

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK *FAST FASHION*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

Disusun Oleh :
ANNISA RAMADHANTI
1515619048

PROGRAM STUDI
PENDIDIKAN TATA BUSANA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

SKRIPSI
PENGARUH KUALITAS PRODUK *FAST FASHION*
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

Disusun Oleh :
ANNISA RAMADHANTI
1515619048

PROGRAM STUDI
PENDIDIKAN TATA BUSANA
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2024

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta ataupun di Perguruan Tinggi lainnya.
2. Skripsi ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri dengan arahan dosen pembimbing.
3. Dalam skripsi ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dicantumkan dalam daftar pustaka.

Jakarta, 18 Januari 2024

Yang menyatakan



Annisa Ramadhanti

1515619048

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Produk *Fast fashion* Terhadap
Kepuasan Konsumen
Nama : Annisa Ramadhanti
NIM : 1515619048
Tanggal Ujian :

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I

Dosen Pembimbing II



Dr. phil. Yeni Sesnawati. S.Pd., MT.
NIP. 198106012006042001



Esty Nurbaiti Arrsyi, S.Pd., M.KM.
NIP. 197409281999032001

Mengetahui,

Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Tata Busana



Dr. phil. Yeni Sesnawati. S.Pd., MT.
NIP. 198106012006042001

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Kualitas Produk *Fast fashion* Terhadap
Kepuasan Konsumen

Nama : Annisa Ramadhanti

NIM : 1515619048

Tanggal Ujian :

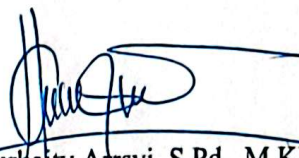
Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing I,

Dosen Pembimbing II,



Dr. phil. Yeni Sesnawati. S.Pd., MT.
NIP. 198106012006042001



Esty Nurbaity Arrsyi, S.Pd., M.KM.
NIP. 197409281999032001

Pengesahan Panitia Skripsi

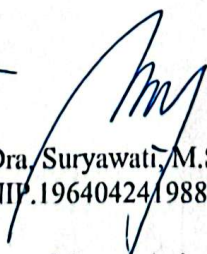
Ketua Penguji,

Anggota Penguji I,

Anggota Penguji II,



Dra. E. Lutfia Zahra, M.Pd.
NIP. 196403251989032003



Dra. Suryawati, M.Si.
NIP. 196404241988112001



Dra. Melly Prabawati, M.Pd.
NIP. 196305211988032002

Mengetahui,

Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Tata Busana



Dr. phil. Yeni Sesnawati. S.Pd., MT
NIP. 198106012006042001



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai sivitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Annisa Ramadhanti
NIM : 1515619048
Fakultas/Prodi : Teknik/Pendidikan Tata Busana
Alamat email : ansaaramadhanti20@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain (.....)

yang berjudul :

Pengaruh Kualitas Produk *Fast Fashion* Terhadap Kepuasan Konsumen

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 30 Januari 2024

Penulis

(Annisa Ramadhanti)

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas berkat dan rahmatnya, penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi dengan judul “Pengaruh Kepuasan Produk Fast Fashion Terhadap Kepuasan Konsumen” ini, dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan pada program studi S1 Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Jakarta.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini tidak terselesaikan tanpa adanya dukungan, bantuan, bimbingan, serta nasihat dari berbagai pihak selama proses penyusunan skripsi ini. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. Dr. Uswatun Hasanah, M. Si selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Negeri Jakarta.
2. Dr. phil. Yeni Sesnawati, S.Pd., M.T selaku Koordinator Program Studi S1 Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Jakarta.
3. Dr. phil. Yeni Sesnawati, S.Pd., M.T selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan bimbingan serta pengarahan kepada penulis dengan penuh kesabaran dalam memberikan masukan dan saran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Hanya Allah yang dapat membalas kebaikan ibu, segala doa terbaik untuk ibu beserta keluarga.
4. Esty Nurbaity Arrsyi, S.Pd., M.KM selaku Dosen Pembimbing II yang telah memberikan bimbingan serta pengarahan kepada penulis dengan penuh kesabaran dalam memberikan masukan dan saran kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan baik. Hanya Allah yang dapat membalas kebaikan ibu, segala doa terbaik untuk ibu beserta keluarga, semoga Allah SWT selalu memberikan kemudahan untuk apapun yang ibu kerjakan.
5. Seluruh Dosen Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Jakarta atas seluruh ilmu yang diberikan kepada penulis selama penulis menempuh pendidikan di Universitas Negeri Jakarta, semoga ilmu yang diberikan

kepada penulis senantiasa menjadi amal jariyah untuk seluruh dosen Pendidikan Tata Busana Universitas Negeri Jakarta.

6. Staff Tata Busana Universitas Negeri Jakarta karena telah senantiasa membantu administrasi penulis selama menjadi mahasiswa di Universitas vi Negeri Jakarta dan senantiasa memberikan informasi yang bermanfaat, semoga staff tata busana senantiasa berada dalam perlindungan Allah SWT.
7. Orang tua tercinta bapak Maizul Azmi dan Ibu Mujila yang selalu senantiasa mencurahkan kasih sayang, memanjatkan doa dan memberi dukungan. Semoga Allah panjatkan umur kalian dalam ketaatan.
8. Sahabat – sahabat tercinta syifa, laily, rachil, nadia dan amelia yang selalu memberi dukungan kepada penulis dalam penyusunan skripsi secara emosional. Semoga persahabatan kita dengan selalu terjaga.
9. Teman – teman seperjuangan Pendidikan Tata Busana 2019, yang telah banyak membantu khususnya Zahrotul Jamilah yang telah membantu penulis dalam menggunakan SPSS, semoga Allah SWT memudahkan segala urusan kalian.
10. Semua pihak yang telah banyak membantu dalam penulisan skripsi, yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Kesempurnaan hanya milik Allah SWT, saya sebagai penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Kritik dan saran yang bersifat membangun dan memajukan sangat diharapkan. Semoga skripsi ini dapat menjadi informasi yang bermanfaat bagi pembacanya.

Jakarta, 18 Januari 2024

Annisa Ramadhanti
1515619048

PENGARUH KUALITAS PRODUK *FAST FASHION* TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

Annisa Ramadhanti

Dosen Pembimbing : Dr. phil. Yeni Sesnawati. S.Pd., M.T dan Esty Nurbaity

Arrsyi, S.Pd., M.KM

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk *fast fashion* terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini menggunakan metode penelitian survey dengan pendekatan kuantitatif. Teknik Sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling*, yang mana penentuan sampelnya dipilih sesuai dengan kriteria yang ditentukan penulis. Metode sampling menggunakan metode *accidental* dimana pengambilan sample didasarkan pada kebetulan. Populasi pada penelitian ini adalah konsumen produk *fast fashion* di daerah Jabodetabek, jenis populasi ini adalah populasi tak hingga atau tak terbatas. Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah angket berupa kuesioner. Kuesioner pada penelitian berjumlah 43 item pernyataan meliputi 26 pernyataan variabel kualitas produk dan 17 pernyataan variabel kepuasan konsumen. Berdasarkan hasil uji validitas konstruk dan uji validitas setara, 1 item pernyataan dinyatakan tidak valid sehingga kuesioner yang dipakai pada penelitian ini berjumlah 42 item pernyataan, pernyataan valid tersebut diberikan kepada 120 responden. Teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan *chi square*. Berdasarkan hasil analisis terhadap 120 responden, diperoleh hasil ρ value = $0,001 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa bahwa hasil penelitian ini menunjukkan kualitas produk *fast fashion* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen karena hubungan antara kualitas produk dan persepsi konsumen, menyoroti pentingnya perhatian terhadap kualitas dalam memenuhi ekspektasi konsumen dan membangun hubungan positif antara produsen dan konsumen *fast fashion*. Hal ini dapat disimpulkan Berdasarkan perolehan hasil penilaian tertinggi pada indikator kepuasan konsumen yaitu kesesuaian harapan dan pada indikator kualitas produk hasil tertinggi adalah keandalan atau daya tahan produk.

Kata kunci : *Fast fashion, kualitas produk, kepuasan konsumen*

**Title: THE INFLUENCE OF FAST FASHION PRODUCT
QUALITY ON CONSUMER SATISFACTION**

Annisa Ramadhanti

Dosen Pembimbing : Dr. phil. Yeni Sesnawati. S.Pd., M.T dan Esty Nurbaity

Arrsyi, S.Pd., M.KM

ABSTRACT

This research aims to determine the influence of fast fashion products on consumer satisfaction. The study utilizes a survey research method with a quantitative approach. The sampling technique employed in this research is nonprobability sampling, where the sample selection is based on criteria determined by the author. The sampling method uses an accidental method, where the sample is chosen based on coincidence. The population in this study is consumers of fast fashion products in the Jabodetabek area, and this population is considered infinite or unlimited. The data collection technique used in this research is a questionnaire in the form of a survey. The questionnaire consists of 43 statement items, including 26 statements for product quality variables and 17 statements for consumer satisfaction variables. Based on the results of construct validity and equivalence validity tests, one statement item was deemed invalid, resulting in a total of 42 statement items in the questionnaire used for this study. These valid statements were distributed to 120 respondents. The data analysis technique for this research uses chi-square. Based on the analysis of 120 respondents, the result is p value = $0.001 < 0.05$. Therefore, it can be concluded that the research findings indicate that the quality of fast fashion products influences consumer satisfaction due to the relationship between product quality and consumer perception. This highlights the importance of attention to quality in meeting consumer expectations and building a positive relationship between fast fashion producers and consumers. In conclusion, based on the highest scores in the consumer satisfaction indicator, namely meeting expectations, and in the product quality indicator, the highest result is product reliability or durability.

Keywords: Fast fashion, product quality, consumer satisfaction

DAFTAR ISI

LEMBAR JUDUL.....	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR BAGAN.....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah.....	4
1.3. Pembatasan Masalah.....	5
1.4. Perumusan Masalah	5
1.5. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN TEORETIK.....	7
2.1. Deskripsi Konseptual.....	7
2.1.1. Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	7
2.1.1.1. Pengertian Kepuasan Konsumen.....	7
2.1.1.2. Dimensi Kepuasan Konsumen.....	9
2.1.1.3. Komponen Kepuasan Konsumen.....	10
2.1.1.4. Ciri-Ciri Kepuasan Konsumen.....	10
2.1.1.5. Tipe-Tipe Kepuasan Konsumen.....	11
2.1.1.6. Indikator Kepuasan Konsumen.....	11
2.1.2. Variabel Kualitas Produk <i>Fast fashion</i> (X).....	12
2.1.2.1. Pengertian <i>Fast fashion</i>	12
2.1.2.2. Karakteristik <i>Fast fashion</i>	13
2.1.2.3. Dampak <i>Fast fashion</i>	13

2.1.2.4.	<i>Brand Fast fashion</i>	14
2.1.2.5.	Pakaian <i>Ready To Wear</i>	16
2.1.2.6.	Pengertian Kualitas Produk.....	25
2.1.2.7.	Kualitas (Mutu Pakaian)	26
2.1.2.8.	Indikator Kualitas Produk	27
2.2.	Hasil Penelitian yang Relevan	28
2.3.	Kerangka Teoretik	31
2.4.	Hipotesis Penelitian	33

BAB III METODOLOGI PENELITIAN 34

3.1.	Tujuan Penelitian	34
3.2.	Tempat dan Waktu Penelitian.....	34
3.3.	Metode Penelitian	34
3.4.	Populasi dan Sampel.....	34
3.4.1.	Populasi.....	34
3.4.2.	Sample.....	35
3.5.	Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.5.1.	Instrumen Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	37
3.5.1.1.	Definisi Konseptual.....	37
3.5.1.2.	Definisi Operasional.....	37
3.5.1.3.	Kisi – Kisi Instrumen	37
3.5.1.4.	Jenis Instrumen.....	37
3.5.1.5.	Pengujian Validitas dan Perhitungan Reliabilitas	39
3.5.2.	Instrumen Validitas Kualitas Produk <i>Fast fashion</i> (X).....	40
3.5.2.1.	Definisi Konseptual.....	40
3.5.2.2.	Definisi Operasional.....	40
3.5.2.3.	Kisi – Kisi Instrumen	40
3.5.2.4.	Jenis Instrumen.....	41
3.5.2.5.	Pengujian Validitas dan Perhitungan Reliabilitas	42
3.6.	Teknik Analisis Data	43
3.7.	Hipotesis Statistika	43

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	44
4.1. Deskripsi Data.....	44
4.1.1. Karakteristik Responden.....	44
4.2. Pengujian Persyaratan Analisis Data	46
4.2.1. Uji Validitas	46
4.2.1.1. Uji Validitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	46
4.2.1.2. Uji Validitas Variabel Kualitas Produk (X)	46
4.2.2. Uji Reliabilitas	47
4.2.2.1. Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	47
4.2.2.2. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk <i>Fast fashion</i> (X)	47
4.3. Pengujian Hipotesis	47
4.3.1. Variabel Kepuasan Konsumen (Y)	47
4.3.2. Deskripsi Variabel Kepuasan Konsumen (Y).....	55
4.3.3. Variabel Kualitas Produk <i>Fast fashion</i> (X).....	56
4.3.4. Deskripsi Variabel Kualitas Produk (X)	66
4.3.5. Uji Analisis Data <i>Chi Square</i>	67
4.4. Pembahasan Hasil Penelitian	68
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	71
5.1. Kesimpulan	71
5.2. Implikasi	72
5.3. Saran	73
DAFTAR PUSTAKA	74
Lampiran	77
Lampiran 1 Surat Permohonan Uji Validitas Konstruk	78
Lampiran 2 Surat Pernyataan Uji Validitas Konstruk.....	80
Lampiran 3 Instrumen Penelitian	82
Lampiran 4 Tabulasi Data	88
Lampiran 5 Hasil Perhitungan Uji Coba Instrumen.....	94
Lampiran 6 Data Hasil Penelitian (Data Variabel Terikat dan Variabel Bebas).....	103

Lampiran 7 Kisi – Kisi Instrumen Penelitian.....	106
Lampiran 8 Persyaratan Analisis.....	107
Lampiran 9 Pengujian Hipotesis	117
Lampiran 10 Daftar Riwayat Hidup.....	118



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Kisi – Kisi Kepuasan Konsumen (Y).....	37
Tabel 3.2 Skala Pengukuran.....	38
Tabel 3.3 Kriteria Perolehan Reliabilitas.....	39
Tabel 3.4 Kisi – Kisi Kualitas Produk (X).....	40
Tabel 3.5 Skala Pengukuran.....	42
Tabel 3.6 Kriteria Perolehan Reliabilitas.....	43
Tabel 4.1 Data Jenis Kelamin.....	44
Tabel 4.2 Data Usia.....	45
Tabel 4.3 Data Domisili.....	45
Tabel 4.4 Hasil Variabel Indikator Kesesuaian Harapan.....	48
Tabel 4.5 Rentang Nilai Indikator kesesuaian harapan.....	48
Tabel 4.6 Hasil Variabel Indikator Minat Berkunjung Kembali.....	49
Tabel 4.7 Rentang Nilai Indikator Minat Berkunjung Kembali.....	50
Tabel 4.8 Hasil Variabel Indikator Kesiediaan Merekomendasikan.....	51
Tabel 4.9 Rentang Nilai Indikator Kesiediaan Merekomendasikan.....	53
Tabel 4.10 Variabel Kepuasan Konsumen.....	56
Tabel 4.11 Hasil Variabel Indikator Kinerja (<i>Performance</i>).....	57
Tabel 4.12 Rentang Nilai Indikator Kinerja (<i>Performance</i>).....	57
Tabel 4.13 Hasil Variabel Indikator Fungsionalitas (<i>range and type of features</i>).....	58
Tabel 4.14 Rentang Nilai Indikator Fungsionalitas.....	60
Tabel 4.15 Hasil Variabel Indikator Keandalan atau Daya Tahan Produk (<i>Realibility atau Durability</i>).....	61
Tabel 4.16 Rentang Nilai Indikator Keandalan atau Daya Tahan Produk.....	61
Tabel 4.17 Hasil Variabel Indikator Penampilan Produk.....	62
Tabel 4.18 Rentang Nilai Indikator Penampilan Produk.....	63
Tabel 4.19 Hasil Variabel Indikator Kesan Pembeli (<i>Ethical Profile And Image</i>).....	64
Tabel 4.20 Rentang Nilai Indikator Kesan Pembeli.....	65
Tabel 4.21 Skor Variabel Kualitas Produk.....	67

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Merek Fesyen Favorit Responden (Desember 2021).....	15
Gambar 2.2 Ready To Wear.....	17
Gambar 2.3 Kemeja.....	18
Gambar 2.4 Cardigan.....	19
Gambar 2.5 Kaus.....	20
Gambar 2.6 Blazer.....	21
Gambar 2.7 Dress.....	22
Gambar 2.8 Blus.....	22
Gambar 2.9 Celana.....	23
Gambar 2.10 Rok.....	24
Gambar 2.11 Knitwear.....	25
Gambar 4.1 Skor Variabel Kepuasan Konsumen.....	55
Gambar 4.2 Skor Variabel Kualitas Produk.....	66



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Kerangka Teoretik.....	32
----------------------------------	----

