

PENGARUH KUALITAS LAYANAN JASA DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA MALOMO LAUNDRY KOTA PALOPO

Oleh :

Fitrianti

Fakultas ekonomi dan bisnis

Universitas Muhammadiyah Palopo

Email : fitriantihamzah61@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan harga baik secara parsial maupun simultan pada Malomo Laundry di kota Palopo. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif yang di dasarkan atas survey terhadap subjek penelitian. Populasi dalam penelitian ini keseluruhan pelanggan Malomo Laundry. Penentuan Sampel dalam penelitian ini di lakukan dengan teknik accidental sampling yaitu teknik pengambilan sampel secara sengaja tanpa kriteria tertentu. Teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner. Uji coba instrumen dalam penelitian ini di analisis dengan menggunakan uji validitas dan reliabilitas teknik analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Malomo Laundry kota Palopo dengan tingkat kemampuan kualitas pelayanan dan harga untuk menjelaskan kepuasan konsumen adalah sebesar 8,7% sedangkan sisanya sebesar 91,3% yang dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini.

Kata kunci : Kualitas pelayanan, harga, kepuasan konsumen.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of service quality and price either partially or simultaneously on Malomo Laundry in Palopo city. This research is a descriptive research based on a survey of research subjects. The population in this study were all customers of Malomo Laundry. Determination of the sample in this study was carried out by accidental sampling technique, namely the technique of taking samples intentionally without certain criteria. The data collection technique used in this study was using a questionnaire. The test instrument in this study was analyzed using the validity and reliability test of the data analysis technique in this study, namely multiple linear regression analysis. The results showed that the quality of service and price together had a significant effect on consumer satisfaction at Malomo Laundry, Palopo City with the ability level of service quality and price to explain customer satisfaction was 8.7% while the remaining 91.3% which was explained by the variable others that were not included in this study.

Keywords: quality of service, price, customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Kehidupan masyarakat di era sekarang sudah berbeda dengan kehidupan masyarakat yang dulu seperti yang kita lihat teknologi berkembang begitu pesat di era sekarang. Salah satunya adalah perangkat elektronik mesin cuci pakaian dan mesin pengering pakaian yang juga mengalami perubahan dari waktu ke waktu sehingga dapat memudahkan kita dalam mencuci dan mengeringkan pakaian tanpa harus dijemur dibawah sinar matahari. Namun, harga mesin cuci dan pengering sering kali masih menjadi kendala bagi masyarakat untuk membelinya karena harganya yang relatif cukup mahal sehingga tidak semua masyarakat memilikinya di rumah dan karena kondisi inilah banyak bermunculan usaha-usaha yang menawarkan kepada masyarakat produk atau jasa mencuci pakaian menggunakan mesin. Jasa laundry merupakan salah satu bentuk usaha yang memberikan produk berupa jasa yang berkembang cukup pesat khususnya di kota Palopo. Seperti yang kita lihat dan ketahui sebagian penduduk di kota Palopo adalah orang-orang yang sibuk bekerja ataupun mahasiswa yang tidak memiliki banyak waktu untuk sekedar mencuci pakaian karena padatnya aktifitas dan juga selalu sibuk.

Sehingga banyak dari mereka yang memutuskan untuk mencuci pakaian menggunakan jasa laundry. Di era persaingan usaha yang begitu ketat produk dengan kualitas yang baik akan selalu menjadi incaran dan pilihan konsumen. Sebelum melakukan pembelian atau menggunakan suatu produk baik itu jasa atau barang, konsumen terlebih dahulu akan melakukan perbandingan berupa produk sejenis. Dan tentu saja pilihan pasti jatuh pada produk yang mempunyai kualitas yang baik. Produk yang berkualitas akan memberikan rasa senang dan nilai kepuasan yang tinggi pada konsumen ketika mengkonsumsi atau menggunakannya. Karena disini jenis produk yang ditawarkan berupa jasa mencuci pakaian, maka pihak perusahaan haruslah memiliki kualitas jasa atau pelayanan yang baik kepada konsumen serta harga yang terjangkau. Misalnya pakaian akan menjadi lebih bersih dan lebih wangi serta memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan harga yang terjangkau sehingga apa yang dirasakan dan diharapkan konsumen akan terpenuhi sesuai dengan harapannya. Karena konsumen akan mencari pelayanan yang dapat memuaskan keinginan serta kebutuhannya seperti yang dikatakan oleh Schnaars bahwa pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan

para pelanggan yang merasa puas (Restuadhi, Farida and Budiatmo, 2107) Malomo Laundry dikota Palopo yang merupakan salah satu layanan jasa cuci yang cukup terkenal merasakan persaingan yang semakin ketat dengan jasa laundry lainnya. Persaingan yang terjadi bukan saja dari sisi teknologi peralatan laundry yang semakin canggih, tetapi juga persaingan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Sehingga Malomo Laundry harus memberikan pelayanan yang berkualitas yang melebihi pesaingnya agar konsumen lebih tertarik menggunakan jasa di perusahaan mereka. Kualitas pelayanan di Malomo Laundry menurut pantauan penulis sudah cukup maksimal seperti pakaian pelanggan yang disusun rapi dirak susun dan kebersihan laundry yang baik yang berakibat meningkatnya minat konsumen untuk menggunakan jasa laundry di Malomo Laundry tersebut. Karena kualitas pelayanan yang baik sehingga Malomo Laundry bisa membuka beberapa cabang baru dikota Palopo. Selain memberikan pelayanan yang baik pihak Malomo Laundry juga telah menetapkan tarif yang cukup terjangkau bagi para konsumennya sehingga konsumen akan merasa puas dengan pelayanan dan harga yang sesuai dengan yang diharapkan.

METODE PENELITIAN

Desain penelitian meliputi pendekatan penelitian, dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua atau beberapa variabel dan untuk mendukung penelitian maka data yang dikumpulkan diperoleh dari hasil memberikan pertanyaan kepada responden yang sesuai dengan indikator pada setiap variabel penelitian. Hal ini dimaksudkan agar peneliti mendapatkan jawaban langsung dari penelitian (Weenas, 2013).

Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri atas dua bagian, yaitu :

a. Data Kualitatif

Data yang diperoleh dari jawaban kuesioner yang disebarkan kepada sejumlah responden mengenai keterangan secara tertulis.

b. Data kuantitatif

Data yang diperoleh dalam bentuk angka yang dapat dihitung. Data ini diperoleh dari perhitungan kuisisioner yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dalam skripsi ini.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Uji validitas

Hasil pengujian pada rtabel didapatkan nilai dari sampel (N) = 88 sebesar 0,2096. Merujuk pada hasil dari uji validitas yang dihasilkan bahwa semua instrumen mulai dari variabel kepuasan pelanggan (X_1) dan variabel harga (X_2) semuanya menghasilkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Selain itu variabel kepuasan pelanggan (Y) semuanya juga menghasilkan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dinyatakan valid.

2. Uji reliabilitas

Sebuah kuesioner di katakan reliabel atau dapat di andalkan jika jawaban responden terhadap pernyataan itu sesuai atau seimbang dari waktu ke waktu. Dengan kriteria kuesioner dinyatakan reliabel jika nilai Alpha Cronbach $> 0,6$. Dari hasil uji reliabilitas didapatkan semua nilai dari hasil variabel X_1 , X_2 , dan Y menghasilkan nilai alpha cronbach $> 0,6$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua instrumen dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

3. Regresi linier berganda

Persamaan regresi linear berganda tersebut dapat diartikan sebagai berikut : 1. Nilai 13,851 bermakna jika variabel kualitas pelayanan dan harga tidak mengalami perubahan atau sama dengan nol, maka kepuasan konsumen akan bernilai positif. 2. Nilai X_1 (Kualitas Pelayanan) sebesar 0,312 bermakna jika variabel kualitas pelayanan ditingkatkan satu satuan, maka kepuasan konsumen akan mengalami perubahan sebesar 0,312. 3. Nilai X_2 (Harga) sebesar 0,086 bermakna jika variabel harga ditingkatkan satu satuan, maka kepuasan konsumen akan mengalami perubahan sebesar 0,086.

4. Uji T

nilai signifikansi dari variabel kualitas pelayanan (X_1) adalah sebesar 0,006 lebih kecil jika dibandingkan dengan 0,05 atau $0,006 < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan pada variabel harga (X_2) diketahui nilai signifikansi sebesar 0,388 lebih besar jika dibandingkan dengan 0,05 atau $0,388 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa harga

(X2) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen yang artinya bahwa ada faktor lain yang lebih diperhatikan konsumen selain harga.

5. Uji F (Simultan)

Nilai signifikansi adalah sebesar 0,21 lebih besar dari 0,05 atau $0,21 > 0,05$ yang artinya bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Artinya bahwa kualitas layanan dan harga secara 49 sama-sama memberikan pengaruh yang positif terhadap kepuasan konsumen.

6. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).

Nilai R Square adalah sebesar 0,087 atau sama dengan 8,7% . Artinya bahwa variabel kualitas pelayanan (X1) dan harga (X2) memberikan pengaruh sebesar 8,7% terhadap variabel kepuasan konsumen (Y) sedangkan sisanya 91,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

PEMBAHASAN

a. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen
Berdasarkan pengujian hipotesis diketahui bahwa

secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Malomo Laundry kota Palopo. Hasil analisis menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi sebesar 0,312, Artinya, apabila kualitas pelayanan semakin baik yang diberikan oleh pegawai Malomo Laundry, maka akan semakin baik pula kepuasan konsumen yang diperoleh oleh pelanggan dari Malomo Laundry. Hal ini 50 dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa regresi kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen memiliki nilai $t_{hitung} > \text{nilai } t_{tabel}$ ($2,790 > 1,663$) H_0 ditolak H_a diterima. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang dinyatakan oleh (Tjiptono, 2000) menyebutkan pelayanan yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan yang semakin melekat erat dan pelanggan tidak akan berpaling pada perusahaan lain. Dengan demikian dapat disimpulkan konsumen memiliki sikap positif terhadap Malomo

Laundry sehingga kepuasan konsumen meningkat. Dalam penelitian ini konsumen mempersepsikan Malomo Laundry memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan, memberikan pelayanan yang cepat kepada konsumen, pengetahuan karyawan yang luas mengenai produk yang mereka tawarkan, memberikan perhatian yang tulus kepada konsumen, dan sarana yang diberikan laundry baik, yang berdampak pada kenyamanan konsumen, sehingga hal ini berpengaruh baik terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh (Hapsari, 2011) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Hotel Semesta Semarang, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ternyata berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. (Setiawan, 2014) pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Waroeng sambal Spesial cabang Gonilan-Semarang,

hasil penelitiannya menunjukkan bahwa kualitas pelayanan ternyata berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen. b. Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen Berdasarkan pengujian hipotesis diketahui bahwa secara parsial harga tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Malomo Laundry, yang berarti 51 bahwa konsumen akan memilih produk jasa Malomo Laundry tanpa memperhatikan harganya. Hal ini dibuktikan dengan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa regresi harga terhadap kepuasan konsumen memiliki nilai $t_{hitung} < \text{nilai } t_{tabel}$ ($0,868 < 1,663$) sehingga H_0 diterima H_a ditolak. Meskipun harga memiliki hubungan yang positif, tetapi diketahui bahwa harga secara tidak signifikan mempengaruhi kepuasan konsumen, hal ini disebabkan pelayanan Malomo Laundry yang disukai konsumen. Pelayanan mereka sangat baik, pegawai mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen

dan sikap ramah kepada konsumen. Sehingga harga tidak menjadi pertimbangan bagi konsumen mereka. Hasil penelitian ini juga didukung oleh hasil penelitian yang dilakukan oleh (Mandey, 2013) promosi, distribusi, harga pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen (studi kasus rokok surya promild), hasil penelitiannya menunjukkan bahwa harga ternyata tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. (Setyo, 2017) pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen “best autoworks”, hasil penelitiannya menunjukkan bahwa harga ternyata tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. c. Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen Berdasarkan pengujian hipotesis diketahui kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Malomo Laundry kota Palopo. Hal ini dibuktikan dengan hasil

penelitian yang menyatakan bahwa nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($4,029 > 3,10$) sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Hasil analisa koefisien determinasi menunjukkan nilai R^2 sebesar 0,087. Hal ini berarti 8,7% kepuasan konsumen pada Malomo Laundry 52 dipengaruhi variabel kualitas pelayanan dan harga, sedangkan sisanya 91,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam penelitian ini. Jadi, dengan melihat besarnya pengaruh kedua variabel independen tersebut terhadap kepuasan konsumen pada Malomo Laundry maka sudah sepatutnya kedua variabel tersebut menjadi perhatian khusus bagi pihak pengelola Malomo Laundry dalam meningkatkan kepuasan konsumen. Dapat dinyatakan bahwa kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan yang timbul ketika harapan konsumen terhadap suatu produk atau jasa sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh pelanggan terutama tentang kemampuan produk atau jasa

tersebut. Jika produk atau jasa jauh dibawah harapan pelanggan maka ia akan kecewa dengan arti kata pelanggan tidak puas.

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan Berdasarkan pada penjelasan – penjelasan sebelumnya maka penelitian ini dapat disimpulkan sebagai berikut : 1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Malomo Laundry di kota Palopo. 2. Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara harga terhadap kepuasan konsumen pada Malomo Laundry di kota Palopo. 3. Kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen di Malomo Laundry kota Palopo. 5.2 Saran Adapun saran yang ingin disampaikan oleh penulis berdasarkan kesimpulan di atas sebagai berikut : 1. Bagi pegawai Malomo Laundry yaitu sebaiknya proses kerja memperhatikan dan

meningkatkan kualitas pelayanan dan lebih baik terhadap pelanggannya. 2. Untuk penelitian selanjutnya, disarankan menambah variabel independen lainnya selain dari kualitas pelayanan dan harga yang pasti dapat mempengaruhi variabel dependen kepuasan pelanggan sehingga lebih melengkapi penelitian tersebut dikarenakan masih ada variabel-variabel independen lain diluar penelitian ini mungkin bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan.

DAFTAR RUJUKAN

- Afrianti, R., & Zulkifli. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Citra Laundry Kota Pariaman. Menara Ilmu, XI(78), 152–166.
- Agung, K. R. P. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN

PENGGUNA
TRANSPORTASI OJEK
ONLINE GRAB. Riset
Manajemen
Sains Indonesia (JRMSI),
10(1), 204–225.

Aujada, R., Saryadi, &
Nugraha, H. S. (2015).
PENGARUH KUALITAS
PELAYANAN DAN HARGA
TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA RUMAH
MAKAN KAMPOENG
DJOWO SEKATUL
KABUPATEN KENDAL.
DIPONEGORO JOURNAL
OF SOCIAL AND POLITIC,
1–9. [http://ejournal-
s1.undip.ac.id/index.php/](http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/)

Dwi Cahyati, R. (2017).
Pengaruh Kualitas Pelayanan,
Lokasi dan Loyalitas
terhadap Kepuasan Laundry
Qe2 (Studi Kasus pada
Pelanggan Laundry Qe2
Jember). Journal of
Undergraduate Thesis,
Universitas Muhammadiyah
Jember.

Engel, J. F. (1994). Consumer
Behavior. Diterjemahkan oleh

FX Budiyanoto. Perilaku
Konsumen. Edisi Keenam.
Cetakan Pertama Jilid II.
Jakarta. Binarupa Aksara.

Febrilia, I. (2019). Pengaruh
Kualitas Pelayanan, Harga dan
Citra Merek
Terhadap Kepuasan Konsumen
Pengguna Transportasi Ojek
Online Grab. JRMSI-Jurnal
Riset Manajemen Sains
Indonesia, 10(1), 204–225.

Fiazisyah, A., & Purwidiani, N.
(2018). Pengaruh Kualitas
Produk, Harga, Dan
Kualitas Pelayanan Terhadap
Kepuasan Konsumen Restoran
Cepat Saji Kfc Basuki Rahmat
Surabaya. Jurnal Tata Boga,
7(2).

Ghozali, I. (2006). Aplikasi
Analisis Multivariate dengan
Program SPSS.
Semarang: Badan Penerbit
UNDIP. Analisis Multivariate
Dengan Program SPSS.

Handoko, B. (2017). Pengaruh
Promosi, Harga Dan Kualitas
Pelayanan Terhadap

Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 18(1), 61–72.

Hapsari, R. M. (2011). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Fisik Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Semesta Semarang. Universitas Negeri Semarang. 55

Hardiyati, R., & Khasanah, I. (2010). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa penginapan (villa) agrowisata kebun teh pagilaran. UNIVERSITAS DIPONEGORO.

Herman, M. (2017). Manajemen Pemasaran: Teori Dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global. Bandung: Penerbit ALFABETA.

Hermi. (2019). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN MALOMO LAUNDRY TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN. 13–14.

Hidayat, I. A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap

kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan J&T Express di Purworejo).

Hosang, N. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap

Kepuasan Pasien (Studi Kasus pada Rumah Sakit Siloam Manado). *Jurnal*

Berkala Ilmiah Efisiensi, 16(1).

Kodu, S. (2013). HARGA, KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN

PENGARUHNYA

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA AVANZA. *Journal of Polymer Science*,

Part A: Polymer Chemistry, 45(8), 1432–1445.

<https://doi.org/10.1002/pola.21914>

Kotler, K. (2009). Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga

.
Kotler, P., Ang, S. H., Leong, S. M., & Tan, C. T. (2000). Manajemen Pemasaran

Perspektif Asia Buku 2.
Yogyakarta: Andi.

Lubis, A. S., & Andayani, N.
R. (2018). Pengaruh Kualitas
Pelayanan (Service
Quality) Terhadap Kepuasan
Pelanggan Pt. Sucofindo
Batam. *Journal of
Applied Business
Administration*, 1(2), 232–243.
[https://doi.org/10.30871/jaba.v
1i2.619](https://doi.org/10.30871/jaba.v1i2.619)

Lupiyoadi, R. (2001).
Manajemen pemasaran jasa:
Teori dan praktek.

Mandey, J. B. (2013). Promosi,
distribusi, harga pengaruhnya
terhadap keputusan
pembelian Rokok Surya
Promild. *Jurnal EMBA: Jurnal
Riset Ekonomi,
Manajemen, Bisnis Dan
Akuntansi*, 1(4).

Manus, F. W., & Lumanauw,
B. (2015). Kualitas produk,
harga, dan kualitas
layanan, pengaruhnya terhadap
kepuasan pelanggan kartu
prabayar tri di

Kelurahan Wawalintouan
Tondano Barat. *J. Emba*, 3(2),
695–705.

Mar'ati, N. C. (2017).
Pengaruh Kualitas Layanan
dan Harga Terhadap Kepuasan
Pelanggan Jasa Transportasi
Online (Studi Pada Konsumen
Gojek di Surabaya).
Universitas Negri Surabaya.
Surabaya.

Maramis, F. S., Sepang, J. L.,
& Soegoto, A. S. (