

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN KLIN LAUNDRY BAHU

Massie Gabriela,
Johny R. E. Tampi,
Danny D. S. Mukuan,

Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Jurusan Ilmu Administrasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi Manado
E-mail : gabrielamassie14@gmail.com

ABSTRACT

Quality is the expected level of excellence and control over that level of excellence to fulfill consumer desires. Consumer satisfaction is an emotional response from an experience related to a particular product or service, retail outlet, or even an overall pattern of behavior. This research aims to determine the quality of service on consumer satisfaction at Klin Laundry Bahu. This research uses a quantitative approach using simple regression analysis techniques. The total sample was 100 respondents. The results of the t test research show that the calculated t value is $6.289 > 1.98472$, which means that service quality has a significant and positive effect on consumer satisfaction at Klin Laundry Bahu.

Keywords: Service Quality, Consumer Satisfaction.

ABSTRAK

Kualitas adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kepuasan konsumen adalah respon emosional dari pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa tertentu, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku secara keseluruhan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Klin Laundry Bahu. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan teknik analisis regresi sederhana. Sampel keseluruhan sebanyak 100 responden. Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar $6,289 > 1,98472$ yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan konsumen di Klin Laundry Bahu

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Dalam era yang dipenuhi dengan persaingan yang ketat dan dinamika konsumen yang terus berkembang, industri laundry menjadi semakin menuntut untuk menyediakan layanan yang tidak hanya memenuhi harapan pelanggan, tetapi juga menciptakan pengalaman yang memuaskan. Perusahaan yang mempunyai kualitas dan mutu yang baik akan mengubah pandangan konsumen untuk memilih perusahaan yang memberikan produk atau jasa yang berkualitas, serta dapat memenuhi tingkat kepuasan konsumen yang bertahan karena menciptakan nilai yang lebih unggul dibanding pesaing, sehingga perusahaan yang baru merintis bisnisnya akan lebih lagi memahami perilaku konsumen yang terus berkembang.

Pelayanan yang berkualitas memiliki peran dalam memengaruhi kepuasan pelanggan diberbagai sektor industri, termasuk layanan laundry. Dalam konteks laundry, hal seperti kecepatan layanan, kebersihan, keramahan staf, dan ketepatan waktu pengembalian pakaian menjadi hal utama yang mungkin berkontribusi pada persepsi konsumen terhadap kualitas pelayanan. Laundry adalah usaha yang menawarkan jasa dalam hal pencucian pakaian

dengan berbagai metode yang ditawarkan kepada pelanggan. Jasa laundry bukan hanya sekedar tempat mencuci namun juga sebagai tempat perawatan pakaian agar pakaian jadi lebih bersih, wangi, awet, dan praktis sehingga itu menjadi tren saat di masyarakat. Peningkatan kebutuhan akan adanya laundry mengakibatkan banyaknya pesaing dalam bisnis laundry ini.

Pemilihan Klin Laundry Bahu yang berlokasi berada di Jl. Kampus, Kleak, Kec. Malalayang, Kota Manado. Lokasi dari Klin Laundry ini sangat strategis dimana lokasi tersebut sangat mudah di akses, ditentukan sebagai objek penelitian didasari oleh beberapa pertimbangan. Pengaruh kualitas pelayanan dalam kepuasan konsumen Klin Laundry Bahu dikarenakan kualitas pelayanan pada perusahaan tersebut dapat dikatakan masih kurang maksimal dalam menjalankan pekerjaan dan melayani konsumen, seperti cacat pada pakaian seperti kelunturan, pudar pada warna pakaian, pakaian hilang, tertukar, dan lamanya waktu pencucian. Oleh karena itu, perusahaan dalam meningkatkan kemajuan perusahaan dengan memiliki serta meningkatkan strategi yang dapat memberikan kelebihan terhadap bisnis tersebut. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2011) kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan produk maupun jasa yang diharapkan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Kualitas pelayanan merupakan aspek penting dalam membangun hubungan positif antara penyedia layanan dan pelanggan. Pelayanan adalah semua kegiatan ditujukan guna memberikan kepuasan kepada konsumen, melalui pelayanan, keinginan dan kebutuhan konsumen dapat dipenuhi (Indrasari, 2019). Sedangkan menurut Firmansyah (2018) pelayanan adalah suatu aktivitas yang terjadi ketika berhubungan langsung antara pihak satu dengan pihak lain dalam memberikan kepuasan konsumen. Jasa yang berkualitas memiliki peranan penting dalam kaitannya kepuasan konsumen, semakin berkualitas produk maupun jasa yang memenuhi harapan maka semakin tinggi kepuasan yang dirasakan konsumen. Pelayanan dikatakan buruk apabila pelayanan itu tidak sesuai dengan yang diinginkan pelanggan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas pelayanan yang baik atau ideal. Tapi jika pelayanan yang diterima lebih rendah dari pada harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Dalam penelitian ini menggunakan Indikator kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Tjiptono (2014:282) terdiri dari :

1. Daya Tanggap
2. Jaminan
3. Empati
4. Bukti fisik

Kepuasan Konsumen

Kepuasan konsumen (*customer satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, konsumen akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas, Jika kinerja melebihi ekspektasi maka pelanggan akan puas (Kotler dan Keller, 2003). Kuswandi (2004) kepuasan konsumen yaitu perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan terhadap apa yang diberikan perusahaan. Sedangkan, menurut Soedarmo (2006:70) kepuasan konsumen (*customer service*) adalah suatu kondisi puas, senang atau bangga yang dirasakan konsumen ketika menerima suatu produk atau jasa yang ditawarkan diatas layanan sejenisnya.

Adapun indikator kepuasan konsumen menurut irawan (2008:45) adalah sebagai berikut:

1. Perasaan puas
2. Selalu Membeli Atau Menggunakan Produk/Jasa
3. Merekomendasikan Kepada Orang Lain
4. Terpenuhinya Harapan Pelanggan Setelah Membeli Produk/Jasa

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang datang memakai jasa laundry yang bertempat di Klin Laundry Bahu yang jumlahnya tidak diketahui dan dapat dikatakan dalam kategori tidak terbatas (infinite population). Pemilihan sampel dengan menggunakan purposive sampling, karena tidak semua sampel memiliki kriteria sesuai dengan yang telah ditentukan oleh peneliti. Dalam menentukan ukuran sampel ini, penulis menggunakan rumus Lemeshow sehingga responden yang digunakan sebanyak 100 responden.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Koefisien Korelasi Sederhana

Tabel 1. Hasil Koefisien Korelasi Sederhana

Correlations			
		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Pelanggan
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.536**
	Sig. (2-tailed)		<.001
	N	100	100
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.536**	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	
	N	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel tersebut diketahui bahwa nilai pearson correlation adalah 0,536. Hasil nilai signifikansi $0.001 < 0,05$ yang artinya variable tersebut memiliki korelasi. Adapun kekuatan dan bentuk hubungan antara kedua variable dapat dilihat pada tabel korelasi bab sebelumnya yang menyatakan jika nilai pearson correlation berada pada range 0,40 – 0,599 memiliki hubungan korelasi sedang. Dapat diartikan bahwa tingkat kekuatan hubungan yang sedang dan menunjukkan hubungan yang positif.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 2. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.536 ^a	.288	.280	3.509

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Dari tabel 2. diatas diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,288, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebesar 28,8% sedangkan 71,1% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hasil Analisis Regresi Sederhana

Persamaan regresi dapat ditulis sebagai berikut : $Y = 13.544 + 0,564.x$

Dari persamaan regresi tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai konstanta sebesar 13.544, artinya jika tidak terjadi perubahan variabel Kualitas Pelayanan (nilai X adalah 0) maka kepuasan pelanggan adalah sebesar 13.544. Sedangkan nilai koefisien regresi Kualitas Pelayanan adalah 0,564, artinya jika variabel Kualitas Pelayanan (X) meningkat sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,564. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah positif

Hasil Uji Parsial (Uji-t)

Hasil Uji Parsial (Uji-t)					
Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	13.544	2.903		4.665	<,001
Kualitas Pelayanan	.564	.090	.536	6.289	<,001

a. Dependent Variabel: Kepuasan Konsumen

Dari tabel diatas, variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dibuktikan dari nilai signifikansi Kualitas Pelayanan (X) $0,001 < 0,05$. Adapun ketentuan mencari nilai $r \text{ tabel} = t (a/2 ; n-k-1)$. Nilai t tabel adalah 1,98472. Artinya, bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel atau $6,289 > 1,98472$. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dari hasil tersebut membuktikan hipotesis yang berbunyi “Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Klin Laundry Bahu” dinyatakan benar dan diterima.

ISI HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui uji koefisien korelasi sederhana hasil dari penelitian menunjukkan hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Klin Laundry Bahu berada pada tingkat yang sedang. Hasil dari uji determinasi dimana hasil yang diperoleh bahwa Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen berpengaruh sebesar 0,288. Artinya, kemampuan variabel Kualitas Pelayanan terhadap variabel Kepuasan Konsumen sebesar 28,8%. Hasil penelitian pada uji analisis regresi sederhana menunjukkan hubungan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan mengarah pada hubungan yang positif. Berdasarkan hasil uji parsial (uji-t) ini, menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Dalam hal ini membuktikan bahwa salah-satu cara untuk memuaskan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Dengan adanya pelayanan yang baik, maka terciptalah kepuasan konsumen. Setelah konsumen merasa puas dengan jasa yang diterima, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa puas, konsumen akan memakai jasa klin laundry secara berulang kali dan pelanggan akan merekomendasikan kepada banyak orang bahwa tempat usaha laundry tersebut bagus dan akan bersedia untuk memakai jasa tersebut. Maka dari itu, usaha dari pemilik laundry harus memikirkan dengan matang betapa pentingnya pelayanan kepada pelanggan melalui kualitas pelayanan. Karena kini semakin disadari bahwa pelayanan merupakan aspek penting dalam bertahan di dunia bisnis dan memenangkan persaingan.

Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Diandra Gabriela Nelwan, William Agustinus Areros, Revo Johny Elia Tampi (2016) dalam penelitiannya yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah Pada PT. Bank Negara Indonesia (Persero) Tbk. Cabang Manado menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh

terhadap kepuasan nasabah serta adanya pengaruh yang kuat antara kepuasan nasabah dengan kualitas pelayanan jasa.

KESIMPULAN

Berasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Klin Laundry Bahu” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Klin Laundry Bahu.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, M. A., Agussalim, M., & Anggraini, M. D. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Telekomunikasi Indonesia, Tbk Padang. *Matua Jurnal*, 3(1), 107-122.
- Akbar & Parvez (dalam Puung, Fudholi, & Dharmmesta, 2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan pada Kepuasan dan Loyalitas Konsumen dib Salon dan SPA. *Jurnal*. Alfabeta, CV.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press. <https://play.google.com/store/books/details?id=Pyfcdwaaqaj>
- Irawan, Handi. (2008). Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan. Cetakan Pertama. Jakarta. Pradnya Paramitha. Kelompok Gramedia.
- Kotler & Keller, 2003. *Strategic brand management: building, measuring, and managing brand equity*. New Jersey: Prentice Hall
- Lumindong, B. Y., Mangindaan, J. V., & Mukuan, D. D. (2023). Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Hasjrat Abadi Sentral Yamaha Malalayang. *Productivity*, 4(4), 493-498.
- Mandagi, A. A., Kalangi, J. A., & Walangitan, O. F. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Nasabah PT. Pegadaian (Persero) UPC Malalayang Dua. *Productivity*, 3(3), 217-221.
- Kuswandi. (2004). Cara Mengukur Kepuasan Kerja. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Prayoga, R. (2011). *Analisis Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Pln (Persero) Rayon Panam Cabang Pekanbaru (Doctoral dissertation)*, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau).
- Rumengan, M., Tatimu, V., & Walangitan, O. F. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen PT Telkom Wilayah Usaha Telekomunikasi Sulawesi Utara Dan Maluku Utara. *Productivity*, 4(2), 267-277.
- Sudarmo, (2006:70). Manajemen Pemasaran, Yogyakarta: BPFE
- Tjiptono, Fandy. (2011). Prinsip-prinsip *Total Quality Service (TQS)*. Yogyakarta: Cv Andi.