkan menurut (Moleong, 2017)perpus analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data ke dalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.

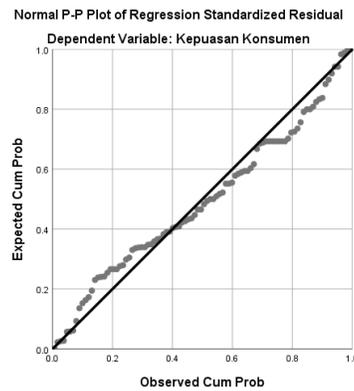
4. HASIL DAN PEMBAHASAN
Hasil Uji Multikolonieritas

Model	Collenarity Statistics		Keterangan
	Toleran	VIF	
Kualitas Pelayanan	0,405	2,470	Tidak terjadi multikolonieritas
Gaya Hidup	0,231	4,333	Tidak terjadi multikolonieritas
Kualitas Produk	0,265	3,767	Tidak terjadi multikolonieritas

Sumber : Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan hasil uji multikolonieritas pada tabel diatas diketahui bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X1) memiliki nilai VIF $2.470 < 10,0$ dan nilai *tolerance* sebesar $0,405 > 0,1$. Variabel Gaya Hidup (X2) memiliki nilai VIF $4.333 < 10,0$ dan nilai *tolerance* sebesar $0,231 > 0,1$. Variabel Kualitas Produk (X3) memiliki nilai VIF $3.767 < 10,0$ dan nilai *tolerance* sebesar $0,265 > 0,1$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dari seluruh hasil dinyatakan tidak terjadi *multikolonieritas*.

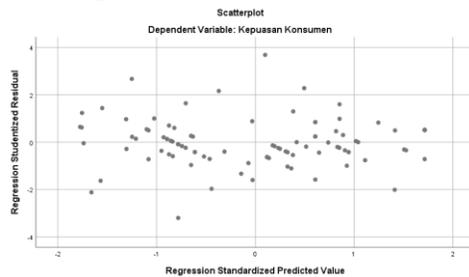
Hasil Uji Normalitas



Sumber : Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan Gambar diatas dapat diketahui bahwa hasil dari uji normalitas menunjukkan bahwa semua data berdistribusi secara normal, yang ditunjukkan dengan sebaran data berada disekitar garis diagonal. Dapat disimpulkan bahwa model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan Gambar diatas dengan menggunakan grafik *scatterplot* yang telah dilakukan menunjukkan hasil bahwa sebaran data tidak membentuk pola tertentu yang jelas (tidak beraturan), serta sebaran baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Maka dapat disimpulkan bahwa pada nilai residual tidak terdapat gejala heteroskedastisitas.

Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficient ^a					
Model		Unstandardized Coefficient		Standardized Coefficient	Sig.
		B	Std. Error		
1	(Constant)	8.528	1.548		.000
	Kualitas Pelayanan	.420	.104	.301	.007
	Gaya Hidup	.780	.180	.427	.005
	Kualitas Produk	.543	.070	.712	.009

Sumber : Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan hasil perhitungan yang diperoleh, ditunjukkan pada Tabel diatas, maka diperoleh persamaan regresi yang dinyatakan sebagai berikut :

$$Y = 8.528 + 0,420 X1 + 0,780 X2 + 0,543 + e$$

Persamaan tersebut dapat dijelaskan apabila konstanta sebesar positif 8.528 yang artinya apabila Kualitas Pelayanan (X1), Gaya Hidup (X2) dan Kualitas Produk (X3) nilainya tetap (konstan) atau tidak terdapat perubahan, maka Kepuasan Pelanggan memiliki nilai sebesar 8.528.

Koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,420 dan positif artinya jika variabel kualitas pelayanan (X1) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan secara signifikan, dan variabel lainnya (gaya hidup dan kualitas produk) bernilai tetap atau tidak terjadi perubahan, maka variabel kualitas pelayanan (X1) akan meningkatkan nilai dari variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,420. Begitupun juga ketika mengalami penurunan akan menurun sebesar 0,420. Koefisien gaya hidup sebesar 0,780 dan positif artinya jika variabel gaya hidup (X2) mengalami kenaikan sebesar 1 satuan secara signifikan, dan variabel lainnya (kualitas pelayanan dan kualitas produk) bernilai tetap atau tidak terjadi perubahan, maka variabel gaya hidup (X2) akan meningkatkan nilai dari variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,780. Begitupun juga ketika mengalami penurunan akan menurun sebesar 0,780. Koefisien kualitas produk sebesar 0,543 dan positif artinya jika variabel kualitas produk (X3) mengalami kenaikan sebesar

1 satuan secara signifikan, dan variabel lainnya (kualitas pelayanan dan gaya hidup) bernilai tetap atau tidak terjadi perubahan, maka variabel kualitas produk (X3) akan meningkatkan nilai dari variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,543. Begitupun juga ketika mengalami penurunan akan menurun sebesar 0,543.

Hasil Uji Parsial

Variabel	Signifikan Hitung	Taraf Signifikan	t hitung	t tabel
Kualitas Pelayanan (X1)	0,000	0,05	4,047	1,661
Gaya Hidup (X2)	0,000	0,05	4,335	1,661
Kualitas Produk (X3)	0,000	0,05	7,759	1,661

Sumber : Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan tabel diatas dapat diperoleh hasil uji t (uji parsial) sebagai berikut :

1. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan memiliki nilai t hitung sebesar $4,047 > 1,661$. Maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.
2. Variabel gaya hidup memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan memiliki nilai t hitung sebesar $4,335 > 1,661$. Maka dapat

disimpulkan bahwa H2 diterima yang artinya gaya hidup berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Variabel kualitas produk memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan memiliki nilai t hitung sebesar $7,759 > 1,661$. Maka dapat disimpulkan bahwa H3 diterima yang artinya kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.891 ^a	.794	.788	1.661

Sumber : Hasil Olah Data 2024

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi pada tabel diatas maka dapat diperoleh nilai *adjusted R-square* sebesar 0,788 atau 78,8%. Hal tersebut memiliki arti bahwa kemampuan variabel *independent* dalam penelitian ini mempengaruhi variabel *dependent* sebesar 78,8%. Sebaliknya, sebesar 21,2% dipengaruhi oleh faktor lain diluar variabel *independent*.

Pembahasan Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 dan memiliki nilai t hitung sebesar 4,047 lebih besar dari t tabel yaitu 1,661, maka

dapat dikatakan variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dimiliki oleh perusahaan atau toko terhadap konsumen, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen yang didapatkan. Kualitas pelayanan menurut (Sari & Paludi, 2020) adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai dengan ukuran yang berlaku ditempat dimana pelayanan itu ada dan penyampaian diharapkan sama dengan yang diinginkan konsumen.

Kualitas pelayanan dikatakan baik yang ada pada PMU Abadi's Busana seperti memiliki banyak karyawan yang handal dan bagus dalam melayani konsumen, memberikan pelayanan yang tulus kepada konsumen dan juga sopan santun. Dan sebaliknya, semakin buruk kualitas pelayanan yang dimiliki oleh perusahaan atau toko maka akan semakin rendah tingkat kepuasan konsumen yang akan didapatkan.

Adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen erat kaitannya dengan indikator (berwujud, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) yang menjadi tolak ukur. Distribusi penilaian responden menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden mengenai kualitas pelayanan pada PMU Abadi's Busana berapa pada kategori setuju dengan persentase 52,9%. Indikator yang memberikan sumbangan paling besar adalah pada pernyataan "Para karyawan PMU

Abadi's Busana handal dalam melayani para konsumen" yang mencapai 59,4%.

Dalam kepuasan konsumen, peran kualitas pelayanan sangat penting karena pelanggan akan memperhatikan kualitas pelayanan yang ada para perusahaan taua toko tersebut. Konsumen cenderung menginginkan pelayanan yang baik sehingga akan memberikan kepercayaan dan kopuasan bagi konsumen. PMU Abadi's Busana memberikan pelayanan yang baik dalam hal ini dengan ditunjukkannya seperti para karyawan yang lumayan banyak untuk membantu para konsumen dalam berbelanja, memberikan fasilitas yang nyaman saat berbelanja dan keamanan saat berbelanja. Sehingga para konsumen nyaman ketika berbelanja di PMU Abadi's Busana. Dari berbagai tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, maka pihak perusahaan atau toko harus menjaga dan mempertahankan kualitas pelayanan yang dimiliki agar para konsumen tetap memilih PMU Abadi's Busana sebagai tempat untuk berbelanja pakaian.

Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Kepuasan Knsumen

Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa variabel gaya hidup memiliki nilai 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 dan memiliki nilai t hitung sebesar 4,335 lebih besar dari t tabel yaitu 1,661, maka dapat dikatakan variabel gaya hidup berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen tergantung

pada gaya hidup konsumen itu sendiri. Menurut (Sitepu et al., 2022) mendefinisikan bahwa gaya hidup menangkap sesuatu yang lebih dari sekedar kelas sosial atau kepribadian seseorang. Gaya hidup menampilkan profil seluruh pola tindakan dan interaksi seseorang di dunia.

Adanya pengaruh gaya hidup terhadap kepuasan konsumen erat kaitannya dengan indikator (kegiatan, minat dan opini) yang menjadi tolak ukur. Distribusi penilaian responden menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden mengenai gaya hidup berada pada kategori setuju dengan persentase 47,6%. Indikator yang memberikan sumbangan paling besar adalah pada pernyataan “Menurut saya produk yang dijual oleh PMU Abadi’s Busana lebih lengkap dibandingkan para kompetitornya” yang mencapai 49%. Dalam kepuasan konsumen, peran gaya hidup sangat penting karena konsumen akan memperhatikan tempat belanja yang sesuai dengan gaya hidupnya. Konsumen cenderung memilih tempat belanja yang sesuai dan yang diinginkannya. PMU Abadi’s Busana memiliki produk yang dijual mencakup berbagai gaya hidup konsumen, sehingga banyak konsumen yang memiliki gaya hidup sederhana sampai mewah banyak yang berbelanja di PMU Abadi’s Busana ini. Dari berbagai tanggapan konsumen terhadap gaya hidup yang berpengaruh positif

terhadap kepuasan konsumen, maka perusahaan atau toko harus menjaga dan mempertahankan kualitasnya agar para konsumen tetap memilih PMU Abadi’s Busana sebagai tempat untuk berbelanja pakaian.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil analisis, diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai 0,000 lebih kecil dari taraf signifikan 0,05 dan memiliki nilai t hitung sebesar 7,759 lebih besar dari t tabel yaitu 1,661, maka dapat dikatakan variabel kualitas produk berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen. Hasil tersebut menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk yang dimiliki oleh perusahaan atau toko, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan konsumen yang didapatkan. Kualitas produk menurut (Hariyanto & Susanti, 2021) adalah mutu yang diharapkan pada sebuah produk untuk memenuhi kebutuhan pengguna. Kualitas produk dikatakan baik yang ada pada PMU Abadi’s Busana seperti produk baru tidak rusak, tidak ada cacat pada produk, produk beragam dan model produk yang tidak ketinggalan zaman.

Adanya pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen erat kaitannya dengan indikator (bentuk, fitur, kinerja, kesan kualitas, ketahanan, keandalan, kemudahan, gaya dan desain) yang menjadi tolak ukur. Distribusi penilaian responden menunjukkan bahwa rata-rata penilaian responden mengenai kualitas produk PMU Abadi’s Busana berapa pada kategori setuju dengan persentase 47%. Indikator yang

memberikan sumbangan paling besar adalah pada pernyataan “Menurut saya produk di PMU Abadi’s Busana berfungsi sesuai dengan harapan konsumen” yang mencapai 64,4%.

Dalam kepuasan konsumen, peran kualitas produk sangat penting karena pelanggan akan memperhatikan kualitas produk yang ditawarkan. Konsumen cenderung menginginkan produk yang berkualitas baik sehingga akan memberikan kepuasan bagi para konsumen. PMU Abadi’s Busana memiliki kualitas produk yang baik dalam hal ini dengan ditunjukkannya sebuah produk yang beragam dan terbaru, produk yang bersih dan tidak ada kerusakan para produk serta jaminan produk yang dapat ditukarkan dengan produk serupa apabila produk yang dibeli ada cacat. Sehingga hal ini membuat para konsumen nyaman dan puas saat berbelanja di PMU Abadi’s Busana. Dari berbagai tanggapan konsumen terhadap kualitas produk yang berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen, maka perusahaan atau toko harus menjaga dan mempertahankan kualitas produk yang dimiliki agar para konsumen tetap memilih PMU Abadi’s Busana sebagai tempat untuk berbelanja pakaian.

5. SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengumpulan data, pengolahan data dan analisis data terkait pengaruh kualitas pelayanan, gaya hidup dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen

pada PMU Abadi’s Busana di Kecamatan Silo Kabupaten Jember, maka dapat ditarik kesimpulan :

- a. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PMU Abadi’s Busana. Dengan menerapkan kualitas pelayanan yang baik maka akan semakin tinggi peningkatan kepuasan konsumen yang akan didapatkan oleh PMU Abadi’s Busana.
- b. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel gaya hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PMU Abadi’s Busana. Semakin baik gaya hidup konsumen maka akan semakin baik juga kepuasan konsumen yang akan didapatkan oleh PMU Abadi’s Busana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PMU Abadi’s Busana. Dengan menjual produk-produk yang bagus dan berkualitas maka akan semakin tinggi peningkatan kepuasan konsumen yang akan didapatkan oleh PMU Abadi’s Busana.

Berdasarkan hasil analisa, pembahasan dan kesimpulan diatas beberapa saran yang dapat di ajukan sebagai berikut:

a. Bagi PMU Abadis Busana
Dari hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, gaya hidup dan kualitas produk berpengaruh untuk meningkatkan kepuasan konsumen. Oleh sebab itu alangkah baiknya PMU Abadi's Busana mampu mempertahankan atau meningkatkan kepuasan konsumen dengan cara selalu meningkatkan kualitas pelayanan dan kualitas produknya. Untuk hasil penelitian mengenai gaya hidup, gaya hidup berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, maka perlu diperhatikan lagi oleh pihak PMU Abadi's Busana untuk selalu *update* mengenai produk-produk terbaru dan beragam mencakup gaya hidup para konsumennya dan semoga PMU Abadi's Busana dapat terus berkembang dan maju menjadi bisnis pakaian unggulan di Kabupaten Jember.

b. Bagi peneliti selanjutnya
Bagi peneliti selanjutnya dapat dilakukan dengan memperluas cakupan objek penelitian dengan meneliti variabel yang mempengaruhi kepuasan konsumen serta menambah periode waktu penelitian

sehingga dapat memperoleh hasil yang maksimal.

DAFTAR PUSTAKA

- Ferdinand. (2015). *Metode Penelitian Manajemen dengan SEM : Pedoman Penelitian Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Hariyanto, A., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Citra Merk, Kualitas Produk, Harga, dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Motor Honda Beat. *Target : Jurnal Manajemen Bisnis*, 3(1), 91–98. <https://doi.org/10.30812/target.v3i1.1196>
- Herlambang, A. S., & Komara, E. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Dan Kualitas Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). *Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Perbankan (Journal of Economics, Management and Banking)*, 7(2), 56. <https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255>
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72–78. <https://doi.org/10.32528/jmbi.v6i1.3536>

- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif / Lexy J. Moleong*. Remaja Rosdakarya.
- Roselina, M. A., & Niati, A. (2019). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Elsa Hijab Semarang. *Solusi*, 17(3), 221–234. <https://doi.org/10.26623/slsi.v17i3.1636>
- Sari, dyah kumala, & Paludi, S. (2020). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI RESTORAN UCCELLO Dyah Kumala Sari 1 , Salman Paludi 2 Mahasiswa STEIN Jakarta 1 , Dosen STEIN Jakarta 2. *Majalah Ilmiah Panorama Nusantara*, 15(1).
- Sitepu, J. H., Khair, H., & Pasaribu, F. (2022). Pengaruh Gaya Hidup dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen EDC (Electronic Data Capture) Yokke yang Dimediasi Oleh Keputusan Pembelian” (Studi Kasus Pengguna EDC Yokke PT. Mitra Transaksi Indonesia). *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 200–214. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.622>
- Rusdiyanto, 2019. Upaya Penciptaan Budaya Religius dilingkungan Kampus Universitas Muhammadiyah Jember. *Tarlim: Jurnal Pendidikan Agama Islam*. Vol 2 No 1. 43-54 <https://doi.org/10.32528/tarlim.v2i1.2070>
- Aini, S. A., Wijayantini, B., & Rusdiyanto, R. (2022). Pengaruh Persepsi Kemudahan Dan Persepsi Fitur Layanan Islami Terhadap Keputusan Nasabah Menggunakan Mobile Banking Bank Syariah Indonesia Cabang Jember. *National Multidisciplinary Sciences*, Vol 1 No 3, 493–503. <https://doi.org/10.32528/nms.v1i3.83>
- Nawafil, Aulia N. Supeni, Retno Endah & Rusdiyanto. 2022. Kepuasan Nasabah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Jember Atas Kualitas Layanan Bank Syariah Indonesia Cabang Jember. *Growth: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol 20 No 1. 237-251 <https://doi.org/10.36841/growth-journal.v20i2.1956>
- Sugiyono. (2010). *Metode peneltian pendidikan : pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2012). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. ALFABETA.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis : Pendekatan Kuantitatif,*

Kualitatif dan R&D/Sugiyono.
Alfabeta.

Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D.*
ALFABETA.

Sugiyono. (2018). *Metode penelitian kuantitatif/Prof. Dr. Sugiyono.*
Alfabeta.