



Hubungan Tren Fashion Etnik dengan Tingkat Kepuasan Konsumen di Galeri Ulos Kota Medan

Nisa¹, Dina Ampera²

^{1,2}STKIP Pangeran Antasari, Indonesia

E-mail: nisapane3@gmail.com, Dinaampera@unimed.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2026-01-07 Revised: 2026-02-13 Published: 2026-03-02 Keywords: <i>Ethnic Fashion Trends; Consumer Satisfaction; Ulos Sianipar Gallery.</i>	The purpose of this study was to investigate the relationship between customer satisfaction and ethnic fashion trends at Ulos Sianipar Gallery in Medan City. Quantitative techniques were used in this study, and 35 respondents were given questionnaires to complete to collect data. To determine the relationship between ethnic fashion trends and customer satisfaction, the data were examined using validity tests, reliability tests, and Pearson product-moment correlations. The findings showed a strong correlation between customer satisfaction and ethnic fashion trends. Customer satisfaction increased along with the quality of implementation of ethnic fashion trends. Therefore, at Ulos Sianipar Gallery in Medan, ethnic fashion trends can be a key tactic to increase customer satisfaction.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2026-01-07 Direvisi: 2026-02-13 Dipublikasi: 2026-03-02 Kata kunci: <i>Tren Fashion Etnik; Kepuasan Konsumen; Galeri Ulos Sianipar.</i>	Tujuan penelitian ini adalah untuk menyelidiki hubungan antara kepuasan pelanggan dan tren busana etnik di Galeri Ulos Sianipar, Kota Medan. Teknik kuantitatif digunakan dalam penelitian ini, dan 35 responden diberikan kuesioner untuk diisi guna mengumpulkan data. Untuk menentukan hubungan antara tren busana etnik dan kepuasan pelanggan, data diperiksa menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, dan korelasi Pearson product-moment. Temuan menunjukkan korelasi yang kuat antara kepuasan pelanggan dan tren busana etnik. Kepuasan pelanggan meningkat seiring dengan kualitas penerapan tren busana etnik. Oleh karena itu, di Galeri Ulos Sianipar, Medan, tren busana etnik dapat menjadi taktik kunci untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

I. PENDAHULUAN

Pertumbuhan globalisasi yang pesat telah memengaruhi banyak aspek kehidupan manusia, termasuk mode. Mode kini lebih dari sekadar pakaian; mode merupakan cara untuk merepresentasikan diri dan budaya seseorang. Keragaman budaya Indonesia telah memberikan dampak yang khas pada tren mode di negara ini. Tren mode etnik, yang memadukan gaya kontemporer dengan unsur budaya tradisional, merupakan fenomena yang patut diperhatikan. Selain memajukan sektor mode, gerakan ini memberikan kesempatan bagi para perajin lokal untuk melestarikan kerajinan tradisional sambil menyesuaikan diri dengan tuntutan kehidupan modern.

Galeri Ulos Sianipar di Kota Medan, yang berdiri sejak tahun 1992, merupakan salah satu pelestarian kain tradisional batak, khususnya ulos, songket, dan gorga. Galeri ini berperan penting dalam menjaga warisan budaya sekaligus beradaptasi dengan preferensi konsumen modern. Namun, penting untuk memahami bagaimana tren fesyen etnik memengaruhi kepuasan pelanggan seiring dengan meningkatnya popularitasnya. Karena pelanggan yang puas

cenderung melakukan pembelian berulang dan merekomendasikan produk kepada orang lain, kepuasan pelanggan sangat penting untuk menjaga loyalitas dan daya saing.

Oleh karena itu, tujuan studi ini adalah untuk mengkaji hubungan antara tren fesyen etnik dan tingkat kepuasan pelanggan di Galeri Ulos Sianipar. Diharapkan dengan berfokus pada bagaimana konsumen memandang kualitas produk, biaya, layanan, dan nilai-nilai budaya, studi ini akan membantu sektor fesyen tradisional tumbuh dan tetap kompetitif di pasar kontemporer

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan strategi survei yang dipadukan dengan metode deskriptif kuantitatif. Penelitian dilaksanakan di Galeri Ulos Sianipar, Jl. AR Hakim Gg. Pendidikan No. 130, Medan, Sumatera Utara, terhitung dari tanggal 13 sampai 15 Agustus 2025. Populasi penelitian ini adalah seluruh pengunjung Galeri Ulos Sianipar. Pengambilan sampel dilakukan menggunakan teknik bola salju, sebuah teknik multi-tahap yang didasarkan pada gagasan bahwa bola salju, ketika digulirkan di lapangan bersalju, awalnya

berukuran kecil dan kemudian secara bertahap terakumulasi karena akumulasi salju. Teknik data dikumpulkan melalui: 1) Kuesioner/angket dengan skala likert (1-5) untuk mengukur variabel tren fashion etnik (X) dan kepuasan konsumen (Y). 2) Observasi langsung di lokasi penelitian. 3) Wawancara singkat dengan beberapa konsumen. 4) Dokumentasi berupa foto dan data pendukung lainnya. Instrumen penelitian berupa angket dengan 25 butir pertanyaan untuk masing-masing variabel. Instrumen penelitian ini adalah Variabel independen (X) adalah Tren Fashion Etnik, sedangkan variabel dependen (Y) adalah Tingkat Kepuasan Konsumen Analisis deskriptif dan inferensial dilakukan terhadap data. Teknik analisis data yang digunakan heteroskedastisitas, multikolinearitas, normalitas, dan linearitas merupakan beberapa uji asumsi tradisional. Regresi linier sederhana digunakan untuk menguji hubungan antar variabel dan menentukan bagaimana tren mode etnik memengaruhi kepuasan pelanggan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a) Uji Validitas

Dengan menggunakan perangkat lunak SPSS, uji validitas ini menggunakan analisis korelasi item-total, di mana setiap item dihubungkan dengan skor keseluruhan variabel. Pada tingkat signifikansi 5%, atau sekitar 0,263, suatu item dianggap valid jika nilai Korelasi Item-Total Terkoreksi lebih besar daripada r-tabel untuk 35 responden.

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel Tren Fashion Etnik (X), terlihat bahwa seluruh butir pernyataan (X1–X25) memiliki nilai Corrected Item-Total Correlation di atas 0,30. Hal ini menunjukkan bahwa semua item dinyatakan valid karena memenuhi kriteria minimal validitas instrumen. Item dengan korelasi tertinggi adalah X11 (0,785), yang berarti butir tersebut paling kuat merepresentasikan konstruk tren fashion etnik. Sebaliknya, X24 (0,397) memiliki korelasi terendah, tetapi masih di atas batas, oleh karena itu masih cocok untuk digunakan dalam penelitian.

Berdasarkan hasil uji validitas pada variabel Kepuasan Konsumen (Y), Nilai

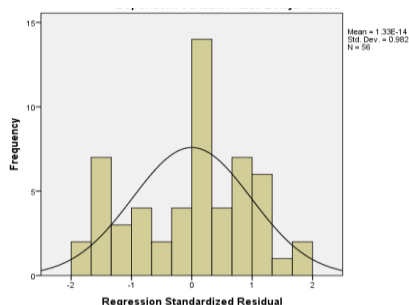
Korelasi Item-Total yang Dikoreksi untuk setiap pernyataan item (Y1–Y25) lebih dari 0,30. Hal ini menunjukkan bahwa setiap pertanyaan valid dan layak digunakan dalam penelitian selanjutnya. Item dengan korelasi tertinggi adalah Y7 dan Y15 (0,856), yang berarti keduanya paling representatif dalam mengukur kepuasan konsumen. Sementara itu, nilai terendah ditemukan pada Y8 dan Y14 (0,565), namun tetap berada di atas batas minimal, sehingga tidak perlu dieliminasi. Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa instrumen variabel kepuasan konsumen memiliki validitas yang sangat baik. Semua butir mampu mengukur konstruk secara konsisten dan tidak ada item yang mengganggu kualitas instrumen.

b) Uji Reliabilitas

Salah satu metode pengujian alat penelitian adalah uji reliabilitas. Keakuratan jawaban kuesioner dalam berbagai periode waktu dinilai menggunakan uji ini. Jika suatu instrumen menghasilkan hasil yang relatif sebanding pada berbagai periode ketika digunakan berulang kali untuk mengukur item yang sama, instrumen tersebut dianggap dependen. Menggunakan SPSS 20.0, uji reliabilitas koefisien Cronbach's Alpha (Sugiyono, 2019) merupakan metode yang digunakan untuk menilai validitas pernyataan item dalam penelitian ini. $R > 0,6$ merupakan nilai standar untuk dependabilitas instrumen. Dengan demikian, indikator-indikator ini dapat dipercaya dan mudah diakses oleh responden perhitungan lebih dari 0,6, yang menunjukkan bahwa semua instrumen penelitian dianggap andal (cocok digunakan sebagai alat ukur).

2. Hasil Uji Asumsi Klasik

a) Hasil Uji Normalitas

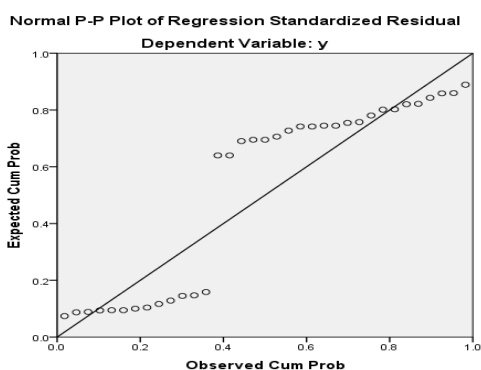


Gambar 1. Uji Normalitas Data Dengan Pendekatan Histogram.

Sumber: data diolah SPSS, 23, 2025

Gambar 1 Hal ini menunjukkan distribusi normal model regresi yang digunakan. Garis histogram, yang tidak berbelok ke kiri atau ke kanan, menunjukkan bahwa distribusi data terdistribusi secara teratur.

Uji normalitas dengan menggunakan pendekatan grafik *normal probability plot* dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 2. Uji normalitas dengan grafik normal probability plot. Sumber: Data Diolah SPSS 25, 2025

Gambar 2 Data tersebut memiliki distribusi atau penyebaran normal, seperti ditunjukkan oleh distribusi titik-titik di sekitar sumbu diagonal grafik, menurut temuan uji normalitas yang dilakukan menggunakan metode grafis yang dijelaskan di atas.

Tabel 1. Hasil Uji Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
Unstandardized Residual		
N	35	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	12.96672597
Most Extreme Differences	Absolute	.271
	Positive	.216
	Negative	-.271
Kolmogorov-Smirnov Z	1.601	
Asymp. Sig. (2-tailed)	.512	

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.

Pada tabel 1 Nilai Asymp.Sig. (2-tailed) adalah $0,512 > 0,05$, sebagaimana dapat ditunjukkan. Hal ini menunjukkan bahwa nilai tersebut lebih tinggi daripada ambang batas signifikansi $0,05$, atau 5% . Oleh karena itu, data residual juga dikatakan terdistribusi normal berdasarkan uji Kolmogorov-Smirnov (K-S).

b) Hasil Uji Linearitas

Uji linieritas bertujuan untuk melihat adanya variabel dependen mempunyai hubungan yang linier dengan variabel independen. Dapat dilihat nilai signifikansi dari output tertera, maka hasil nilai deviation from linearity $241,528 > 0,05$ dengan nilai sig $< 0,05$ diartikan kepuasan konsumen (Y) memegang hubungan linier dengan kualitas pelayanan

Tabel 2. deviation from linearity

Korelasional	F	P (Sig)	Keterangan
$X_1 - Y$	69,134	0,000	Linier

c) Hasil Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Coefficients ^a	
	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
	.970	1.031

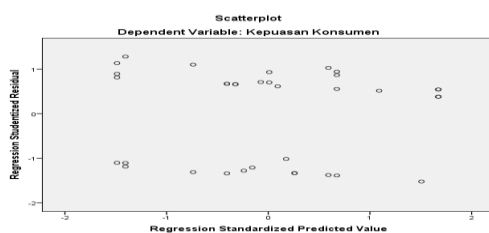
a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan Tabel 3. Jika ditemukan hubungan linear yang signifikan antara variabel independen, uji multikolinearitas dilakukan. Nilai Tolerance and Variance Inflation Factor (VIF) menunjukkan multikolinearitas. Suatu model dinyatakan bebas multikolinea-

ritas jika VIF kurang dari 10 dan nilai toleransi lebih dari 0,10. Hasil analisis menunjukkan bahwa kedua variabel independen memiliki VIF sebesar 1,031 dan nilai toleransi sebesar 0,970. Karena nilai toleransi secara signifikan lebih tinggi dari 0,10 dan nilai VIF secara signifikan lebih rendah dari 10, nilai kedua memenuhi persyaratan bebas multikolinearitas. Oleh karena itu, dapat dikatakan bahwa variabel independen dalam model regresi ini tidak menunjukkan multikolinearitas.

d) Hasil Uji Heteroskedastisitas

Gambar 5. Karena data yang dihasilkan dari uji heteroskedastisitas dengan menggunakan scatterplot berada di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y dan bergerak atau menyebar ke segala arah atau tidak membentuk pola tertentu, maka dapat dikatakan bahwa model regresi tersebut tidak mengalami heteroskedastisitas.



e) Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Tabel 4. Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	91.567	19.815		4.621	.000
1 Tren Fashion Etnik	.118	.188	.109	5.627	.002

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan Tabel 12. di atas, diperoleh model persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y=91,567+0,118X+e$$

B. Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tren fashion etnik di Galeri Ulos Sianipar mendapat apresiasi positif dengan reliabilitas tinggi (Cronbach's Alpha = 0,946). Produk ulos yang dipadukan dengan desain modern, seperti pakaian siap pakai dan aksesoris, membuat

konsumen khususnya generasi muda, merasa tertarik karena menggabungkan nilai tradisional dan selera mode masa kini. Tingkat kepuasan konsumen juga tergolong tinggi dengan validitas instrumen baik (nilai korelasi hingga 0,856), yang tercermin dari kepuasan terhadap kualitas produk, pelayanan ramah, serta pengalaman berbelanja yang unik dan bernilai budaya. Berdasarkan penelitian regresi, terdapat korelasi substansial antara tren fesyen etnik dan kepuasan pelanggan (Sig. = 0,002 < 0,05). Ini menyiratkan bahwa semakin kuat tren fesyen etnik ditampilkan, semakin tinggi kepuasan pelanggan. Dengan demikian inovasi etnik tidak hanya memperkuat citra ulos Sebagai warisan budaya, tetapi juga meningkatkan loyalitas dan daya saing Galeri Ulos Sianipar.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa tren fashion etnik di Galeri Ulos Sianipar berada pada kategori baik, dengan produk ulos, songket, dan gorga yang dipadukan desain modern sehingga tetap relevan dan diminati konsumen. Tingkat kepuasan konsumen juga tinggi, karena mereka memperoleh kepuasan fungsional sekaligus nilai emosional dan kultural dari setiap pembelian. Analisis regresi membuktikan adanya hubungan positif dan signifikan antara tren fashion etnik dan kepuasan konsumen, yang menegaskan bahwa inovasi fashion berbasis budaya berperan penting dalam meningkatkan kepuasan, loyalitas, serta daya saing Galeri Ulos Sianipar.

B. Saran

Galeri Ulos Sianipar disarankan untuk senantiasa melakukan inovasi desain dengan sentuhan modern tanpa meninggalkan nilai budaya. Konsumen diharapkan dapat semakin menghargai dan mendukung penggunaan fashion etnik. Untuk memberikan gambaran yang lebih lengkap tentang unsur-unsur yang memengaruhi kepuasan pelanggan terhadap barang-barang fesyen etnik, maka disarankan agar peneliti selanjutnya menyertakan variabel penelitian termasuk kualitas produk, harga, dan pendekatan pemasaran.

DAFTAR RUJUKAN

Bali, A. Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen

- Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening. 1(1), 1–14.
- Harjadi, D., & Arraniri, I. (2021). Experiential Marketing & Kualitas Produk dalam Kepuasan.
- Kasus, S., & Sianipar, U. (2023). Strategi Penerapan E-Commerce dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing. 5(1), 87–93.
- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *HISTORIS: Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah*, 6(1), 33–39.
- Medan, U. S., Utara, S., Siregar, A. Y., & Nasution, L. (2021). STRATEGI PERMINTAAN PRODUK ULOS DALAM MENINGKATKANMINAT BELI KONSUMEN DI GERAI “ GALERI. 6, 124–130.
- Nasution, A. R., Prahaski, N., & Anggraini, Y. (2023). TANTANGAN DAN TRANSFORMASI: PERJALANAN EVOLUSI PEMASARAN MENUJU (Studi Kasus pada Toko Galeri Ulos Sianipar di Kota Medan). 8(30), 1102–1106.
- Nugroho, S. (2008). Metode kuantitatif bisnis. In IAIN Pontianak Press.
- Nurdiani, N. (n.d.). TEKNIK SAMPLING SNOWBALL DALAM PENELITIAN LAPANGAN. 5(9), 1110–1118.
- Pakaian, T. F. (2022). *Jurnal Impresi Indonesia (JII)*. 1(6), 624–633. <https://doi.org/10.36418/jii.v1i6.114>
- Sari, D. N. (2018). PENGARUH TREND FASHION.
- Silaban, H., Kemala, P., Lubis, D., & Siregar, A. N. (2024). Analisis Studi Kelayakan Bisnis Pada Usaha Kecil Menengah (UKM) Galeri Ulos Sianipar. 2(4), 739–748.
- Sipangkar, G., Sihombing, N. E. T., & Simangunsong, R. N. (2024). Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Di Galery Ulos Sianipar Kota Medan. 4(X), 4693–4705.