

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN LAUNDRY SULTHAN SIMPANG EMPAT

Dea Lisyana Putri¹, Muhammad Arief Budiman², Lola Malihah³, Ahmad Zaini⁴

¹⁻⁴Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAI Darussalam Martapura

dealisyanaputri@gmail.com

ABSTRACT

Laundry Sulthan is a laundry business located in Simpang Empat Village. Every day at least get 30-150 kg of laundry orders. This becomes an attraction to conduct research related to the effect of service quality and price on customer satisfaction. This study aims to determine the effect simultaneously on consumer satisfaction and whether the quality of service and price and the partial effect on consumer satisfaction. The sample in this study is the customer of Laundry Sulthan which was taken as many as 75 people as a sample. Data was collected using a questionnaire and the analysis technique in this study was multiple linear regression. The results of the study indicate that the variables of service quality and price simultaneously affect customer satisfaction with the value of F arithmetic $> F$ table that is $40,559 > 3,124$. Then the service quality and price variables also have a partial effect on customer satisfaction with a t count $= 6,436 > t$ table $1,992$ for service quality and a t count value $= 2,170$ and t table $1,992$ for price. This shows that the quality of service really has a big influence and some of the influence of price on consumer satisfaction so that it is natural that Laundry Sulthan has many customers every day.

Keywords: Service Quality, Price, Consumer Satisfaction

ABSTRAK

Laundry Sulthan merupakan usaha laundry yang berada di Desa Simpang Empat. Setiap hari setidaknya mendapatkan 30-150 kg pesanan laundry. Ini menjadi daya tarik untuk melakukan penelitian terkait dengan pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen dan apakah kualitas pelayanan dan harga serta pengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Sampel pada penelitian ialah pelanggan Laundry Sulthan yang diambil sebanyak 75 orang sebagai sampel. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan angket dan teknik analisis pada penelitian ini ialah regresi linier berganda. Dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dengan nilai F hitung $> F$ tabel yakni $40,559 > 3,124$. Kemudian variabel kualitas pelayanan dan harga juga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen dengan nilai t hitung $= 6,436 > t$ tabel $1,992$ untuk kualitas pelayanan dan nilai t hitung $= 2,170$ dan t tabel $1,992$ untuk harga. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan benar-benar memberikan pengaruh besar dan beberapa pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen sehingga wajar setiap harinya Laundry Sulthan memiliki pelanggan yang banyak.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Konsumen

PENDAHULUAN

Kegiatan bisnis jasa mencuci pakaian sering dikenal dengan istilah jasa laundry. Kegiatan laundry ini awalnya hanya untuk pangsa pasar terbatas, seperti laundry untuk para tamu yang menginap di hotel. Demikian pula di daerah perkotaan, ada laundry yang mengkhususkan secara ekslusif untuk jenis pakaian mahal atau jas. Namaun semakin banyaknya ketersedian mesencuci dengan harga yang relatif terjangkau, disertai munculnya teknologi baru seperti alat pengering yang membuat pakaian tidak lagi

dijemur (apalagi pada waktu musim hujan) maka bisnis laundry dapat dilakukan dengan investasi modal yang tidak terlalu besar (Chun, 2009). Jasa laundry jika dinilai dari perspektif ekonomi Islam berhubungan dengan thaharah atau bersuci. Sebagaimana dalam Q.S. al-Mudatsir/74: 4.

وَتَبَّاكَ قَطْفُرْ (٤)

Islam mengajarkan bahwa bersuci salah satunya pakaian dilakukan dengan air yang mengalir agar menghilangkan segala najis dan juga kotoran yang ada di pakaian (Sarwat, 2019). Dengan pelayanan jasa yang

diberikan terhadap pelanggan. Untuk memberikan pelayanan tentu diperlukan kinerja yang optimal dan profesional sebagaimana digambarkan dalam Q.S. Al-Isra'17: 84.

فَلَمْ يَعْمَلْ عَلَى شَكِّنَهُ فَرْبُكُمْ أَعْلَمُ بِمَنْ هُوَ أَهْدَى
سَيِّلًا (٨٤)

Ayat ini menjelaskan bahwa setiap insan tentu akan bekerja sesuai dengan apa yang ia usahakan. Ini menunjukkan bahwa seseorang tentu harus bekerja dengan sepenuh hati dan sebaik mungkin. Ketika bekerja sesuai dengan apa kemampuannya, maka sebuah pekerjaan akan bernilai baik. Melayani dengan profesional merupakan salah satu ciri pelayanan dalam Islam dan merupakan bagian dari ketentuan Allah SWT (Nurhadi, 2020).

Berdasarkan observasi awal, penulis menemukan banyak konsumen yang mempercayakan pakaian mereka ke laundry-laundry yang ada di wilayah Simpang Empat. Melihat banyaknya orang yang mengantar pakaian mereka yang ingin di cuci di laundry, secara asumsi memang dapat dikatakan bahwa konsumen telah puas, namun untuk memastikan apakah konsumen merasa puas ataukah sebaliknya, maka perlu dilakukan penelitian lebih mendalam dan langsung terjun kelapangan.

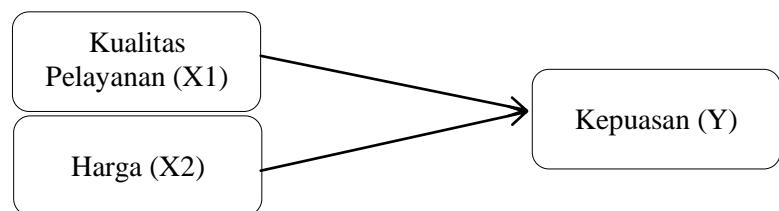
METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan metode pendekatan metode kuantitatif dengan populasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti yang terdiri atas untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sujarwen, 2020). Untuk menentukan jumlah sampel peneliti menggunakan rumus Slovin dengan hasil jumlah sampel yang diambil sebanyak 75 responden. Sedangkan sumber data dalam

mendapatkan data bisa bersumber dari data sekunder dan data primer lewat pertanyaan skor alternatif jawaban dengan menggunakan skala Likert.

a. Penelitian Variabel

Adapun konsep penelitian variabel dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1. Variabel Penelitian

b. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data dalam penelitian ini maka digunakan analisis deskriptif kuantitatif untuk menjawab permasalahan tentang berapa besar kepuaan konsumen tentang usaha laundry.

Analisi data diartikan sebagai upaya data yang sudah tersedia kemudian diolah dengan statistik dan dapat digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian. Dengan demikian, teknik analisis data dapat diartikan sebagai cara melaksanakan analisis terhadap data, dengan tujuan mengolah data tersebut untuk menjawab rumusan masalah.

Perhitungan statistik dalam penelitian ini menggunakan program Statistical Product and Service Solution. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi kalasik, analisis regresi linier berganda, uji T. uji F, uji R², dan hasil hipotesis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penulis memfokuskan penelitian di desa Simpang Empat agar memudahkan akses bagi penulis untuk mengetahui lebih dalam permasalahan yang akan diteliti. Laundry Sulthan berdiri pada 23 April 2017 sampai sekarang, beralamat jalan Datu Bangkala No.

60 Desa Empat, Kecamatan Simpang Empat Kabupaten Banjar. Dalam sehari bisa menerima pakaian sekurangnya 30 kg dengan rata-rata penyelesaian 2-4 hari tergantung dari jenis produk jasa yang digunakan oleh pelanggan.

Laundry Sulthan juga menerima berbagai jenis selimut dan bedcover tergantung kesulitan. Di kawasan tersebut banyak terdapat pertambangan, mes batubara, bengkel, bahkan sekolah mulai dari PAUD, TK, SD SMP dan SMK. Rata-rata pekerjaan orang di Desa Empat adalah supir perusahaan, supir truck, petani karet, karyawan tambang, guru, dan lainnya.

a. Penyajian Data

Setelah menggambarkan gambaran umum lokasi penelitian mengenai Kecamatan Simpang Empat dan juga Laundry Sulthan, selanjutnya akan dipaparkan penyajian data terkait dengan karakteristik responden. Karakteristik responden ialah sesuatu yang ada pada diri responden yang pada penelitian ini berjumlah 75 orang. Data karakteristik responden pada penelitian ini hanya berfokus pada jenis kelamin dan juga pekerjaan.

Responden laki-laki berjumlah 61 orang yakni sekitar 81,3%, sedangkan responden perempuan 14 orang yakni setara dengan 18,7%. Sedangkan dari jenis pekerjaan sebagai karyawan dengan jumlah 28 orang atau setara 37,3%, Pelajar/Mahasiswa berjumlah 13 orang atau dengan persentase 17,3%, Ibu Rumah Tangga (IRT) sebanyak 9 orang dengan persentase 12%, Supir sebanyak 7 orang dengan persentase 9,3%, Manajer sebanyak 4 orang dengan persentase 5,3%, Operator sebanyak 4 orang atau dengan persentase 5,3%, Wiraswasta 4 orang dengan persentase 5,3%, Petani 4 orang dengan persentase 5,3%, dan terakhir Mekanik dua orang dengan persentase 2,7%.

b. Analisis Data

- Uji Validitas

Pada uji validitas X_1 memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,227 yang dinyatakan valid. Variabel X_2 (Harga) memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,227 yang dinyatakan valid. Sedangkan pada variabel Y (kepuasan konsumen) memiliki $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,227 yang juga dinyatakan valid.

- Uji Reliabilitas

Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa nilai setiap item pertanyaan untuk variabel $X_1 > 0,6$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 pada penelitian ini reliabel dan tidak mempunyai kecenderungan tertentu. Nilai 0,739 untuk variabel bebas X_2 (Harga) dan dari hasil analisis diketahui bahwa nilai setiap item pertanyaan untuk variabel $X_2 > 0,6$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 pada penelitian ini reliabel dan tidak mempunyai kecenderungan tertentu. Sedangkan nilai alpha sebesar 0,775 untuk variabel Y (kepuasan konsumen) dan dari hasil analisis diketahui bahwa nilai setiap item pertanyaan untuk variabel $Y > 0,6$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Y pada penelitian ini reliabel dan tidak mempunyai kecenderungan tertentu.

- Uji Hipotesis

• Uji Simultan

Tabel 1. Uji Simultan

ANOVA ^b						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	76.341	2	38.171	40.559	.000 ^a
	Residual	64.936	73	.941		
	Total	141.278	75			
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas						
b. Dependent Variable: Kepuasan						

Tahun 2022

H0: B1=B2=0

H1: $B1=B2=0$

Pengambilan keputusan:

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka $H0$ diterima

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka $H0$ ditolak

Pada tabel ANOVA dapat diketahui $F_{hitung} = 40,559$ dan $F_{tabel} 3,124$ maka $F_{hitung} >$ dari pada F_{tabel} , sehingga kualitas pelayanan ($X1$) dan harga ($X2$) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen (Y).

c. Uji Parsial

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.234	1.179		.199	.843
	Kualitas	.187	.029	.657	6.436	.000
	Harga	.071	.061	.119	2.170	.000

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		T	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.234	1.179		.199	.843
	Kualitas	.187	.029	.657	6.436	.000
	Harga	.071	.061	.119	2.170	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan

Pada Tahun 2022

Berdasarkan hasil di atas maka dapat dibuat persamaan berikut:

$$Y = a + b1 x1 + b2 x2 + e$$

$$Y = 0,234 + 0,187 + 0,071 + e$$

Berikut hasil regresi linier berganda:

Nilai konstanta (a) memiliki nilai positif sebesar 0,234. Ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh searah antara variabel independen dengan variabel dependen. Artinya jika nilai variabel kualitas pelayanan ($X1$) dan harga ($X2$) nilai konstanta 0, maka nilai kepuasan masyarakat sebesar 0,234.

Nilai koefisien regresi kualitas pelayanan ($X1$) sebesar 0,187 menunjukkan bahwa ketika variabel kualitas pelayanan meningkat sebanyak 1%, maka kepuasan masyarakat akan meningkat sebanyak 0,187.

Nilai koefisien harga ($X2$) sebesar 0,071 menunjukkan bahwa ketika variabel harga meningkat sebanyak 1%, maka kepuasan masyarakat akan meningkat sebanyak 0,071.

e. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.735 ^a	.540	.527	.97011
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas				

Pada tabel model summary diatas, diketahui nilai $R = 0.735$ yang berarti

H0H Pada Tahun 2022

H0: $B1=B2=0$

H1: $B1=B2=0$

Pengambilan keputusan:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig < a = 0,05$ maka $H0$ diterima

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai $sig > a = 0,05$ maka $H0$ ditolak

- Pengaruh variabel $X1$ (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Pada tabel diatas, nilai $t_{hitung} = 6,436 > t_{tabel} 1,992$ maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan ($X1$) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y)

- Pengaruh variabel $X2$ (Harga) terhadap variabel Y (Kepuasan Konsumen)

Pada tabel diatas nilai $t_{hitung} = 2,170$ dan $t_{tabel} 1,992$ maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Harga ($X2$) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

d. Analisis Regresi Linier Berganda

hubungan antar variabel bebas dengan variabel terikat dapat dikatakan kuat (korelasi kuat). Nilai Rsquare 0,540. hal ini berarti 54 % variabel tak bebas mampu dijelaskan oleh variabel bebas, dan ada 74 % variabel tak bebas.

Dari analisis yang dilakukan diketahui bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dan juga harga terhadap kepuasan konsumen, baik secara simultan maupun parsial. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan 64,36% konsumen sangat tinggi, dibandingkan dengan harga yang berpengaruh sebesar 21,70% dengan total pengaruh 86,06% pengaruh keduanya terhadap kepuasan konsumen. Sehingga ada sebanyak 13,94% tidak berpengaruh apa-apa. Ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan di Laundry Sulthan sudah memadai. Kualitas pelayanan adalah hal yang sangat penting dalam bisnis khususnya jasa, sebagaimana diungkapkan oleh Kasmir bahwa pelayanan ialah aktivitas seseorang maupun lembaga guna memberikan kepuasan kepada pelanggan (Kasmir, 2005). Kaitannya dengan kepuasan konsumen adalah bahwa kualitas pelayanan akan menjadi penilaian bagi konsumen Laundry Sulthan terkait dengan pelayanan yang diberikan. Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang ketika menerima produk atau jasa yang ditawarkan serta membandingkan kinerja atas produk atau jasa yang diterima dengan harapan yang dimiliki.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil perolehan data dan analisis, maka simpulan terhadap penelitian ini ada dua yaitu:

a. Kualitas pelayanan dan harga memiliki pengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen. Dari analisis yang dilakukan pengaruh tersebut adalah

sebesar 40,559. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga menentukan kepuasan konsumen terhadap jasa Laundry Sulthan.

b. Kualitas pelayanan dan harga juga berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dapat dilihat dari nilai t hitung = 6,436 > t tabel 1,992 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X1) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y). Nilai t hitung = 2,170 dan t tabel 1,992 juga menunjukkan bahwa Harga (X2) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Armaniah, Henny, Amas Sari Marthanti, dan Faif Yusuf. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada Bengkel Ahass Honda Tangerang." Managerial – Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen Vol. 2, no. 2, 2019
- Chun, David. "Mandi Uang Bisnis Laundry Kiloan." Yogyakarta: Bela Siasat, 2009.
- Hoffman, K. Douglas, dan John E.G. Bateson. "Essentials of Services marketing : Concepts, Strategies, and Cases." Philadelphia: Horcourt Colledge Publisher, 2002.
- Indrasari, Meithiana. "Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan." Surabaya: Unitomo Press, 2019.
- Kasmir. "Etika Costumer Service." Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005.
- Laksana, Fajar. "Manajemen Pemasaran." Yogyakarta: Graha Ilmu, 2008.
- Malihah, Lola, "Analisis Kualitas Produk Scooter Matic Ditinjau Dari Sisi Konsumen Muslimah" J-EBIS: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam, vol. 7, no. 1, 2022
- Nurhadi. "Konsep Pelayanan Perspektif Ekonomi Syariah." EkBis: Jurnal Ekonomi dan Bisnis 2, no. 2, 2020
- Purnamasari, S., Purboyo, Mulyani, dan Lina Aryani. "Perencanaan Saluran

Pemasaran.” In Perencanaan Pemasaran (Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian). Bandung: Widina Bhakti Persada, 2022.

Sarwat, Ahmad, “Ensiklopedia Fikih Indonesia Thaharah” Jakarta: Gramedia Pustaka Utama 2019.

Sudrartono, Tiris, Agus Supandi Soegoto, Nelse Lumanaw, dan Lola Malihah. “Manajemen Pemasaran Jasa.” In Merancang Produk Jasa. Bandung: Widina Bhakti Persada, 2022.

Sujarwen, Wiratna V, Metodelogi Penelitian Bisnis dan Ekonomi, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2020