

**Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Pelanggan Sule Tailor Karawang**

¹Ummul Azizah, ²Sihabudin, ³Robby Fauji

Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Buana Perjuangan Karawang

¹mn20.ummulazizah@mhs.ubpkarawang.ac.id, ²sihabudin@ubpkarawang.ac.id,

³Robby.fauji@ubpkarawang.ac.id

ABSTRACT

This study aims to evaluate the impact of Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction at Sule Tailor. The evaluation of customer and production data over the last three months indicates a decline, triggering the need for more intensive investigation into the elements contributing to customer satisfaction. In this context, a more comprehensive understanding of marketing management, Product Quality, and Service Quality becomes the focus. This study adopts a descriptive verificative quantitative approach to verify the hypothesis concerning the impact of Product and Service Quality on Customer Satisfaction. The findings of this research show that both product and service quality and consumer satisfaction levels recorded Cronbach's Alpha values exceeding industry standards, indicating that the measurement tool used has a high level of reliability. Initially, the data distribution was not normal; however, after adjusting for extreme values, the distribution became normal. There was no evidence of excessive correlation between the Product Quality and Service Quality variables. The multiple linear regression analysis results indicate that both Product and Service Quality significantly affect Customer Satisfaction. Based on the coefficient of determination, it can be explained that about 37.5% of the variation in Customer Satisfaction is caused by the Product Quality and Service variables. It was confirmed through testing using the F-test and T-test that there is a significant relationship between Product Quality and Service Quality.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi pengaruh dari Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Sule Tailor. Evaluasi pada data pelanggan dan produksi selama tiga bulan belakangan ini mengindikasikan penurunan, memicu perlunya investigasi yang lebih intensif terhadap elemen-elemen yang berkontribusi pada kepuasan pelanggan. Dalam konteks ini, pentingnya pemahaman yang lebih komprehensif terkait dengan manajemen pemasaran, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan menjadi fokus. Studi ini menerapkan pendekatan kuantitatif deskriptif verifikatif untuk memverifikasi hipotesis yang menyangkut pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk dan pelayanan, bersamaan dengan tingkat kepuasan konsumen, mencatat nilai Cronbach's Alpha yang melampaui standar industri, menandakan bahwa alat pengukuran yang digunakan memiliki tingkat keandalan yang tinggi. Distribusi data awalnya tidak normal; namun, setelah penyesuaian terhadap nilai-nilai ekstrem, distribusi menjadi normal. Tidak ditemukan bukti yang menunjukkan adanya korelasi berlebih antara variabel Kualitas Produk dengan variabel Kualitas Pelayanan. Hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa baik

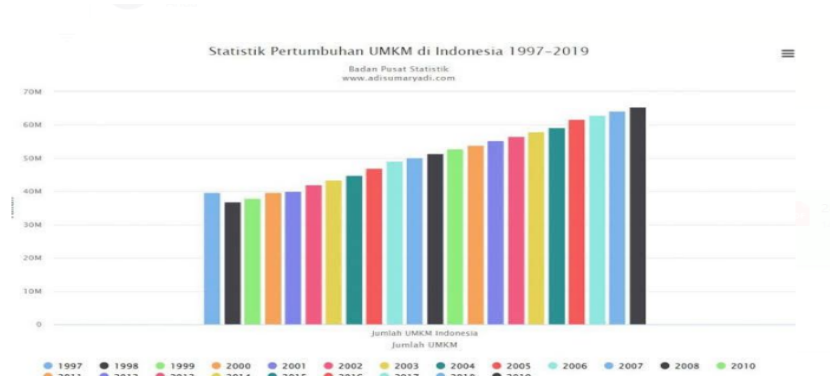
Kualitas Produk maupun Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan koefisien determinasi, dapat dijelaskan bahwa sekitar 37,5% dari variasi dalam Kepuasan Pelanggan disebabkan oleh variabel Kualitas Produk dan Pelayanan. Melalui pengujian menggunakan Uji F dan Uji T, terkonfirmasi bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas pelayanan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Seperti yang diketahui bersama, fenomena lingkungan dalam dunia bisnis semakin marak seiring berjalannya waktu. Hal ini memudahkan munculnya berbagai bisnis baru di berbagai industri dan kategori, baik perhiasan maupun jasa. Salah satu industri manufaktur yang kini mengalami tantangan terbesarnya adalah industri perminyakan. Tujuan industri Garmen adalah menyediakan barang yang sesuai untuk pelanggan dan vendor. Keberhasilan finansial suatu usaha dikondisikan oleh besarnya basis pelanggan. Industri pakaian memberikan kesempatan besar, menjangkau beragam kelompok usia, termasuk anak-anak, dewasa, dan lanjut usia. Meskipun menantang untuk memasuki sektor pakaian, penting bagi perusahaan di bidang ini untuk mengutamakan kualitas produk mereka guna mengangkat tingkat kepuasan serta kesetiaan konsumen. Selain itu, pemilik usaha bekerja keras untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Tujuan kami adalah menghasilkan barang dengan kualitas terbaik dengan secara konsisten menggunakan bahan baku dan proses manufaktur berkualitas tinggi. Selain itu, banyak inovasi produk yang dilakukan agar pelanggan tidak merasa kecewa dengan produk yang tersedia. Hal ini menuntut semua pelaku usaha untuk bisa memaksimalkan tenaga usahanya agar bisa bersaing di pasar. Salah satu perusahaan yang tumbuh paling cepat saat ini dan mengatasi tren negatif adalah perusahaan yang berhubungan dengan *fashion*. Karena penurunan kepuasan pelanggan secara tiba-tiba, kualitas produk dan layanan menjadi semakin tidak konsisten. Perjanjian ini didukung oleh banyaknya perusahaan industri *fashion* yang menyediakan jenis produk serupa namun dengan harga dan waktu pengiriman yang berbeda. Maka dari itu, penting bagi *stakeholder* di sektor *fashion* untuk merancang strategi pemasaran yang efektif untuk mengajak para pembeli menggunakan produk dan jasa jahitan yang disediakan, serta untuk meningkatkan kesetiaan mereka, khususnya terkait dengan kualitas produk dan layanan. Industri *fashion* harus beradaptasi dan berinovasi secara berkelanjutan untuk menawarkan layanan prima kepada para pelanggan, sehingga mereka merasa puas dengan pembelian mereka.

Gambar 1. Perkembangan UMKM di Indonesia



Sumber : www.adisumaryadi.com

Perkembangan UMKM di Indonesia mengalami peningkatan yang signifikan sejak tahun 1997 hingga tahun 2019. Dalam penelitian ini, data empiris dikumpulkan dengan melakukan survei dan observasi di lokasi penelitian dengan berbagai macam responden, antara lain pemilik usaha, karyawan, dan pelanggan. Tujuannya adalah untuk memperoleh penilaian kepuasan terhadap kualitas produk yang dihasilkan dan pelayanan yang diberikan. Seperti terlihat pada Tabel 1. di bawah ini, jumlah pelanggan Sule Tailor yang tercatat dalam tiga bulan terakhir tahun 2023 adalah :

Tabel 1. Data Konsumen Sule Tailor Selama 3 Bulan Pada Tahun 2023

NO	BULAN	JUMLAH KONSUMEN	PERSENTASE
1	September	243	47%
2	Oktober	150	29%
3	November	125	24%
	JUMLAH	518	100%

Penjelasan dari tabel di atas menunjukkan bahwa data konsumen yang melakukan pembelian jasa atau produk Sule Tailor di bulan September, Oktober dan November pada tahun 2023 mengalami penurunan. Tabel 2 berikut menyajikan data mengenai total pelanggan Sule Tailor untuk tiga bulan terakhir di tahun 2023.

Tabel 2. Data Produksi Sule Tailor Selama 3 Bulan Pada Tahun 2023

NO	BULAN	JUMLAH PRODUKSI	PRESENTASE
1	Sepetember	328	41%
2	Oktober	305	38%
3	November	163	20%
	JUMLAH	796	100%

Penjelasan dari tabel di atas menunjukkan bahwa data produksi yang melakukan pembelian jasa atau produk Sule Tailor di bulan September, Oktober dan November pada tahun 2023 mengalami penurunan.

Mengenai kualitas produk, hal ini sangat penting karena menunjukkan seberapa baik produk tersebut dapat memenuhi dan melampaui kebutuhan pelanggan. Kualitas produk juga dapat mempengaruhi sikap konsumen. (Savitri & Angela, 2020) Kepuasan konsumen berasal dari kemampuan memperoleh dan menggunakan produk dengan kualitas terbaik. Setiap tindakan yang dilakukan anak perusahaan pada akhirnya tercermin pada respons pelanggan dalam hal kepuasan (Savitri & Anggela, 2020). Selain kualitas produk, pentingnya kualitas pelayanan dalam suatu perusahaan juga tidak bisa diabaikan karena berkaitan erat dengan sistem, prosedur, atau metode lain yang diberikan kepada konsumen. Melalui pendekatan ini, kami dapat secara efektif memenuhi keinginan dan permintaan pelanggan kami. (Uus Md Fadli, 2023)

Sule Tailor yang beralamat di Jl. Nasional 1 No.1, Mekarsari, Kec Jatisari, Karawang, Jawa Barat 41374, didirikan pada tahun 2003 menggunakan struktur manufaktur sendiri dan saat ini mempekerjakan tiga puluh orang dari berbagai daerah. Di Sule Tailor, kami menerima pesanan dalam bentuk apa pun, mulai dari anak kecil hingga dewasa, kelompok, dan individu. Sule Tailor memiliki beberapa layanan manufaktur operasional, namun kelemahan utamanya adalah beberapa layanan ini mungkin memerlukan waktu tunggu yang sangat lama. Sule Tailor juga mengatur kualitas produk dan karyawannya menggunakan eksekusi pesanan, sedang berproduksi dan konsumen harus menunggu karena kekurangan pekerjaan. Kepuasan pelanggan terhadap Sule Tailor bisa saja menurun karena lamanya waktu yang dibutuhkan dalam memproses pesanan.

Penemuan yang didapatkan dari studi-studi sebelumnya memperlihatkan adanya divergensi dalam hasil-hasil yang dicapai. Sebagai contoh, penelitian yang dilakukan oleh (Savitri & Anggela, 2020) mengungkapkan adanya dampak parsial kualitas produk terhadap tingkat kepuasan konsumen. Di sisi lain, analisis yang dipaparkan oleh (Uus Md Fadli, 2023) mengungkapkan adanya dampak parsial kualitas produk terhadap tingkat kepuasan konsumen. Di sisi lain, analisis yang dipaparkan oleh (Mariansyah & Syarif, 2020), yang menyoroti absennya korelasi Hubungan yang signifikan dan positif antara kualitas produk dan kepuasan konsumen telah terbukti dalam penelitian ini.

Berdasarkan uraian di atas, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dampak Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sule Tailor yang berlokasi di Mekarsari, Jatisari, Kabupaten Karawang. Penelitian ini akan mengevaluasi komponen-komponen apa saja dari Kualitas Produk dan Layanan yang berpengaruh. Dengan demikian, judul penelitian yang diajukan adalah **“Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Sule Tailor Karawang.”**

METODE PENELITIAN

Pendekatan metodologis dalam penelitian ini bersandar pada teknik kuantitatif, dengan desain yang bersifat deskriptif dan juga verifikatif. Penelitian dengan sifat deskriptif bertujuan untuk mendalami karakteristik dari variabel tertentu yang diteliti. Dalam rangka mengumpulkan data empiris, hipotesis divalidasi melalui distribusi kuesioner kepada responden serta pengumpulan data dilakukan menggunakan Google Forms. Penelitian ini diarahkan untuk mengetahui dampak dari kualitas produk serta pelayanan terhadap derajat kepuasan pengguna. Selama kurun waktu tiga bulan pada tahun 2023, terdapat catatan bahwa sejumlah 518 orang telah memanfaatkan produk atau layanan yang disediakan oleh Sule Tailor. Untuk analisis data, formula Slovin dimanfaatkan guna mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai penelitian yang dilaksanakan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Deskriptif

1. Analisis Deskriptif

Analisis yang disajikan ini bertujuan untuk menyediakan data dalam bentuknya yang paling murni, tanpa mengambil kesimpulan prematur atau melakukan generalisasi yang berpotensi mengubah pemahaman atas fakta yang ada. Melalui penggunaan grafik yang telah diberi anotasi dan dianalisa, data disajikan sebagai berikut.

Tabel 3. 1 Hasil Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	226	45.00	80.00	67.1858	4.72920
X2	226	30.00	50.00	42.0398	3.28542
Y	226	36.00	60.00	51.0177	3.65509
Valid N (listwise)	226				

Sumber: Data diolah SPSS, 2024

Analisis deskriptif terhadap tabel yang disediakan memperlihatkan sebaran data yang telah dikompilasi oleh peneliti, ditampilkan sebagai berikut:

- Untuk Kualitas Produk (X1), ditemukan bahwa skor minimumnya adalah 45.00, sementara skor maksimumnya mencapai 80.00. Rata-rata Kualitas Produk tercatat sebesar 67.1858 dengan deviasi standar sekitar 4.72920.
- Dalam hal Kualitas Pelayanan (X2), tercatat bahwa skor minimum adalah 30.00 dan skor maksimum adalah 50.00. Rata-rata untuk Kualitas Pelayanan tercatat sebesar 42.0398, dengan deviasi standar sebesar 3.28542.

- c. Mengenai Kepuasan Pelanggan (Y), ditemukan bahwa skor minimumnya adalah 36.00 dan skor maksimum adalah 60.00. Rata-rata Kepuasan Pelanggan adalah 51.0177, dengan deviasi standar mencapai 3.65509.

2. Rentang Skala

Tabel 4. rekapitulasi Variabel Kualitas Produk(X1)

variabel	dimensi	No pernyataan	STS 1	TS 2	R 3	S 4	SS 5	Total =
kualitas produk	kinerja	X1.1	1	2	93	608	210	914
		X1.2	1	6	75	388	515	985
	fitur	X1.3		4	72	572	290	938
		X1.4		4	81	472	390	947
	reliabilitas	X1.5	1		81	500	355	937
		X1.6			75	476	400	951
	spesifikasi yang sesuai	X1.7			81	508	360	949
		X1.8		6	54	512	400	972
	daya tahan	X1.9			57	508	400	965
		X1.10	2	2	66	544	315	929
	ketersediaan perbaikan	X1.11	1	2	90	484	370	947
		X1.12			72	476	410	958
	estetika	X1.13		2	66	460	440	968
		X1.14		2	90	512	340	944
	kualitas yang disarankan	X1.15		2	63	536	350	951
		X1.16		6	102	508	320	936

Dari tabel yang diperlihatkan di atas, kesimpulan yang dapat diambil dari analisis deskriptif menunjukkan bahwa nilai terendah untuk kualitas produk diperoleh dari efektivitas tindakan pencegahan yang bertujuan untuk menghindari kecacatan atau masalah kualitas selama proses produksi, dengan skor sebesar 914. Hal ini mengindikasikan bahwa aspek tersebut belum dicapai secara maksimal.

Tabel 5. Rekapitulasi Variabel Kualitas Pelayanan(X2)

variabel	dimensi	No pernyataan	STS 1	TS 2	R 3	S 4	SS 5	Total =
kualitas pelayanan	daya tanggap	X2.1	1	2	93	588	230	914
		X2.2		6	51	432	490	979
	jaminan	X2.3			75	504	375	954
		X2.4	1	2	81	488	375	947
	bukti fisik	X2.5			78	484	395	957
		X2.6			42	508	425	975
	empati	X2.7		2	66	464	435	967
		X2.8		2	96	560	265	923

	kehandalan	X2.9		6	72	456	425	959
		X2.10			102	528	300	930

Berdasarkan tabel di atas, dari hasil analisis deskriptif dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan Sule Tailor paling kecil terletak pada Sule Tailor merespons pertanyaan atau keluhan pelanggan terkait layanan atau produk dengan cepat dan efektif yaitu sebesar 914 hal ini menunjukan bahwa belum maksimal.

Tabel 6. Rekapitulasi Variabel Kepuasan Pelanggan

variabel	dimensi	No pernyataan	STS 1	TS 2	R 3	S 4	SS 5	Total =	
kepuasan pelanggan	kesesuaian harapan	Y.1		4	72	600	250	926	
		Y.2			42	428	525	995	
	kualitas produk yang dihasilkan	Y.3				66	436	475	977
		Y.4				60	540	355	955
	kualitas pelayanan yang diberikan	Y.5				63	496	405	964
		Y.6			2	99	520	310	931
	harga produk	Y.7			2	69	564	305	940
		Y.8			4	39	464	475	982
	kemudahan mengakses produk	Y.9				60	452	465	977
		Y.10			2	27	492	465	986
	ketersediaan merekomendasi	Y.11				39	512	425	976
		Y.12				99	572	250	921

Dari analisis deskriptif yang dilakukan, terlihat bahwa Sule Tailor mendapatkan skor kepuasan pelanggan terendah, meskipun telah mengimplementasikan sistem inventarisasi dan pemesanan *online* untuk meningkatkan ketersediaan produk dan kepuasan pelanggan, dengan skor sebesar 921. Hal ini menunjukkan bahwa sistem tersebut belum berjalan optimal.

Hasil Analisis Verifikatif

1. Tabel Validitas merefleksikan kapasitas sebuah instrumen pengukuran untuk menghasilkan data yang akurat sesuai dengan objektif pengukuran yang ditargetkan.

Tabel 7. Hasil Uji Validitas

No	Variabel	R Hitung	R Tabel	keterangan
1	Kualitas produk	.324**	0,135	Valid
2		.518**	0,135	
3		.370**	0,135	

4		.366**	0,135	
5		.499**	0,135	
6		.511**	0,135	
7		.368**	0,135	
8		.427**	0,135	
9		.425**	0,135	
10		.565**	0,135	
11		.591**	0,135	
12		.458**	0,135	
13		.510**	0,135	
14		.451**	0,135	
15		.364**	0,135	
16		.478**	0,135	
17		17	0,135	

18	Kualitas Pelayanan	.497**	0,135	Valid
19		.546**	0,135	
20		.469**	0,135	
21		.570**	0,135	
22		.512**	0,135	
23		.445**	0,135	
24		.473**	0,135	
25		.454**	0,135	
26		.573**	0,135	
27		.485**	0,135	
28		1	0,135	

29	Kepuasan Pelanggan	.458**	0,135	Valid
30		.489**	0,135	
31		.522**	0,135	
32		.485**	0,135	
33		.533**	0,135	
34		.491**	0,135	
35		.530**	0,135	
36		.527**	0,135	
37		.462**	0,135	

38		.486**	0,135
39		.458**	0,135
40		.532**	0,135
41		1	0,135

Berdasarkan evaluasi data yang telah dipaparkan, interpretasi terhadap hubungan antara nilai r yang dihitung dan nilai r dalam tabel dapat dilakukan. Kriteria yang digunakan dalam penentuan ini adalah nilai r yang dihitung harus melebihi nilai r tabel, dimana nilai r tabel ditetapkan sebesar 0,135 dengan derajat kebebasan (df) sejumlah 224, yang dihitung dari 226 minus 2, pada tingkat signifikansi α sebesar 0,05. Dari analisis tersebut, ditemukan bahwa ada 38 item yang valid untuk dimasukkan ke dalam daftar, dikarenakan nilai r yang dihitung untuk item-item tersebut lebih tinggi daripada nilai r tabel yang ditetapkan tidak lebih dari 0,135.

1. Evaluasi reliabilitas bertujuan untuk menilai keandalan sebuah instrumen pengukuran yang digunakan dalam suatu penelitian, yang berperan dalam mengidentifikasi tingkat kesalahan yang terdapat dalam pernyataan pada kuesioner.

Tabel 8. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Standar	keterangan
Kualitas Produk	0.743	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0.676	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0.724	0,60	Reliabel

Sumber : Data di olah SPSS, 2024

Hasil dari analisis reliabilitas yang telah dilakukan menunjukkan bahwa nilai reliabilitas variabel Kualitas Produk mencapai 0,734, sementara untuk variabel Kualitas Pelayanan tercatat sebesar 0,676, dan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,724. Nilai-nilai ini semua telah melebihi ambang batas minimal *Cronbach's Alpha* yang ditentukan yaitu 0,60. Oleh karena itu, dapat ditarik kesimpulan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian ini telah memadai dari segi keandalannya.

2. Uji Normalitas

Tabel 9. Hasil Uji Validitas Tidak Berdistribusi Normal

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test				
		X1	X2	Y
N		226	226	226
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	67.185	42.039	51.017
		8	8	7

	Std. Deviation	4.72920	3.28542	3.65509
Most Extreme Differences	Absolute	.095	.101	.099
	Positive	.084	.100	.099
	Negative	-.095	-.101	-.094
Test Statistic		.095	.101	.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000 ^c	.000 ^c	.000 ^c
a. Test distribution is Normal.				
b. Calculated from data.				
c. Lilliefors Significance Correction.				

Dalam kajian ini, penerapan uji normalitas dilakukan dengan menggunakan metode uji Kolmogorov-Smirnov untuk satu sampel. Penekanan pada penelitian ini adalah bahwa residu yang belum dinormalisasi harus menunjukkan nilai signifikansi yang melebihi 0,010, suatu nilai yang lebih tinggi daripada 0,05, sebagai indikator dari distribusi data yang tidak seragam. Berdasarkan hasil tersebut, peneliti mengaplikasikan perangkat lunak SPSS untuk menghasilkan plot *outlier*, yang selanjutnya dimanfaatkan dalam analisis data. Pengurangan dalam data adalah bagian data yang karakteristiknya berbeda secara signifikan dari nilai yang diharapkan. Mungkin saja data tersebut terlalu sedikit atau terlalu banyak. Untuk mengidentifikasi *outlier*, perubahan dilakukan pada boxplot. Batas eksternal dari boxplot menentukan jumlah observasi yang perlu dieliminasi. Pengamatan dilakukan terhadap sekitar 14 sampel, yang selanjutnya dianalisis melalui penelitian. Berdasarkan analisis yang diuraikan dalam Tabel 5.5 dan melalui penerapan dua kali uji Kolmogorov-Smirnov, teridentifikasi bahwa residu data mengikuti distribusi normal, ditandai dengan nilai signifikansi yang memenuhi atau melebihi ambang batas 0,05, secara spesifik sebesar 0,053.

Tabel 10. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		212
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.30925759
Most Extreme Differences	Absolute	.093
	Positive	.093
	Negative	-.080
Kolmogorov-Smirnov Z		1.349
Asymp. Sig. (2-tailed)		.053
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Output SPSS yang diolah, 2024

3. Uji Multikolinieritas

Tabel 11. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	X1	.538	1.860
	X2	.538	1.860
a. Dependent Variable: Y			

Dalam kasus yang menjadi acuan penelitian, terungkap bahwa variabel kualitas produk (X1) dan kualitas tenaga kerja (X2) mencatat nilai Variance Inflation Factor (VIF) yang berturut-turut adalah 1,860, di bawah ambang batas 10, serta 0,538, yang melebihi 0,10. Hasil tersebut mengindikasikan tidak adanya multikolinieritas antar variabel yang disebutkan.

4. Tujuan utama dari penerapan Persamaan Regresi Linear Berganda adalah untuk mengonfirmasi distribusi normal variabel residu dalam kerangka model regresi.

Tabel 12. Hasil Uji Persamaan Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	19.197	2.895		6.630	.000		
	X1	.258	.057	.337	4.521	.000	.538	1.860
	X2	.344	.078	.331	4.438	.000	.538	1.860
a. Dependent Variable: Y								

Berdasarkan tabel yang telah dipresentasikan sebelumnya, persamaan regresi dapat dirumuskan sebagaimana diuraikan di bawah ini:

$$Y = 19.197 + 0,258(X1) + 0,344(X2)$$

- Keterangan :
- Y : Kepuasan Pelanggan
 - X1 : Kualitas Produk
 - X2 : Kualitas Pelayanan

Konstanta α yang ditentukan memiliki nilai 19,197, disertai oleh koefisien yang berkaitan dengan kualitas produk yakni 0,258 dan koefisien yang terkait dengan kualitas pelayanan sebesar 0,344, menunjukkan pengaruh signifikan kedua faktor

tersebut, yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan, terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

5. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Tabel 13. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.612 ^a	.375	.369	2.31685
a. Predictors: (Constant), X1, X2				
b. Dependent Variable: Y				

Koefisien determinasi yang disesuaikan, atau Adj R square, dengan nilai 0,375 atau 37,5%, menunjukkan bahwa variabilitas dalam Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 37,5% dapat dijelaskan melalui variabel Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2). Sisanya, yang berjumlah 62,5%, dijelaskan oleh variabel lain dalam penelitian.

6. Hasil Uji F

Tabel 14. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	673.204	2	336.602	62.708	.000 ^b
	Residual	1121.871	209	5.368		
	Total	1795.075	211			
a. Dependent Variable: Y						
b. Predictors: (Constant), X1, X2						

Nilai F hitung mencapai 62,708 dan ditemukan melebihi nilai F tabel sebesar 3,04. Karena tercapai tingkat signifikansi 0,000 yang berada di bawah batas signifikansi 0,05, maka hipotesis nol (H0) ditolak dan hipotesis alternatif (Ha) diterima. Dari temuan tersebut dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

7. Hasil Uji T

Tabel 15. Hasil Uji T

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	19.197	2.895		6.630	.000		
	X1	.258	.057	.337	4.521	.000	.538	1.860
	X2	.344	.078	.331	4.438	.000	.538	1.860

a. Dependent Variable: Y

- a. Analisis statistik dengan menggunakan uji t menunjukkan bahwa Kualitas Produk (X1) memperoleh nilai t hitung sebesar 4,521, yang mana melampaui nilai kritis t tabel yang sebesar 1,652. Dengan probabilitas signifikan yang sangat rendah, kurang dari 0,05 (dengan nilai p mendekati 0,0000), hasil ini mengarah pada pengabaian hipotesis null (H0) dan penerimaan hipotesis alternatif (H1), yang menyiratkan bahwa Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
- b. Hasil analisis statistik melalui uji t menunjukkan skor t hitung untuk variabel Kualitas Pelayanan (X2) adalah 4,438, yang melewati batas nilai kritis t tabel pada 1,652. Dengan nilai p kurang dari 0,05, tepatnya 0,000, hasil analisis menolak hipotesis nol (H0) dan mengkonfirmasi hipotesis alternatif (H1), yang menyatakan bahwa Kualitas Pelayanan berdampak signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pembahasan

1. **Variabel terkait kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pembelian pelanggan (X1) serta terhadap tingkat kepuasan mereka (Y).** Dibuktikan melalui hasil uji statistik, dimana f hitung mencapai 62,708, melebihi nilai f tabel sebesar 3,04. Lebih lanjut, uji t menyatakan bahwa kualitas produk mencatatkan t hitung sebesar 4,521, yang melampaui t tabel 1,652, serta menunjukkan nilai *Cronbach's Alpha* di atas standar sebesar 37,5%.
2. **Variabel kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan secara signifikan,** terbukti melalui hasil uji F dengan nilai sebesar 62,708, yang jauh melebihi nilai F tabel, yaitu 3,04. Pada analisis menggunakan uji t, hasil menunjukkan angka t hitung mencapai 4,438, yang melampaui nilai t tabel yang direkam sebesar 1,652. Penelitian ini juga diindikasikan oleh nilai *Cronbach's Alpha* yang melebihi ambang batas yang ditetapkan, yaitu 37,5%.
3. **Variabel kualitas produk serta kualitas pelayanan memiliki dampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan,** Hasil analisis statistik menunjukkan bahwa melalui uji f, tercatat nilai hitung sebesar 62.708, yang jauh lebih tinggi

dari nilai f standar, yaitu 3,04. Selain itu, dalam uji t , skor t hitung untuk Kualitas Produk mencapai 4,521 dan Kualitas Pelayanan sebesar 4,438, melebihi batas normatif t standar pada angka 1,652. Selain itu, nilai Cronbach's Alpha yang diperoleh juga signifikan lebih tinggi dari ambang batas standar yaitu 37,5%, menunjukkan bahwa kedua variabel, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan, berkontribusi secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

KESIMPULAN

1. Pada Sule Tailor, terlihat adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dan kepuasan pelanggan, dibuktikan melalui nilai f hitung sebesar 62.708 yang melebihi nilai f tabel yaitu 3,04. Selanjutnya, berdasarkan uji t , diperoleh t hitung untuk kualitas produk sebesar 4.521, yang juga melebihi t tabel dengan nilai 1.652. Hal ini menunjukkan adanya tingkat keandalan yang tinggi, dengan nilai *Cronbach's Alpha* mencapai lebih dari 37,5%, yang menandakan standar yang lebih tinggi.
2. Kepuasan pelanggan pada Sule Tailor secara signifikan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, hal ini dibuktikan melalui nilai f hitung yang mencapai 62.708, nilai ini jauh melampaui batas minimum f tabel yang tercatat sebesar 3,04. Dalam uji t , kualitas pelayanan menunjukkan t hitung sebesar 4.438, melebihi t tabel 1.652. Ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan di Sule Tailor memenuhi tingkat keandalan yang tinggi, dengan nilai *Cronbach's Alpha* melebihi standar sebesar 37,5%.
3. Pengaruh sinergis antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada Sule Tailor terbukti signifikan, ditandai dengan nilai f hitung yang mencapai 62.708, yang mana jauh melampaui f tabel sebesar 3,04. Analisis uji t mengungkapkan bahwa gabungan kualitas produk dan pelayanan memiliki t hitung, dengan 4.521 untuk kualitas produk dan 4.438 untuk kualitas pelayanan, keduanya melebihi nilai t tabel 1.652. Keandalan terukur melalui nilai *Cronbach's Alpha* yang lebih dari 37,5%, menandakan standar yang lebih tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Fauji, R. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Pada Anugerah Al-Baghdadi Mebel Karawang. *Jurnal Manajemen & Bisnis Kreatif*, 4(1), 125–146. <https://doi.org/10.36805/manajemen.v4i1.376>
- Firdayanti, T. (2022). pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada chatime di technomary karawang.
- Frans Sudirjo, Ni Luh Ketut Ayu Sudha Sucandrawati, Zenita Afifah Fitriyani, Subawa Subawa, Arief Yanto Rukmana, Edy Sutrisno, Syarifah Novieyana, Ari Pranata Primisa Purba, Latif Latif, Y Dicka Pratama, A. A., Mayasari, E., & Novita, N. (2023). analisis kualitas produk (N. Mayasari (ed.)).

https://www.google.co.id/books/edition/ANALISIS_KUALITAS_PRODUK/Gr3oEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=1

Hermanto. (2019). Faktor Pelayanan, Kepuasan, dan Loyalitas Pelanggan.

<https://www.adisumaryadi.com/data/read/ekonomi-dan-bisnis/16/statistik-pertumbuhan-umkm-di-indonesia-1997-2019/bar/>

I Razak, N Nirwanto, B. T. (2019). kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan. https://scholar.googleusercontent.com/scholar?q=cache:B1LZ9ZwxaZUJ:scholar.google.com/+kualitas+produk+terhadap+kepuasan+pelanggan&hl=id&as_sdt=0,5

Indrasari, M. (2019). pemasaran dan kepuasan pelanggan.

Mabruroh, A. D., Isyanto, P., Yani, D., Buana, U., & Karawang, P. (2023). Strategi Pemasaran Berbasis Digital Marketing Terhadap Kualitas Layanan (Studi Kasus Pada Bkkbisa). *Jurnal Penelitian Ekonomi Manajemen Dan Bisnis (JEKOMBIS)*, 2(3), 201–212. <https://doi.org/10.55606/jekombis.v2i3.1945>

Mariansyah, A., & Syarif, A. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Kabalu. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis*, 1(01), 1–14.

Nasfi, N., Ganika, G., Putro, S. E., Muttaqien, Z., Ayuanti, R. N., Kusumawardani, M. R., Anwar, K., Umiyati, H., Theodora, P., Hendratmoko, S., Wardana, G. K., Rimayanti, R., Nugroho, L., & Mulatsih, L. S. (2022). Dasar Manajeme dan Bisnis (Sebuah Tinjauan Teori dan Praktis). In *Widina Media Utama*.

Ngatno. (2018). *Buku Manajemen Pemasaran BARU.pdf*.

Nugraha, M. A., Savitri, C., & Pramudita, F. S. (2023). Loyalty At BNI Bank Karawang Branch Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Dalam Meningkatkan Loyalitas. 4(5), 4676–4683.

Nurlaela Anwar, R., & Ananda Wardani, F. (2021). NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK SCARLETT DI E-COMMERCE SHOPEE 1. *Ilmu Pengetahuan Sosial*, 8(5), 1370–1379. <http://jurnal.um-tapsel.ac.id/index.php/nusantara/index>

Qomariyah, N. (2018). *Manajemen dan Bisnis Jurnal*. In *Pelanggaran Etika Bisnis (Vol. 4)*.

Savitri, C., & Anggela, F. P. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Xxx. *Buana Ilmu*, 4(2), 234–252.

Sholikah, & dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran Saat Ini dan Masa Depan*. In *Insania*.

Uus Md Fadli,U (2023). PENGARUH LOYALITAS DAN KOMITMEN TERHADAP .id PENGHARGAAN NASABAH PADA BANK BJB KCP CIKAMPEK. 6,no.1, 11–18.

Yusuf, T. I. R. (2021). KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. <https://drive.google.com/file/d/13MzmfgxayT1luFL3pQC5to0->

yw9MXWWh/view

LAMPIRAN

1. R Tabel

DF = n-2	0,1 r 0,005	0,05 r 0,05	0,025 r 0,025	0,01 r 0,01	0,001 r 0,001
201	0,1158	0,1378	0,1632	0,1804	0,2293
202	0,1155	0,1374	0,1628	0,1800	0,2287
203	0,1152	0,1371	0,1624	0,1795	0,2282
204	0,1149	0,1367	0,1620	0,1791	0,2276
205	0,1146	0,1364	0,1616	0,1787	0,2271
206	0,1144	0,1361	0,1612	0,1782	0,2265
207	0,1141	0,1358	0,1608	0,1778	0,2260
208	0,1138	0,1354	0,1604	0,1774	0,2255
209	0,1135	0,1351	0,1601	0,1770	0,2250
210	0,1133	0,1348	0,1597	0,1766	0,2244
211	0,1130	0,1345	0,1593	0,1761	0,2239
212	0,1127	0,1342	0,1589	0,1757	0,2234
213	0,1125	0,1338	0,1586	0,1753	0,2229
214	0,1122	0,1335	0,1582	0,1749	0,2224
215	0,1120	0,1332	0,1578	0,1745	0,2219
216	0,1117	0,1329	0,1575	0,1741	0,2214
217	0,1114	0,1326	0,1571	0,1737	0,2209
218	0,1112	0,1323	0,1568	0,1733	0,2204
219	0,1109	0,1320	0,1564	0,1729	0,2199
220	0,1107	0,1317	0,1561	0,1726	0,2194
221	0,1104	0,1314	0,1557	0,1722	0,2189
222	0,1102	0,1311	0,1554	0,1718	0,2184
223	0,1099	0,1308	0,1550	0,1714	0,2179
224	0,1097	0,1305	0,1547	0,1710	0,2175
225	0,1094	0,1303	0,1543	0,1707	0,2170
226	0,1092	0,1300	0,1540	0,1703	0,2165

Sumber :

<https://repository.ipb.ac.id/jspui/bitstream/123456789/106605/5/Lampiran.pdf>

2. T Tabel

df	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0025	0,001
162	1,286799	1,654314	1,974716	2,349586	2,606518	2,845993	3,141101
163	1,286767	1,654256	1,974625	2,349442	2,606328	2,845771	3,140983
164	1,286735	1,654198	1,974534	2,349298	2,606138	2,845549	3,140865
165	1,286702	1,654140	1,974443	2,349154	2,605948	2,845327	3,140747
166	1,286670	1,654082	1,974352	2,349010	2,605758	2,845105	3,140629
167	1,286637	1,654024	1,974261	2,348866	2,605568	2,844883	3,140511
168	1,286605	1,653966	1,974170	2,348722	2,605378	2,844661	3,140393
169	1,286572	1,653908	1,974079	2,348578	2,605188	2,844439	3,140275
170	1,286540	1,653850	1,973988	2,348434	2,605000	2,844217	3,140157
171	1,286507	1,653792	1,973897	2,348290	2,604810	2,843995	3,140039
172	1,286475	1,653734	1,973806	2,348146	2,604620	2,843773	3,139921
173	1,286442	1,653676	1,973715	2,348002	2,604430	2,843551	3,139803
174	1,286410	1,653618	1,973624	2,347858	2,604240	2,843329	3,139685
175	1,286377	1,653560	1,973533	2,347714	2,604050	2,843107	3,139567
176	1,286345	1,653502	1,973442	2,347570	2,603860	2,842885	3,139449
177	1,286312	1,653444	1,973351	2,347426	2,603670	2,842663	3,139331
178	1,286280	1,653386	1,973260	2,347282	2,603480	2,842441	3,139213
179	1,286247	1,653328	1,973169	2,347138	2,603290	2,842219	3,139095
180	1,286215	1,653270	1,973078	2,346994	2,603100	2,841997	3,138977
181	1,286182	1,653212	1,972987	2,346850	2,602910	2,841775	3,138859
182	1,286150	1,653154	1,972896	2,346706	2,602720	2,841553	3,138741
183	1,286117	1,653096	1,972805	2,346562	2,602530	2,841331	3,138623
184	1,286085	1,653038	1,972714	2,346418	2,602340	2,841109	3,138505
185	1,286052	1,652980	1,972623	2,346274	2,602150	2,840887	3,138387
186	1,286020	1,652922	1,972532	2,346130	2,601960	2,840665	3,138269
187	1,285987	1,652864	1,972441	2,345986	2,601770	2,840443	3,138151
188	1,285955	1,652806	1,972350	2,345842	2,601580	2,840221	3,138033
189	1,285922	1,652748	1,972259	2,345698	2,601390	2,839999	3,137915
190	1,285890	1,652690	1,972168	2,345554	2,601200	2,839777	3,137797
191	1,285857	1,652632	1,972077	2,345410	2,601010	2,839555	3,137679
192	1,285825	1,652574	1,971986	2,345266	2,600820	2,839333	3,137561
193	1,285792	1,652516	1,971895	2,345122	2,600630	2,839111	3,137443
194	1,285760	1,652458	1,971804	2,344978	2,600440	2,838889	3,137325
195	1,285727	1,652400	1,971713	2,344834	2,600250	2,838667	3,137207
196	1,285695	1,652342	1,971622	2,344690	2,600060	2,838445	3,137089
197	1,285662	1,652284	1,971531	2,344546	2,599870	2,838223	3,136971
198	1,285630	1,652226	1,971440	2,344402	2,599680	2,837999	3,136853
199	1,285597	1,652168	1,971349	2,344258	2,599490	2,837777	3,136735
200	1,285565	1,652110	1,971258	2,344114	2,599300	2,837555	3,136617
201	1,285532	1,652052	1,971167	2,343970	2,599110	2,837333	3,136499
202	1,285500	1,651994	1,971076	2,343826	2,598920	2,837111	3,136381
203	1,285467	1,651936	1,970985	2,343682	2,598730	2,836889	3,136263
204	1,285435	1,651878	1,970894	2,343538	2,598540	2,836667	3,136145
205	1,285402	1,651820	1,970803	2,343394	2,598350	2,836445	3,136027
206	1,285370	1,651762	1,970712	2,343250	2,598160	2,836223	3,135909
207	1,285337	1,651704	1,970621	2,343106	2,597970	2,835999	3,135791
208	1,285305	1,651646	1,970530	2,342962	2,597780	2,835777	3,135673
209	1,285272	1,651588	1,970439	2,342818	2,597590	2,835555	3,135555
210	1,285240	1,651530	1,970348	2,342674	2,597400	2,835333	3,135437
211	1,285207	1,651472	1,970257	2,342530	2,597210	2,835111	3,135319
212	1,285175	1,651414	1,970166	2,342386	2,597020	2,834889	3,135201

Sumber : https://lkeb.umm.ac.id/files/file/tabel_distribusi.pdf

3. F Tabel

df untuk penyebut (N2)	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
181	3,89	3,05	2,65	2,42	2,26	2,15	2,06	1,99	1,93	1,88	1,84	1,81	1,77	1,75	1,72
182	3,89	3,05	2,65	2,42	2,26	2,15	2,06	1,99	1,93	1,88	1,84	1,81	1,77	1,75	1,72
183	3,89	3,05	2,65	2,42	2,26	2,15	2,06	1,99	1,93	1,88	1,84	1,81	1,77	1,75	1,72
184	3,89	3,05	2,65	2,42	2,26	2,15	2,06	1,99	1,93	1,88	1,84	1,81	1,77	1,75	1,72
185	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,15	2,06	1,99	1,93	1,88	1,84	1,80	1,77	1,75	1,72
186	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,15	2,06	1,99	1,93	1,88	1,84	1,80	1,77	1,75	1,72
187	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,15	2,06	1,99	1,93	1,88	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72
188	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,15	2,06	1,99	1,93	1,88	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72
189	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,15	2,06	1,99	1,93	1,88	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72
190	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,15	2,06	1,99	1,93	1,88	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72
191	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,15	2,06	1,99	1,93	1,88	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72
192	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,15	2,06	1,99	1,93	1,88	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72
193	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,15	2,06	1,99	1,93	1,88	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72
194	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,15	2,06	1,99	1,93	1,88	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72
195	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,15	2,06	1,99	1,93	1,88	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72
196	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,14	2,05	1,98	1,93	1,88	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72
197	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,14	2,05	1,98	1,93	1,88	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72
198	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,14	2,05	1,98	1,93	1,88	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72
199	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,14	2,05	1,98	1,93	1,88	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72
200	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,14	2,05	1,98	1,93	1,88	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72
201	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,14	2,05	1,98	1,93	1,88	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72
202	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,14	2,05	1,98	1,93	1,88	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72
203	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,14	2,05	1,98	1,93	1,88	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72
204	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,14	2,05	1,98	1,93	1,88	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72
205	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,14	2,05	1,98	1,93	1,88	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72
206	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,14	2,05	1,98	1,93	1,88	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72
207	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,14	2,05	1,98	1,93	1,88	1,84	1,80	1,77	1,74	1,71
208	3,89	3,04	2,65	2,42	2,26	2,14	2,05	1,98	1,93	1,88	1,83	1,80	1,77	1,74	1,71
209	3,89	3,04	2,65	2,41	2,26	2,14									

4. Instrumen penelitian

No.	Variabel	Dimensi	pernyataan	STS	TS	R	S	SS
1	Kualitas Produk	Kinerja	1 langkah-langkah preventif untuk mencegah cacat atau masalah kualitas selama proses produksi sangat baik					
			2 Sule tailor mengukur keberlanjutan dan dampak lingkungan dalam menghasilkan produk berkualitas sesuai					
		Fitur	3 sule tailor memastikan konsistensi fitur pada semua produk yang dihasilkannya					
			4 Sule tailor memastikan bahwa fitur-fitur produk tetap relevan dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan					
		Reliabilitas	5 sule tailor mengatasi situasi ketika produk tidak memenuhi tingkat keandalan yang diharapkan					
			6 sule tailor memastikan keandalan produk dalam penggunaan sehari-hari					

		Spesifikasi yang Sesuai	7	spesifikasi teknis utama dari produk Sule Tailor yang membedakannya dari produk sejenis					
			8	sule tailor memastikan bahwa spesifikasi produk selaras dengan standar kualitas yang ditetapkan					
		Daya Tahan	9	mengukur dan menjamin daya tahan produk dalam jangka panjang					
			10	sule tailor memberi informasi atau panduan perawatan khusus yang diberikan kepada pelanggan untuk memperpanjang masa pakai produk					
		ketersediaan Perbaikan	11	sule tailor menanggapi permintaan perbaikan produk dari pelanggan					
			12	sule tailor memberikan layanan pelanggan atau pusat perbaikan khusus yang dapat diakses oleh konsumen					
		Estetika	13	sule tailor mengintegrasikan elemen desain untuk menciptakan					

				estetika yang menarik pada produk							
			14	proses desain sule tailor melibatkan umpan balik pelanggan atau pemahaman pasar terkait preferensi estetika							
			15	sule tailor memastikan bahwa produk memenuhi atau bahkan melampaui standar industri yang ditetapkan							
		Kualitas yang disarankan	16	ada inisiatif perbaikan berkelanjutan yang diimplementasikan sule tailor untuk meningkatkan kualitas produk secara terus-menerus							
			2	Kualitas Pelayanan	Daya Tanggap	17	Sule Tailor merespon pertanyaan atau keluhan pelanggan terkait layanan atau produk dengan cepat dan efektif				
						18	sule tailor memiliki kebijakan atau sistem untuk memastikan pelayanan pelanggan yang responsif, termasuk waktu				

			tanggapan yang diinginkan					
	Jaminan	19	jaminan atau garansi yang diberikan oleh Sule Tailor terhadap layanan yang mereka berikan kepada pelanggan sangat baik					
		20	sule tailor menjamin kualitas pelayanan melalui langkah-langkah tertentu, seperti pelatihan karyawan atau proses pengukuran kinerja					
	Bukti Fisik	21	tanda atau bukti fisik konkret yang menunjukkan kualitas pelayanan dari Sule Tailor seperti desain interior toko atau presentasi produk					
		22	perusahaan memastikan bahwa setiap interaksi langsung dengan pelanggan menciptakan kesan positif terhadap kualitas pelayanan					
	Empati	23	karyawan sule tailor menunjukkan empati terhadap					

				kebutuhan dan keinginan pelanggan					
			24	ada inisiatif atau program pelatihan khusus yang bertujuan meningkatkan kemampuan tim Sule Tailor dalam memahami dan merespon perasaan pelanggan					
		Kehandalan	25	Sule Tailor memastikan kehandalan pelayanannya, terutama dalam hal waktu pengerjaan atau ketersediaan produk					
			26	sule tailor mengambil langkah-langkah tertentu untuk mengurangi risiko kesalahan atau keterlambatan dalam layanan kepada pelanggan					
3	Kepuasan Pelanggan	Kesesuaian Harapan	27	Sule Tailor berupaya memahami harapan pelanggan dan memastikan bahwa layanan mereka sesuai dengan ekspektasi yang diinginkan					

			28	sule tailor memiliki mekanisme umpan balik pelanggan untuk terus mengukur dan meningkatkan tingkat kesesuaian harapan dalam memberikan kepuasan pelanggan					
		Kualitas Produk Yang Dihasilkan	29	Sule Tailor memastikan bahwa kualitas produk yang dihasilkan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan					
			30	sule tailor langkah-langkah khusus untuk mengukur dan memperbaiki kualitas produk berdasarkan umpan balik pelanggan					
		Kualitas Pelayanan yang Diberikan	31	Sule Tailor memastikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan menciptakan tingkat kepuasan yang tinggi					
			32	sule tailor memiliki kebijakan atau program pelatihan karyawan yang bertujuan					

				meningkatkan kualitas pelayanan demi memenuhi harapan pelanggan					
		Harga Produk	33	Sule Tailor memastikan bahwa harga produknya sejalan dengan nilai yang diberikan kepada pelanggan, menciptakan kepuasan terkait nilai pembelian					
			34	sule tailor memiliki strategi harga atau program diskon yang dirancang untuk meningkatkan kepuasan pelanggan					
		Kemudahan Mengakses Produk	35	Sule Tailor memastikan kemudahan akses pelanggan ke produk mereka, baik melalui toko fisik maupun platform online					
			36	sule tailor memiliki kebijakan atau inisiatif untuk meningkatkan keterjangkauan dan kenyamanan pelanggan dalam mengakses produk					
		Ketersediaan Mengakses Produk	37	Sule Tailor memastikan ketersediaan produk yang memadai untuk					

				memenuhi permintaan pelanggan dan mencegah kekecewaan					
			38	sule tailor memiliki sistem inventarisasi atau pemesanan online yang dirancang untuk meningkatkan ketersediaan produk dan kepuasan pelanggan					