



Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen dalam Konteks Pembelajaran Konsentrasi Keahlian Menjahit Kemeja Pria di Kelas XII SMKN 1 Sarirejo Lamongan

Dina Wulan Novita Sari ^{1*}, Lutfiyah Hidayati ²

¹ Program Studi S1 Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

² Program Studi S1 Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Surabaya

*Penulis Korespondensi: dina.22094@mhs.unesa.ac.id, lutfiyahhidayati@unesa.ac.id

Abstract. Vocational High Schools (SMK) bear the primary responsibility of producing competent graduates through the creation of quality products that meet industrial standards. High-quality products serve as the main guarantee in establishing consumer satisfaction; therefore, the level of satisfaction must be measured as a form of tangible validation of students' skills. This study aims to: (1) analyze the quality of men's shirts produced by 12th-grade students of SMKN 1 Sarirejo, (2) measure the level of consumer satisfaction with these products, and (3) analyze the relationship between the quality of the men's shirts and the level of consumer satisfaction. The research method employed is quantitative correlational, involving a population and sample of 23 students from the 12th-grade Fashion Design and Production major, as well as 23 respondents as service users. Data were collected through documentation of practical grades representing the quality of the men's shirts (Variable X) and a consumer satisfaction questionnaire (Variable Y). Data analysis was conducted using descriptive statistics and the Spearman's Rho correlation test. The results of the study indicate that: (1) the quality of the men's shirts is in the "Good" category with an average score of 83.04, (2) the level of consumer satisfaction is in the "Very Satisfied" category with an average score of 3.50, and (3) the Spearman's Rho correlation test results show a significance value of $0.004 < 0.05$ with a correlation coefficient of 0.573. This proves that there is a significant positive relationship between product quality and consumer satisfaction, with a moderate strength of correlation.

Keywords: Quality; Product; Satisfaction; Consumer; Shirt.

Abstrak. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) memiliki tanggung jawab utama untuk menghasilkan lulusan yang kompeten melalui penciptaan produk yang berkualitas sesuai standar industri. Produk yang berkualitas tinggi merupakan jaminan utama dalam menciptakan kepuasan konsumen, sehingga tingkat kepuasan tersebut perlu diukur sebagai bentuk validasi nyata terhadap keterampilan siswa. Penelitian ini bertujuan untuk: (1) menganalisis kualitas produk kemeja pria hasil karya siswa kelas XII SMKN 1 Sarirejo, (2) mengukur tingkat kepuasan konsumen terhadap produk tersebut, (3) menganalisis hubungan antara kualitas produk kemeja pria dengan tingkat kepuasan konsumen. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif korelasional dengan populasi dan sampel penelitian sebanyak 23 siswa kelas XII jurusan Desain dan Produksi Busana serta 23 responden pengguna jasa. Data dikumpulkan melalui dokumentasi nilai praktik yang mengindikasikan kualitas produk kemeja pria (Variabel X) dan angket kepuasan konsumen kemeja (Variabel Y). Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif dan uji korelasi Spearman's Rho. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kualitas produk kemeja pria berada pada kategori baik dengan nilai rata-rata 83,04, (2) tingkat kepuasan konsumen produk kemeja berada pada kategori sangat puas dengan skor rata-rata 3,50, dan (3) hasil uji korelasi Spearman's Rho menunjukkan nilai signifikansi

Naskah Masuk: 27 Juni 2026; Revisi: 27 Juni 2026; Diterima: 28 Juni 2026; ; Terbit: 28 Juni 2026.

0,004 < 0,05 dengan koefisien korelasi 0,573. Hal ini membuktikan adanya hubungan positif yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen pada tingkat kekuatan hubungan yang sedang.

Kata kunci: Kualitas; Produk; Kepuasan; Konsumen; Kemeja

1. LATAR BELAKANG

Pendidikan vokasi pada jenjang SMK program keahlian Desain dan Produksi Busana memiliki tanggung jawab fundamental untuk mencetak lulusan dengan kompetensi teknis yang tervalidasi melalui produk nyata berkualitas dan sesuai dengan standar mutu industri sebagaimana diatur dalam Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 46 Tahun 2023 (Kemendikbudristek, 2023). Fokus utama pembelajaran praktik adalah memastikan siswa mampu mentransformasikan pola dan kain menjadi pakaian yang memiliki nilai estetika serta standar pengerjaan yang tinggi (Hidayat & Sholihat, 2021). Oleh karena itu, kualitas fisik produk hasil jahitan menjadi parameter krusial dalam menentukan kesiapan lulusan untuk bersaing secara profesional di pasar industri busana.

Keahlian menghasilkan produk yang berkualitas merupakan syarat mutlak bagi lulusan jurusan busana agar mampu memenuhi ekspektasi pasar yang semakin selektif (Sudiyatno, 2020). Menurut Putri et al. (2021), keterampilan menjahit yang presisi pada sebuah produk adalah indikator fundamental yang menunjukkan penguasaan teknik seorang calon penjahit. Dalam konteks pembuatan kemeja pria, siswa kelas XII diuji ketelitiannya dalam menyelesaikan detail-detail teknis pada produk seperti pemasangan kerah, manset, hingga saku yang simetris (Nuraini & Widowati, 2022). Produk kemeja yang berkualitas tinggi hanya dapat dihasilkan melalui proses pengerjaan yang disiplin dan kontrol mutu yang ketat pada setiap tahapan produksi.

Dimensi kualitas pada produk busana meliputi kerapian setikan, ketepatan ukuran, hingga kebersihan fisik produk dari sisa benang yang memengaruhi penampilan akhir (Rahmawati & Handayani, 2023). Sebagaimana dijelaskan oleh Setiawan (2021), kualitas produk yang konsisten akan membangun kepercayaan publik terhadap keahlian praktis yang dimiliki oleh siswa SMK. Di SMKN 1 Sarirejo, setiap kemeja yang dihasilkan oleh siswa kelas XII merupakan representasi langsung dari efektivitas bimbingan praktik di bengkel busana (Kurniawan & Fitri, 2022). Kemampuan menjaga standar mutu produk adalah kompetensi dasar yang harus dikuasai secara penuh sebelum siswa menyelesaikan masa pendidikannya.

Sebagai langkah konkret untuk meningkatkan mutu jahitan siswa, SMKN 1 Sarirejo Lamongan menyelenggarakan program pembuatan kemeja untuk masyarakat umum sejak tahun 2024. Program ini bertujuan agar siswa kelas XII mendapatkan tantangan nyata dalam menghasilkan produk busana yang sesuai dengan standar permintaan konsumen yang sebenarnya (Handayani & Subakti, 2021). Melalui praktik langsung menghasilkan

produk dari kain milik konsumen, siswa dituntut untuk bekerja dengan standar ketelitian produk yang jauh lebih tinggi dibandingkan saat mengerjakan latihan simulasi (Widianto & Susanti, 2021). Fisik produk kemeja yang dihasilkan oleh tangan siswa menjadi bukti nyata atas keterampilan yang telah mereka asah selama masa studi di sekolah.

Urgensi kualitas ini didukung oleh hasil dokumentasi penilaian guru praktik terhadap karya siswa kelas XII SMKN 1 Sarirejo Lamongan, di mana data menunjukkan bahwa seluruh produk kemeja yang dihasilkan melalui program pembuatan untuk masyarakat tersebut memenuhi standar mutu yang sangat baik. Hasil nilai kualitas produk secara kolektif menunjukkan angka 100% dalam kategori "Baik", yang mencakup aspek ketepatan ukuran, kerapian jahitan, dan penyelesaian akhir (finishing). Capaian angka sempurna ini mengindikasikan bahwa secara internal, kompetensi siswa dalam memproduksi kemeja telah mencapai standar kelulusan yang diharapkan.

Meskipun kualitas fisik produk secara internal dinilai sangat baik, performa fisik tersebut harus tetap diuji pengaruhnya terhadap perasaan puas yang dialami oleh masyarakat yang memesan dan menggunakan langsung kemeja hasil jahitan siswa tersebut (Kotler & Armstrong, 2021). Kotler dan Keller (2022) menekankan bahwa kepuasan muncul ketika performa fisik dari sebuah produk mampu memenuhi atau melampaui harapan penggunanya. Dalam konteks ini, kepuasan konsumen sangat dipengaruhi oleh pengalaman langsung mereka dalam memakai produk kemeja karya siswa, seperti kekuatan jahitan saat digunakan, keselarasan motif kain, dan ketajaman bentuk detail kemeja (Sari & Ramadhan, 2023).

Terdapat hubungan yang sangat erat antara mutu produk yang dihasilkan siswa dengan respon yang diberikan oleh para konsumen (Tjiptono & Chandra, 2022). Teori Lupiyoadi (2023) menjelaskan bahwa atribut fisik produk adalah pemicu utama yang menentukan tinggi rendahnya tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Konsumen yang menerima dan memakai produk kemeja dari program sekolah ini bertindak sebagai penilai kualitas produk yang paling objektif terhadap hasil pengerjaan siswa kelas XII (Wibowo & Astuti, 2020). Kepuasan yang dirasakan oleh pengguna jasa busana sekolah ini menjadi validasi eksternal bahwa proses pendidikan praktik di jurusan busana telah mencapai sasarannya.

Meskipun kualitas fisik produk menjadi fokus utama, dalam manajemen produksi, tindak lanjut terhadap respon konsumen mengenai hasil produk merupakan elemen yang sering kali terabaikan. Belum adanya tindak lanjut mengenai ulasan dari para pemesan kemeja dapat menjadi hambatan dalam mengukur keberhasilan pembuatan produk secara objektif (Iskandar, 2022). Padahal, ulasan konsumen merupakan instrumen penting untuk memetakan sejauh mana standar kualitas produk yang diajarkan di kelas telah selaras dengan standar pasar (Yusuf & Maryam, 2021). Ketiadaan sistem evaluasi yang menghubungkan antara kualitas hasil produk dengan kepuasan pelanggan mengakibatkan sekolah kehilangan data kritis untuk pengembangan mutu produk.

Menurut Tjiptono (2023), ulasan dan umpan balik dari konsumen adalah cermin utama untuk mengidentifikasi kekurangan teknis pada produk yang telah dibuat sebelumnya. Melalui ulasan terhadap kemeja yang telah digunakan, siswa kelas XII dapat memahami secara spesifik detail fisik mana yang masih memerlukan penyempurnaan teknik di mata pengguna (Mustofa & Ridwan, 2022). Masukan dari pemakai produk merupakan bahan pelajaran berharga yang melatih kepekaan siswa terhadap kualitas detail yang sering kali terabaikan dalam penilaian internal (Sari & Wahyuni, 2022).

Prinsip manajemen mutu modern menegaskan bahwa penentu kualitas produk yang sesungguhnya bukanlah produsen, melainkan orang yang menggunakan produk tersebut (Goetsch & Davis, 2021). Artinya, keberhasilan siswa kelas XII SMKN 1 Sarirejo dalam mencapai nilai kualitas 100% secara internal harus divalidasi ulang berdasarkan tingkat kepuasan para pelanggannya (Rachman & Suwandi, 2022). Kualitas kemeja yang dirasakan langsung oleh masyarakat selaku pemesan merupakan bukti autentik kesiapan siswa memasuki dunia industri (Purnomo & Saputri, 2021). Pengakuan dari pelanggan terhadap fisik produk merupakan bentuk apresiasi tertinggi bagi seorang calon penjahit yang benar-benar berkualitas.

Kesenjangan informasi mengenai korelasi antara capaian nilai kualitas 100% dengan realita kepuasan di lapangan menuntut adanya sebuah kajian ilmiah yang berorientasi pada data statistik (Ghozali, 2021). Analisis data secara kuantitatif diperlukan untuk membuktikan secara empiris bagaimana hubungan antara kualitas kemeja karya siswa dengan tingkat kepuasan yang dirasakan masyarakat pemesan (Arikunto, 2021). Hasil penelitian ini nantinya akan memberikan landasan bagi SMKN 1 Sarirejo untuk menyusun standar produksi yang lebih responsif terhadap ulasan pelanggan (Maulana & Putri, 2023).

Landasan teoritis mengenai kualitas produk busana menekankan bahwa keunggulan sebuah kemeja sangat ditentukan oleh ketepatan teknis komponennya. Menurut Indriani dan Hernadewi (2022), kualitas kemeja pria dalam standar industri garmen diukur melalui presisi konstruksi kerah (*collar*), pemasangan lengan, dan penyelesaian manset (*cuff*). Sejalan dengan hal tersebut, Nuraini dan Widowati (2022) menegaskan bahwa ketelitian teknik menjahit pada detail spesifik merupakan indikator utama kualitas produk. Dalam konteks pendidikan vokasi, Wicaksono dan Jerusalem (2021) menyatakan bahwa hasil praktik menjahit kemeja merupakan representasi langsung dari kompetensi psikomotorik siswa. Namun, agar hasil praktik tersebut memiliki nilai saing, produk harus memenuhi standar kelayakan yang diakui oleh pihak eksternal atau industri (2021). Di sisi lain, kepuasan pelanggan dalam bidang busana sangat dipengaruhi oleh karakteristik fisik produk, seperti siluet (*fit*), kerapian jahitan, dan kenyamanan saat digunakan (Muzammil, 2024).

Meskipun dasar teoritis mengenai kualitas busana dan kepuasan pelanggan telah banyak dipaparkan dalam berbagai literatur, terdapat celah penelitian (*research gap*) yang signifikan dalam konteks praktis. Sejauh ini, evaluasi terhadap produk kemeja hasil praktik siswa cenderung bersifat internal dan terbatas pada penilaian akademik oleh guru untuk pemenuhan nilai kurikulum. Masih sangat sedikit kajian ilmiah yang

menghubungkan secara empiris antara ketelitian detail teknis hasil menjahit siswa dengan standar kepuasan pelanggan secara nyata. Kondisi ini menyebabkan adanya ketidakpastian mengenai apakah kompetensi yang diajarkan di sekolah sudah benar-benar selaras dengan ekspektasi pasar eksternal.

Secara spesifik, celah penelitian ini ditemukan pada konteks lokasi penelitian, di mana kajian serupa belum pernah dilakukan di SMKN 1 Sarirejo. Selama ini, belum ada data ilmiah yang memetakan kualitas produk kemeja hasil praktik siswa SMKN 1 Sarirejo berdasarkan perspektif pengguna jasa atau pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini hadir untuk mengisi kekosongan tersebut dengan melakukan validasi eksternal melalui analisis kualitas produk dan kepuasan pelanggan di SMKN 1 Sarirejo. Hasil penelitian ini diharapkan tidak hanya memberikan kontribusi bagi pengembangan teori pendidikan tata busana, tetapi juga menjadi dasar bagi sekolah dalam melakukan sinkronisasi kurikulum yang lebih tepat guna dengan kebutuhan industri dan masyarakat.

2. KAJIAN TEORITIS

A. Kualitas Produk

Produk adalah sesuatu yang ditawarkan kepada konsumen yang dapat berupa barang atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan yang kemudian dapat digunakan atau dirasakan oleh pelanggan (Putri, Novitasari, Yuwono, & Asbari, 2021). Kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta dari suatu produk atau pelayanan pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan konsumen (Zulkarnain et al., 2020).

Kualitas sebuah produk pada dasarnya diukur dari sejauh mana karakteristik barang tersebut mampu menjawab ekspektasi pelanggan, sehingga penilaian akhir terhadap produk kemeja pria sepenuhnya berada di tangan konsumen (Muzammil, 2024). Kotler dan Armstrong (2021) memperkuat hal ini dengan menyatakan bahwa kualitas mencakup efektivitas fungsi produk, termasuk usia pakai, keandalan, hingga nilai-nilai kemudahan teknis lainnya.

Untuk membedah kualitas secara lebih mendalam, Daga (2019) membagi dimensinya menjadi dua bagian penting, yaitu *performance quality* dan *conformance quality*. *Performance quality* merupakan kemampuan suatu produk untuk menampilkan fungsi-fungsinya. *Performance quality* akan diukur melalui Kenyamanan (*comfortable*), Ketahanan (*durability*), Model atau desain (*design*), dan Kualitas bahan (*material*). Sedangkan *conformance quality* yaitu konsisten atau stabil dalam memberikan kualitas yang diharapkan konsumen kemeja pria, artinya kualitas tersebut mempunyai standar yang memang tercermin dalam produk kemeja pria.

Adapun menurut Kumrotin & Susanti (2021) kualitas produk terdiri dari indikator: 1) *Performance*, dalam konteks busana kemeja pria mengacu pada seberapa baik kemeja pria tersebut berfungsi dalam pemakaian sehari-hari; 2) *Durability*, memiliki arti suatu produk dapat diartikan mempunyai ketahanan yang cukup lama maka semakin lama pula pergantian terhadap produk lainnya; 3) *Conformance to specifications*, dikatakan tidak

cacat apabila produk tertentu memiliki spesifikasi yang lebih besar; 4) *Features* merupakan fitur dari suatu produk yang didesain untuk menambah dan menarik konsumen pada suatu produk.

B. Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler, P., & Keller, K. (2022) konsumen cenderung menyukai produk yang menawarkan kualitas, kinerja, atau fitur inovatif yang terbaik. Secara umum kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang maupun kecewa seseorang yang tumbuh karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan suatu produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan menjadi tidak puas, namun jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan merasa puas. Berikut ini merupakan ciri-ciri kepuasan konsumen (Setyo, 2017) Konsumen merasa puas akan barang dan jasa merupakan kepuasan konsumen akan barang dan jasa yang konsumen dapatkan; 2) Konsumen merasa puas produk karena sesuai dengan harapan konsumen. Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen; 3) Minat membeli kembali merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk terkait; 4) Konsumen merekomendasikan merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang telah dirasakannya kepada teman atau keluarga.

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja produk yang real atau aktual dengan kinerja produk yang diharapkan (Setyo, 2017). Secara umum, kepuasan konsumen terjadi ketika produk atau layanan yang diterima sesuai dengan harapan yang telah ditetapkan sebelumnya. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat di mana produk dianggap memenuhi ekspektasi pembeli. Rasa puas ini sangat dipengaruhi oleh kinerja aktual produk yang digunakan, apakah mampu memenuhi harapan atau tidak. Konsumen memiliki berbagai tingkat kepuasan, mulai dari yang biasa saja hingga yang sangat memuaskan. Jika kualitas produk atau layanan berada di bawah harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas dengan pembelian yang dilakukan (Pasaribu & Prayoga, 2019). Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen menurut Lupiyoadi (2023) yaitu Kualitas Produk (*Product Quality*), Kualitas Pelayanan (*Service Quality*), Harga (*Price*), Faktor Emosional (*Emotional Factor*), dan Biaya dan Kemudahan (*Cost and Convenience*).

Kepuasan adalah respon atau tanggapan konsumen mengenai pemenuhan kebutuhan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan kebutuhan konsumsi konsumen (Kurnia & Suwiknyo 2018). Adapun aspek-aspek kepuasan pelanggan yaitu aspek kenyamanan, aspek hubungan konsumen dengan karyawan, informasi yang diberikan oleh karyawan, aspek kompetensi teknis, aspek biaya, (Ansyari, 2017).

Berdasarkan beberapa definisi dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen merupakan respons yang ditunjukkan oleh konsumen terhadap pelayanan atau kinerja (hasil) yang diterima, kemudian konsumen akan membandingkan kinerja hasil produk dengan harapan yang diinginkannya. Apabila kinerja hasil produk yang diterima lebih dari harapan maka konsumen tersebut merasa puas, begitu pula sebaliknya apabila kinerja hasil produk yang diterimanya tidak memenuhi atau sama dengan harapannya maka dapat dikatakan konsumen merasa tidak puas akan kinerja hasil produk yang diterima.

C. Hubungan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Konsumen

Kualitas produk merupakan pemicu utama terciptanya kepuasan konsumen dalam manajemen pemasaran modern. Menurut Zulkarnain (2020), kualitas produk adalah keseluruhan ciri serta karakteristik dari suatu produk yang menunjukkan kemampuannya dalam memuaskan kebutuhan konsumen baik yang dinyatakan maupun yang tersirat. Hal ini dipertegas oleh Kotler dan Armstrong (2021) yang menyatakan bahwa kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan nilai pelanggan; jika produk gagal memenuhi ekspektasi fungsi dan kualitasnya, maka konsumen akan merasa tidak puas. Dengan demikian, kualitas fisik yang dihasilkan oleh produsen menjadi dasar utama bagi konsumen dalam memberikan penilaian terhadap pengalaman pemakaian produk.

Perspektif lain dikemukakan oleh Tjiptono dan Chandra (2022), yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah evaluasi purnabeli di mana persepsi terhadap kinerja produk yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan sebelum pembelian. Dalam konteks ini, kualitas produk bertindak sebagai variabel yang menentukan hasil evaluasi tersebut (Tjiptono & Chandra, 2022). Jika kualitas fisik dan fungsional yang dirasakan (*perceived quality*) selaras dengan pengorbanan yang dikeluarkan, maka konsumen akan memberikan respon positif. Hubungan ini bersifat linier, di mana setiap peningkatan standar kualitas yang diberikan oleh produsen akan meningkatkan peluang konsumen untuk mencapai titik kepuasan maksimal.

Goetsch dan Davis (2021) dalam teori manajemen kualitas total menekankan bahwa penentu kualitas yang sesungguhnya bukanlah produsen, melainkan konsumen yang menggunakan produk tersebut. Mereka berpendapat bahwa kualitas adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pengguna (Goetsch & Davis, 2021). Hubungan antara kedua variabel ini terletak pada konsep kesesuaian untuk digunakan (*fitness for use*). Ketika sebuah produk secara teknis sempurna dan sangat fungsional bagi kebutuhan spesifik pelanggan, maka secara otomatis kepuasan akan terbentuk sebagai validasi atas kualitas proses produksi yang telah dijalankan.

Selanjutnya, Lupiyoadi (2023) menjelaskan bahwa dalam atribut produk, kualitas fisik menjadi elemen yang paling mudah dinilai secara objektif oleh pelanggan dan memberikan pengaruh signifikan terhadap respon emosional mereka. Menurutnya, kualitas produk adalah investasi yang memberikan keuntungan emosional; pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan diri saat menggunakan produk yang

berkualitas (Lupiyoadi, 2023). Hubungan ini menunjukkan bahwa kepuasan bukan sekadar hasil dari fungsi teknis semata, melainkan gabungan antara kualitas fisik yang kasat mata dengan nilai psikologis yang dirasakan pelanggan setelah pemakaian produk.

Kemudian, Kanji (2015) dalam model keunggulan bisnis menegaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah hasil akhir dari komitmen organisasi terhadap kualitas produk yang konsisten. Kualitas yang terjaga meminimalkan risiko kegagalan produk yang dapat menyebabkan kekecewaan atau keluhan pelanggan (Kanji, 2015). Hubungan antara kedua variabel ini dipandang sebagai sebuah siklus berkesinambungan: kualitas produk yang baik menghasilkan kepuasan, kepuasan menghasilkan kepercayaan, dan kepercayaan pada akhirnya akan meningkatkan citra institusi di mata publik. Oleh karena itu, pengukuran kualitas melalui sudut pandang pengguna menjadi instrumen evaluasi yang kritis untuk menjamin mutu hasil produksi secara berkelanjutan.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian ini dilaksanakan di SMK N 1 Sarirejo Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Kabupaten Lamongan, Jawa Timur. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan dua metode pengumpulan data, yaitu metode dokumentasi dan metode angket. Teknik analisis statistik yang digunakan yaitu analisis deskriptif, uji normalitas, uji linearitas, kemudian dilanjutkan uji hipotesis dengan analisis korelasi product moment.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Tingkat kualitas produk kemeja

Memaparkan hasil evaluasi kualitas produk kemeja pria yang dihasilkan oleh siswa kelas XII DPB SMK Negeri 1 Sarirejo. Nilai yang diperoleh siswa merupakan representasi dari tingkat presisi, kerapian, dan kesesuaian produk terhadap standar operasional prosedur (SOP) industri busana pria. Data berikut akan menggambarkan sejauh mana produk kemeja yang dihasilkan memenuhi kualifikasi pasar, mulai dari kategori Baik hingga Sangat Baik.

Tabel 1. Data Kualitas Produk Kemeja Pria

		Nama Siswa	Nilai Praktik Menjahit	Valid
N	Valid	23	23	23
	Missing	0	0	0
Mean			83.04	1.00
Median			82.00	1.00
Mode			82.00	1
Std. Deviation			3.06	.000
Minimum			78.00	1

Maximum		88.00	1
Sum		1910.00	23

Berdasarkan hasil olah data statistik deskriptif untuk variabel Kualitas Hasil Praktik (X), diperoleh gambaran bahwa dari 23 siswa kelas XII yang menjadi subjek penelitian, seluruhnya dinyatakan tuntas dengan nilai rata-rata sebesar 83,04. Sebaran nilai siswa bergerak dari angka terendah 78,00 hingga angka tertinggi mencapai 88,00.

Hal ini menunjukkan bahwa secara kolektif, kompetensi siswa dalam menjahit kemeja pria telah memenuhi standar mutu yang ditetapkan oleh sekolah. Nilai modus dan median yang berada pada angka 82,00 mengindikasikan bahwa sebagian besar siswa memiliki kemampuan yang stabil dan merata pada kategori (baik).

Tabel 2. Distribusi Frekuensi Kualitas Produk Kemeja pria

Rentang Nilai	Kategori	Frekuensi	Persentase
85 – 100	Sangat Baik	6	26.09%
75 – 84	Baik	17	73.91%
65 – 74	Cukup	0	0%
< 65	Kurang	0	0%
Total		23	100%

Secara keseluruhan, capaian hasil belajar siswa kelas XII DPB pada mata pelajaran Konsentrasi Keahlian menunjukkan hasil yang sangat positif. Dari total 23 siswa, seluruhnya (100%) telah berhasil melampaui KKM yang ditetapkan (75). Mayoritas siswa berada pada kategori nilai Baik (75–84) sebanyak 17 orang, sementara 6 siswa lainnya berhasil mencapai kategori Sangat Baik (85–100).

Tingkat Kepuasan Konsumen Kemeja Pria

Tabel 3. Data Kepuasan Konsumen kemeja Pria

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
baru	23	2.36	4.00	3.5062	.34182
Valid N (listwise)	23				

Berdasarkan hasil analisis pada tabel di atas, diperoleh nilai rata-rata (mean) sebesar 3,5062. Nilai ini menunjukkan bahwa secara umum, tingkat kepuasan konsumen terhadap produk kemeja berada pada kategori (Sangat Puas) sesuai dengan kriteria kepuasan konsumen kemeja pria. Hal ini didukung oleh sebaran data dengan nilai minimum sebesar 2,36 dan nilai maksimum mencapai skor sempurna yaitu 4,00. Rendahnya nilai standar deviasi (0,341) mengindikasikan bahwa pendapat responden mengenai kepuasan produk cenderung konsisten atau tidak mengalami ketimpangan yang besar

Tabel 4. Distribusi Frekuensi Kepuasan Konsumen Kemeja Pria

No	Rentang Skor	Frekuensi (f)	Persentase (%)
1	3,26 – 4,00	19	82.60%

2	2,51 – 3,25	3	13.00%
3	1,76 – 2,50	1	4.40%
4	1,00 – 1,75	0	0%

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen didominasi oleh kategori (Sangat Puas) sesuai dengan dengan jumlah 19 responden (82,6%) sesuai dengan kriteria kepuasan konsumen kemeja pria. Hal ini menunjukkan tingkat keberhasilan produksi yang sangat tinggi. Adapun responden yang merasa Puas sebanyak 3 orang (13,0%) dan hanya 1 orang (4,4%) yang merasa Tidak Puas. Tidak adanya responden dalam kategori Sangat Tidak Puas membuktikan bahwa produk kemeja yang dihasilkan secara keseluruhan telah diterima dengan baik oleh konsumen.

Berdasarkan tabel distribusi frekuensi, dapat disimpulkan bahwa tingkat kepuasan konsumen didominasi oleh kategori Sangat Puas dengan jumlah 19 responden (82,6%). Hal ini menunjukkan tingkat keberhasilan produksi yang sangat tinggi. Adapun responden yang merasa Puas sebanyak 3 orang (13,0%) dan hanya 1 orang (4,4%) yang merasa Tidak Puas. Tidak adanya responden dalam kategori Sangat Tidak Puas membuktikan bahwa produk kemeja yang dihasilkan secara keseluruhan telah diterima dengan baik oleh konsumen

Hubungan Kualitas Produk Kemeja Pria Dengan Kepuasan Konsumen Kemeja Pria

Tabel 5. Hubungan Antara Variabel X (Kualitas Produk Kemeja) Dengan Variabel Y (kepuasan Konsumen Kemeja Pria)

Correlations			X	Y
Spearman's rho	X	Correlation Coefficient	1.000	.573**
		Sig. (2-tailed)	.	.004
		N	23	23
	Y	Correlation Coefficient	.573**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.004	.
		N	23	23

Selanjutnya, diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,573. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kekuatan hubungan antar variabel berada pada kategori (Sedang) sesuai dengan tabel 1.5. Arah hubungan yang positif mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas pada hasil belajar praktik siswa akan diikuti dengan peningkatan kepuasan konsumen terhadap produk kemeja pria yang dihasilkan.

Berdasarkan hasil uji korelasi *Spearman's Rho* pada tabel di atas, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,004. Karena nilai signifikansi tersebut lebih kecil dari 0,05 ($0,004 < 0,05$), maka H_1 diterima dan H_0 ditolak. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas produk kemeja pria (X) dengan kepuasan konsumen kemeja pria (Y). Nilai koefisien korelasi sebesar 0,573 menunjukkan bahwa

hubungan kedua variabel berada pada kategori sedang dengan arah hubungan yang positif pada kategori (sedang) sesuai dengan kriteria kekuatan hubungan kualitas produk kemeja pria dengan kepuasan konsumen kemeja pria.

Selanjutnya, untuk mengetahui seberapa besar kontribusi atau sumbangsih variabel kualitas produk kemeja pria terhadap kepuasan konsumen, maka dilakukan analisis koefisien determinasi (*R Square*). Berdasarkan tabel *Model Summary* yang telah diolah, diperoleh hasil sebagai berikut

Tabel 6. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.644 ^a	.415	.387	.26792

Berdasarkan tabel di atas, diperoleh nilai koefisien determinasi (*R Square*) sebesar 0,415. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Produk (*X*) memberikan kontribusi atau pengaruh sebesar 41,5% terhadap variabel Kepuasan Konsumen (*Y*). Sementara itu, sisanya sebesar 58,5% (100% - 41,5%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar penelitian.

B. Pembahasan

Hasil pengujian hipotesis menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen dengan nilai korelasi sebesar 0,573 (kategori sedang). Temuan ini secara langsung membuktikan teori Kotler dan Armstrong (2021) yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sangat bergantung pada kemampuan performa fisik produk dalam memenuhi ekspektasi pengguna. Kemudian ini juga didukung oleh teori Kanji (2015) kualitas yang terjaga meminimalkan risiko kegagalan produk yang dapat menyebabkan kekecewaan atau keluhan pelanggan.

Hubungan sedang dalam penelitian ini dikategorikan sebagai hasil yang baik dan positif karena menunjukkan bahwa kualitas produk kemeja memiliki pengaruh yang nyata dan signifikan terhadap kepuasan. Nilai korelasi sebesar 0,573 ini mencerminkan kondisi objektif di lapangan bahwa kualitas produk adalah faktor kunci, namun karena nilai koefisien determinasi nya sebesar 41,5% yang artinya sisanya sebesar 58,5% (100% - 41,5%) dipengaruhi oleh variabel-variabel lain di luar penelitian.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian penelitian oleh Hidayat et al. (2024) yang menunjukkan terdapat hubungan antara kualitas produk *Uniqlo Living World* Pekanbaru dengan kepuasan konsumen dengan hasil *R Square* sebesar 0,529 yang juga memiliki kekuatan hubungan sedang. Penelitian oleh Razak (2019) pada pelanggan Aqua di Jakarta Timur juga membuktikan terdapat pengaruh signifikan antara kinerja, keandalan, kesesuaian, dan daya tahan terhadap kepuasan pelanggan dengan hasil *F*-hitung sebesar 4,768 yang dapat dikategorikan pada hasil sedang.

Hasil ini secara konsisten mendukung penelitian terdahulu oleh Hidayat et al. (2024) dan Razak (2019), yang menegaskan bahwa dalam berbagai sektor industri,

kualitas produk tetap menjadi instrumen fundamental namun bukan satu-satunya penentu dalam menciptakan kepuasan pelanggan yang menyeluruh.

Temuan ini memberikan validasi empiris terhadap teori Kotler dan Armstrong (2021) serta Kanji (2015), di mana performa fisik produk yang berkualitas terbukti mampu memenuhi ekspektasi serta meminimalkan risiko kekecewaan konsumen. Meskipun kualitas produk memberikan kontribusi yang dominan sebesar 41,5%, adanya sisa pengaruh sebesar 58,5% menunjukkan bahwa kepuasan konsumen bersifat multidimensi dan dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Meskipun kualitas produk berkontribusi sebesar 41,5% terhadap kepuasan, terdapat faktor-faktor lain yang turut memengaruhi kepuasan konsumen produk kemeja pria di SMKN 1 Sarirejo. Sejalan dengan pendapat Lupiyoadi (2023), kepuasan pelanggan bersifat multidimensi yang dipengaruhi oleh berbagai aspek seperti kualitas pelayanan, harga, serta faktor emosional.

5. KESIMPULAN

Kualitas produk kemeja pria yang dihasilkan oleh siswa kelas XII Busana SMKN 1 Sarirejo berada pada kategori Baik. Hal ini dibuktikan dengan perolehan nilai rata-rata praktik sebesar 83,04. Sebagian besar siswa telah mampu memenuhi standar kualitas jahitan dan konstruksi pola yang ditetapkan, meskipun masih terdapat ruang untuk peningkatan ketelitian pada detail produk tertentu. Tingkat kepuasan konsumen terhadap produk kemeja pria hasil karya siswa SMKN 1 Sarirejo berada pada kategori Sangat Puas. Hal ini ditunjukkan dengan perolehan skor rata-rata (mean) kuesioner sebesar 3,50 dari skala 4,00. Konsumen merasa sangat puas terutama pada aspek kesesuaian ukuran dan kerapihan hasil akhir produk yang diterima. Terdapat hubungan yang signifikan dengan arah positif antara kualitas produk kemeja pria dengan kepuasan konsumen di SMKN 1 Sarirejo. Berdasarkan uji korelasi *Spearman's Rho*, diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,573 yang menunjukkan tingkat hubungan pada kategori Sedang/Baik. Nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$ membuktikan bahwa semakin baik kualitas produk kemeja yang dihasilkan oleh siswa, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh konsumen.

DAFTAR REFERENSI

- Ansyari, U. L. (2017). *Hubungan Antara Kualitas Produk Dengan Kepuasan Pelanggan Pengguna Kartu Simpati Pada Mahasiswa Psikologi Universitas Medan Area*. 86.
- Arikunto, S. (2021). *Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktik*. Rineka Cipta.
- Asriyani, & Kumaidi. (2021). Konstruksi busana kemeja: Teknik dan standar industri. *Jurnal Pendidikan Vokasi Busana*, 12(1), 45–56.
- Daga, R. (2019). *Citra, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan*. Global Research and Consulting Institute.
- Ghozali. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS (10th ed.)*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Goetsch, D. L., & Davis, S. B. (2021). *Quality management for organizational*

- excellence: Introduction to total quality*. Pearson.
- Handayani, E. S., & Subakti, H. (2021). Analisis Penggunaan Media Realia Melalui Pembelajaran Online di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 5(2), 772–783. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v5i2.810>
- Hidayat, R., Ardianto, B., & Nusyirwan. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan UNIQLO Living World Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi, Manajemen, Bisnis Dan Teknologi (AMBITEK)*, 4(1), 57–66.
- Hidayat, & Sholihat. (2021). Standar mutu pembelajaran praktik busana di SMK. *Jurnal Vokasi Desain Busana*, 3(1), 22–30.
- Indriani, & Hernadewi. (2022). Standar komponen dan kualitas kemeja pria dalam industri garmen. *Jurnal Teknik Busana*, 7(2), 33–42.
- Iskandar. (2022). *Evaluasi program pendidikan kejuruan*. Pustaka Pelajar.
- Kanji, G. K. (2015). *Total quality management across the world of business*. Business Expert Press.
- Kemendikbudristek. (2023). *Peraturan Menteri Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan Teknologi Nomor 46 Tahun 2023 tentang Standar Kompetensi Lulusan*. Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of marketing* (18th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson Education.
- Kumrotin, E. L., & Susanti, A. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Cafe Ko.We.Cok Di Solo. *J-MIND (Jurnal Manajemen Indonesia)*, 6(1), 1. <https://doi.org/10.29103/j-mind.v6i1.4870>
- Kurnia, M., & Suwiknyo, M. (2018). Kepuasan Konsumen: Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi. *BALANCE: Economic, Business, Management and Accounting Journal*, 15(01). <https://doi.org/10.30651/blc.v15i01.1264>
- Kurniawan, & Fitri. (2022). Efektivitas bimbingan praktik di bengkel busana SMK. *Jurnal Pendidikan Teknik*, 9(1), 15–25.
- Lupiyoadi, R. (2023). *Manajemen pemasaran jasa: Berbasis kompetensi*. Salemba Empat.
- Maulana, & Putri. (2023). Pengembangan standar produksi berbasis ulasan pelanggan di SMK. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 8(2), 140–155.
- Mustofa, & Ridwan. (2022). Analisis umpan balik konsumen dalam pengembangan produk SMK. *Jurnal Pendidikan Busana*, 5(3), 210–222.
- Muzammil. (2024). Karakteristik produk kemeja pria dan kepuasan pelanggan. *Jurnal Industri Kreatif*, 9(1), 12–25.
- Nuraini, & Widowati. (2022). Ketelitian teknik menjahit pada produk kemeja pria siswa SMK. *Jurnal Kompetensi Teknik*, 14(2), 55–64.
- Pasaribu, V. L. D., & Prayoga, M. Y. S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Baju Batik Hem Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Home Industri Batik Sahara Indah. *Jurnal*

- Pemasaran Kompetitif*, 2(2), 77. <https://doi.org/10.32493/jpkpk.v2i2.2461>
- Purnomo, & Saputri. (2021). Kesiapan kerja siswa SMK berdasarkan validasi konsumen. *Jurnal Vokasi*, 10(3), 180–192.
- Putri. (2021). Analisis keterampilan menjahit presisi pada produk busana. *Jurnal Seni Dan Desain*, 8(2), 105–115.
- Putri, N. D. P. D., Novitasari, D., Yuwono, T., & Asbari, M. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Journal Of Communication Education*, 15(1), 1267–1283. <https://doi.org/10.58217/joce-ip.v15i1.226>
- Rachman, & Suwandi. (2022). Validasi internal dan eksternal hasil praktik siswa SMK. *Jurnal Evaluasi Pendidikan*, 13(1), 40–52.
- Rahmawati, & Handayani. (2023). Dimensi kualitas produk busana dan penampilan akhir. *Jurnal Tata Busana*, 12(1), 1–10.
- Razak, A. (2019). Analisis kinerja dan keandalan produk terhadap kepuasan pelanggan aqua. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 7(2), 145–158.
- Sari, & Ramadhan. (2023). Pengalaman pengguna dalam pemakaian busana kerja. *Jurnal Psikologi Konsumen*, 4(2), 89–102.
- Sari, & Wahyuni. (2022). Kepekaan siswa SMK terhadap kualitas detail produk busana. *Jurnal Inovasi Pendidikan*, 6(1), 33–45.
- Setiawan. (2021). Kepercayaan publik terhadap keahlian praktis siswa SMK. *Jurnal Citra Pendidikan*, 4(4), 500–512.
- Setyo, P. E. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen “Best Autoworks.” *PERFORMA: Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 1(6), 755–764.
- Sudiyatno. (2020). Ekspektasi pasar terhadap lulusan SMK jurusan busana. *Jurnal Pendidikan Teknik*, 8(3), 200–215.
- Tjiptono, F. (2023). *Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian*. Penerbit Andi.
- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2022). *Pemasaran strategik*. Penerbit Andi.
- Wibowo, & Astuti. (2020). Validasi eksternal dalam pendidikan vokasi. *Jurnal Manajemen Pendidikan*, 11(2), 77–88.
- Wicaksono, A. B., & Jerusalem, M. A. (2021). Hubungan hasil belajar teori busana industri dengan hasil menjahit kemeja peserta didik kelas IX tata busana SMKN 1 Depok, Sleman. *Prosiding Pendidikan Teknik Boga Busana*, 16(1).
- Widianto, & Susanti. (2021). Standar ketelitian dalam praktik produksi busana. *Jurnal Pendidikan Kejuruan*, 7(1), 12–24.
- Yusuf, & Maryam. (2021). Sinkronisasi kurikulum SMK dengan standar pasar. *Jurnal Pendidikan Bisnis*, 9(3), 155–168.
- Zulkarnain. (2020). *Manajemen pemasaran: Analisis dan strategi*. Bumi Aksara.
- Zulkarnain, R., Taufik, H., & Ramdansyah, A. D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan Nasabah sebagai variabel Intervening (Studi Kasus Pada PT Bank Syariah Mu’amalah Cilegon). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 1–24.

*Hubungan Kualitas Produk dengan Kepuasan Konsumen dalam Konteks Pembelajaran
Konsentrasi Keahlian Menjahit Kemeja Pria di Kelas XII SMKN 1 Sarirejo Lamongan*