

# ANALISIS KUALITAS PELAYANAN UPAYA MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN JASA *LAUNDRY* (STUDI PADA MAMA *KLIN LAUNDRY* - BANJARBARU)

Oleh:

YOLANDA PUTRI NANDARWATI

UNIVERSITAS ISLAM KALIMANTAN (UNISKA)

MUHAMMAD ARSYAD AL-BANJARI BANJARMASIN

[Yollandaputri03@gmail.com](mailto:Yollandaputri03@gmail.com) / +6282353145600

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan (1) untuk mengetahui deskriptif kualitas pelayanan di Mama *Klin Laundry* Banjarbaru dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan dan (2) untuk mengetahui harapan pelanggan atas kualitas pelayanan yang diberikan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru. Metode penelitian yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif, teknik pengumpulan data menggunakan studi pustaka, observasi, dokumentasi wawancara dan kuesioner, populasi penelitian seluruh pelanggan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru dan sampel sebanyak 30 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable bukti langsung dan variable keandalan mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan pada Mama *Klin Laundry* Banjarbaru karena total nilai rata 4,2. Variable jaminan juga cukup berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mama *Klin Laundry* Banjarbaru namun tidak begitu berpengaruh seperti variable bukti langsung dan variable keandalan karena total nilai rata-rata 4,1. Sedangkan variable daya tanggap dan variable empati tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mama *Klin Laundry* Banjarbaru dengan total nilai rata-rata 4. Kualitas pelayanan yang diberikan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru sudah bisa dikatakan baik, namun melihat kondisi persaingan bisnis jasa *laundry* saat ini Mama *Klin Laundry* Banjarbaru harus lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanannya serta menyediakan jasa-jasa *laundry* yang dibutuhkan pelanggan sehingga pelanggan merasa terpuaskan atas pelayanan yang diberikan oleh Mama *Klin Laundry* Banjarbaru.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

## ABSTRACT

*This study aims (1) to find out the descriptive quality of service in Mama Klin Laundry Banjarbaru in an effort to improve customer satisfaction and (2) to find out customer expectations for the quality of service provided by Mama Klin Laundry Banjarbaru. the research method used is descriptive qualitative analysis, data collection techniques using library studies, observation, documentation of interviews and questionnaires, research population of all customers Mama Klin Laundry Banjarbaru and a sample of 30 respondents. The results showed that the tangibles variable and reliability variable had a dominant influence on customer satisfaction at Mama Klin Laundry Banjarbaru because of the total average value of 4,2. Variable assurance are also quite influential on customer satisfaction in Mama Klin Laundry Banjarbaru but not so influential as tangibles variables and reliability variables because of the total average value of 4,1. While the responsiveness variables and empathy variables do not have a significant effect on customer satisfaction at Mama Klin Laundry Banjarbaru with a total average value of 4. The quality of services provided Mama Klin Laundry Banjarbaru can be said to be good, but seeing the current conditions of competition for laundry services business Mama Klin Laundry Banjarbaru must further improve the quality of its services and provide laundry services needed by customers so that customers feel satisfied with the services provided by Mama Klin Laundry Banjarbaru.*

*Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction*

## **PENDAHULUAN**

Pada era modern saat ini, persaingan di dunia kerja sangatlah ketat sehingga persaingan bisnis terjadi dimana-mana. Dalam hal ini seseorang harus bekerja keras untuk mencukupi kebutuhannya sehingga sulit mendapatkan waktu untuk melakukan pekerjaan-pekerjaan rumah tangga, seperti bersih-bersih rumah, memasak, dan khususnya mencuci dan menyetrika pakaian. Karena hal tersebut, bisnis-bisnis yang berfokus pada jasa pekerjaan rumah tangga mulai bermunculan, salahsatu contohnya bisnis jasa *laundry*.

Bisnis jasa *laundry* yang semakin menjamur memiliki prospek bisnis yang cukup menarik. Bisnis jasa *laundry* atau dikenal dengan cuci-setrika banyak terdapat di rumah kontrakan dekat dengan pemukiman penduduk, asrama atau kos-kosan bahkan ada yang terdapat di warung/toko yang menawarkan jasa tersebut. Salah satu yang tertarik menjalankan bisnis jasa *laundry* ini adalah Mama *Klin Laundry* Banjarbaru.

Mama *Klin Laundry* Banjarbaru berlokasi di Jl. Tauman No. 09 Komp. Ratu Elok Banjarbaru. dimana lokasi tersebut merupakan lokasi yang sangat *strategis* dan menguntungkan untuk bisnis jasa *laundry* karena letaknya yang dekat dengan perkantoran, asrama atau kos-kosan, dan juga dekat dengan pemukiman penduduk. Seiring dengan perkembangan *laundry* saat ini banyak jasa-jasa *laundry* yang bermunculan, oleh karena itu diperlukan keunggulan tersendiri agar tetap bisa bertahan dan bersaing.

Yang menjadikan bisnis jasa *laundry* ini special ialah harga jual jasa yang terjangkau, kualitas baik, efektif dan efisien, serta proses pencucian yang dipisah (tidak dicampur), tempat usaha yang mudah dijangkau konsumen, serta memberikan layanan satu hari selesai (*one day service*).

Jasa *laundry* yang bisa bertahan yaitu jasa *laundry* yang lebih mengutamakan kualitas pelayanan untuk kepuasan pelanggan. Apabila kualitas pelayanan tidak dijaga maka akan berdampak pada tingkat kepuasan pelanggan, dimana bisnis jasa *laundry* tujuan utamanya adalah memberikan kepuasan kepada pelanggannya. Apabila perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang baik, hal tersebut dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan dan reputasi perusahaan akan semakin positif dimata masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya.

Dalam penulisan penelitian ini sebagai kerangka berpikir, penulis mengacu pada pendapat “Parasuraman, Zeithaml, dan Berry” yang menyatakan bahwa ada 5 (lima) dimensi pokok kualitas pelayanan yang dapat digunakan, yaitu:

- 1). Bukti Langsung (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi.
- 2). Keandalan (*Reliability*), yakni kemampuan memnerikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 3). Daya Tanggap (*Responsiveness*), yaitu keinginan para staff untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang tangggap.
- 4). Jaminan (*Assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staff, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
- 5). Empati (*Empathy*), meliputi kemudahan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Kualitas pelayanan juga mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayana, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan. Sebagian besar masyarakat saat ini mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan yang prima, konsumen bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi konsumen lebih senang menikmati kenyamanan dari pelayanan yang diberikan.

Berikut adalah data jumlah pelanggan pengguna jasa *laundry* di Mama *Klin Laundry* Banjarbaru pada tahun 2018 sampai dengan 2019 seberti terlihat pada table 1.1 berikut ini:

**Table 1.1**  
**Jumlah Pengguna Jasa Mama Klin Laundry Banjarbaru**  
**Tahun 2018 sampai dengan 2019**

<b>BULAN</b>	<b>JUMLAH</b>
<b>Tahun 2018</b>	
Januari	441
Februari	460
Maret	483
April	483
Mei	406
Juni	316
Juli	476
Agustus	453
September	491
Oktober	507
November	515
Desember	513
<b>Tahun 2019</b>	
Januari	440
Februari	338
Maret	371
April	281

**Sumber : Mama Klin Laundry Banjarbaru,2019**

Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa jumlah pengguna jasa Mama *Klin Laundry* Banjarbaru ditahun 2018 setiap bulannya selalu berfluktuasi meskipun dalam jumlah yang tidak terlalu mencolok, hanya bulan-bulan tertentu yang terdapat peningkatan yang cukup besar seperti pada saat menjelang libur akhir tahun yaitu pada bulan Oktober, November, dan Desember. Sedangkan jumlah pengguna jasa Mama *Klin Laundry* Banjarbaru dari tahun 2018 ke tahun 2019 terjadi penurunan yang sangat drastis.

Berdasarkan dari pernyataan dan data tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan merupakan merupakan kunci kesuksesan dalam bisnis jasa *laundry*, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Analisis Kualitas Pelayanan Upaya Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Jasa *Laundry* (Studi Pada Mama *Klin Laundry* Bnajarbaru)”.

## **METODE**

Dalam penyusunan skripsi ini penulis menggunakan beberapa metode penelitian diantaranya:

### **1. Jenis penelitian**

Jenis penelitian menggunakan deskriptif kuantitatif dengan metode analisis. “Bogdan dan Taylor dalam Maleong (2010, hlm.4)” mengemukakan bahwa penelitian kualitatif adalah “prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati”. Penelitian kualitatif bertumpu pada latarbelakang alamiah secara holistik, memposisikan manusia sebagai alat penelitian, melakukan analisis data secara induktif, lebih mementingkan proses dari pada hasil penelitian yang dilakukan disepakati oleh peneliti dan subjek penelitian.

Metode deskriptif dipilih karena penelitian yang dilakukan adalah berkaitan dengan peristiwa-peristiwa yang sedang berlangsung dan berkenaan dengan kondisi masa sekarang. “Nazir (2011, hlm. 52)” menjelaskan metode deskriptif adalah sebagai berikut:

“Metode deskriptif adalah satu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu subjek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun kelas peristiwa pada masa sekarang”. Tujuan dari penelitian deskriptif ini

adalah membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis serta hubungan antar fenomena yang diselidiki.

“Sugiyono (2015, hlm. 15)” menjelaskan tentang pengertian penelitian kualitatif sebagai berikut:

Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrument kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara purposive dan snowball, teknik penggabungan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi.

Metode ini cocok dalam penelitian ini karena penulis ingin mengetahui bagaimana gambaran kualitas pelayanan upaya meningkatkan kepuasan pelanggan pada Mama *Klin Laundry* Banjarbaru.

## 2. Sumber Data

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### (1). Data primer

Data yang diperoleh dari sumbernya, diambil dan dicatat untuk pertama kalinya berupa kuesioner yang disebarakan kepada responden. Dalam hal ini kuesioner diajukan kepada pelanggan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru.

### (2). Data sekunder

Data yang bersumber dari catatan yang ada pada perusahaan dan dari sumber lainnya yaitu dengan mempelajari buku-buku yang ada hubungannya dengan objek penelitian ini.

## 3. Metode Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data penelitian, ada beberapa teknik pengumpulan yaitu:

### (1). Wawancara

Teknik pengumpulan data dengan mengajukan pertanyaan kepada responden secara bebas, baik terstruktur maupun tidak terstruktur dengan tujuan untuk memperoleh informasi secara luas mengenai objek penelitian. Yang menjadi responden di sini adalah pemilik toko Mama *Klin Laundry* Banjarbaru.

### (2). Observasi

Teknik yang digunakan oleh peneliti dengan cara pengamatan secara langsung pada Mama *Klin Laundry* Banjarbaru terhadap kegiatan yang dilaksanakan.

### (3). Kuesioner

Teknik pengumpulan data dengan cara menggunakan daftar pertanyaan yang diajukan kepada responden yaitu pelanggan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru untuk menjawab dengan memberikan angket.

### (4). Studi kepustakaan

Teknik studi kepustakaan ini dilakukan dengan cara mengumpulkan data-data dengan membaca dan mempelajari sumber-sumber terdahulu, literature, laporan -laporan penelitian dan pendapat para ahli yang berhubungan erat dengan masalah yang diteliti.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### 1. Hasil Penelitian

Dalam bab ini akan diuraikan hasil penelitian berdasarkan koesioner yang telah disebarakan kepada 30 responden/pelanggan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru. Dengan data yang telah terkumpul, diperoleh dari hasil jawaban responden/pelanggan, hasil pengolahan data berupa informasi yang digunakan untuk mengetahui gambaran kualitas pelayanan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan yang meliputi bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

Peneliti juga dapat melihata karakteristik dari responden/pelanggan yang sudah mengisi dan menjawab pertanyaan wawancara. Pada kuesioner penelitian, terdapa 15 pertanyaan yang harus dijawab responden/pelanggan yang menggunakan jasa Mama *Klin Laundry* Banjarbaru.

#### 1). Profil Responden

Untuk mendapatkan gambaran mengenai pelanggan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru yang menjadi responden dilihat berdasarkan: jenis kelamin, usia, tingkat pendidikan, pekerjaan, dan frekuensi lama menjadi pelanggan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru.setelah melihat hasil penyebaran kuesioner sebanyak 30 responden maka berikut merupakan data mengenai karakteristik/profil responden atau gambaran umum pelanggan yang menggunakan jasa Mama *Klin Laundry* Banjarbaru sebagai berikut:

**(1). Jenis Kelamin**

Dari persentase responden/pelanggan berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada table 4.1 dan dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini responden/pelanggan yang menggunakan jasa Mama *Klin Laundry* Banjarbaru paling banyak adalah wanita yaitu sebanyak 16 responden (53%), sedangkan jumlah responden/pelanggan pria sebanyak 14 responden (47%).

**(2). Usia**

Dari persentase responden/pelanggan berdasarkan usia dapat dilihat pada table 4.2 dan dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini responden/pelanggan yang menggunakan jasa Mama *Klin Laundry* Banjarbaru yang paling banyak pada usia 18 – 28 tahun sebanyak 14 responden (47%), diikuti dengan responden pada usia 29 – 39 tahun sebanyak 9 responden (30%), pada usia 40 – 49 tahun sebanyak 5 responden (17%), pada usia lebih dari (>) 50 tahun sebanyak 2 responden (6%), dan pada usia kurang dari (<) 17 tahun sebanyak 0 responden (0%).

**(3). Tingkat Pendidikan Terakhir**

Dari persentase responden/pelanggan berdasarkan tingkat pendidikan dapat dilihat pada table 4.3 dan dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini responden/pelanggan yang menggunakan jasa Mama *Klin Laundry* Banjarbaru paling banyak dengan tingkat pendidikan terakhir adalah S1 sebanyak 15 responden (50%), diikuti dengan responden dengan tingkat pendidikan SMA dan Diploma sebanyak 5 responden (17%), tingkat pendidikan SD/SMP sebanyak 3 responden (10%), dan dengan tingkat pendidikan S2 sebanyak 2 responden (6%).

**(4). Jenis Pekerjaan**

Dari persentase responden/pelanggan berdasarkan jenis pekerjaan dapat dilihat pada table 4.4 dan dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini responden/pelanggan yang menggunakan jasa Mama *Klin Laundry* Banjarbaru paling banyak adalah pelajar/mahasiswa sebanyak 10 responden (33%), diikuti dengan responden dengan jenis pekerjaan wiraswasta sebanyak 7 responden (23%), pegawai negeri sebanyak 5 responden (17%), pegawai swasta sebanyak 5 responden (17%), dan lain – lain sebanyak 3 responden (10%).

**(5). Frekuensi Lama Menjadi Pelanggan**

Dari persentase responden/pelanggan berdasarkan frekuensi lama menjadi pelanggan dapat dilihat pada table 4.5 dan dapat disimpulkan bahwa dalam penelitian ini responden/pelanggan yang menggunakan jasa Mama *Klin Laundry* Banjarbaru yang paling banyak terdapat pada frekuensi kurang dari (<) 1 tahun sebanyak 10 responden (33%), diikuti dengan frekuensi 1 – 2 tahun sebanyak 8 responden (27%), frekuensi 2 – 3 tahun sebanyak 5 responden (17%), frekuensi 3 – 4 tahun sebanyak 5 responden (17%), dan frekuensi lebih dari (>) 4 tahun sebanyak 2 responden (6%).

**2). Gambaran Kualitas Pelayanan dan harapan pelanggan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru**

Untuk dapat melihat bagaimana kualitas pelayanan di Mama *Klin Laundry* Banjarbaru yang melibatkan 30 orang sebagai responden yang dapat digunakan untuk mengukur lima (5) sub variable yaitu, *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*. Berikut adalah tanggapan konsumen mengenai *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*:

**(1). Tanggapan responden terhadap sub variable *tangible* (hal yang berwujud) kualitas pelayanan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru.**

Berdasarkan table diatas dapat diketahui bahwa untuk faktor-faktor pada sub variable bukti langsung (*tangible*), dari 30 responden yang diteliti, maka pada lokasi Mama *Klin Laundry* Banjarbaru strategis dan mudah diakses, 0 responden menanggapi sangat tidak setuju 0%, 0 responden menganggap tidak setuju 0%, 0 responden menganggap kurang setuju 0%, 21 responden menganggap setuju 70%, dan 9 responden menganggap sangat setuju 30%. Dengan nilai rata-rata 4,3 berada pada angka setuju.

Pada aspek karyawan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru berpenampilan rapi, dari 30 responden yang diteliti 0 responden menganggap sangat tidak setuju 0%, 0 responden menganggap tidak setuju 0%, 0 responden menganggap kurang setuju 0%, 24 responden menganggap setuju 80% dan 6 responden menganggap sangat setuju 20%. Dengan nilai rata-rata 4,2 berada pada angka setuju.

Dan berdasarkan aspek Mama *Klin Laundry* Banjarbaru memiliki ruangan yang bersih 0 responden menganggap sangat tidak setuju 0%, 0 responden menganggap tidak setuju 0%, 5 responden menganggap kurang setuju 17%, 21 responden menganggap setuju 70% dan 4 responden menganggap sangat setuju 13%. Dengan nilai rata-rata 4 berada pada angka kurang setuju dan setuju.

Berdasarkan table dan uraian diatas, variable *tangible* menjelaskan beberapa ukuran dari hasil koefisien. Responden memberikan skor tertinggi pada lokasi Mama *Klin Laundry* Banjarbaru strategis

dan mudah diakses dengan total jumlah skor 129 itu menandakan bahwa sebagian besar responden/pelanggan yang menggunakan jasa *Mama Klin Laundry* Banjarbaru karena lokasi *Mama Klin Laundry* Banjarbaru yang strategis dan mudah diakses.

**(2). Tanggapan responden terhadap sub variable *reliability* (keandalan) *Mama Klin Laundry* Banjarbaru.**

Berdasarkan table diatas dapat diketahui untuk factor-faktor pada sub variable keandalan (*reliability*), dari 30 responden yang diteliti, maka pada aspek karyawan *Mama Klin Laundry* Banjarbaru melayani dengan ramah dan sopan, 0 responden menanggapi sangat tidak setuju 0%, 0 responden menganggap tidak setuju 0%, 0 responden menganggap kurang setuju 0%, 20 responden menganggap setuju 67%, dan 10 responden menganggap sangat setuju 33%. Dengan nilai rata-rata 4,3 berada pada angka setuju. Pada aspek karyawan *Mama Klin Laundry* Banjarbaru memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat dari 30 responden yang diteliti 0 responden menganggap sangat tidak setuju 0%, 0 responden menganggap tidak setuju 0%, 7 responden menganggap kurang setuju 23%, 15 responden menganggap setuju 50% dan 8 responden menganggap sangat setuju 27%. Dengan nilai rata-rata 4 berada pada angka setuju dan sangat setuju.

Dan berdasar pada aspek karyawan *Mama Klin Laundry* Banjarbaru bekerja dengan profesional, 0 responden menganggap sangat tidak setuju 0%, 0 responden menganggap tidak setuju 0%, 2 responden menganggap kurang setuju 7%, 21 responden menganggap setuju 70% dan 7 responden menganggap sangat setuju 23%. Dengan nilai rata-rata 4,2 berada pada angka setuju dan sangat setuju.

Berdasarkan table dan uraian diatas, variable *reliability* menjelaskan beberapa ukuran dari hasil koefisien. Responden memberikan skor tertinggi pada karyawan *Mama Klin Laundry* Banjarbaru melayani dengan ramah dan sopan dengan total jumlah skor 130 dan dengan jumlah skor yang terendah adalah karyawan *Mama Klin Laundry* Banjarbaru memberikan pelayanan dengan cepat dan tepat sebesar 121. Banyak responden/pelanggan berpendapat bahwa karyawan *Mama Klin Laundry* Banjarbaru melayani dengan ramah dan sopan dapat dikatakan baik.

**(3). Tanggapan responden terhadap sub variable *responsiveness* (daya tanggap) *Mama Klin Laundry* Banjarbaru.**

Berdasarkan table diatas dapat diketahui untuk factor-faktor pada sub variable daya tanggap (*responsiveness*), dari 30 responden yang diteliti, maka pada aspek karyawan *Mama Klin Laundry* Banjarbaru cekatan dalam bekerja, 0 responden menanggapi sangat tidak setuju 0%, 0 responden menganggap tidak setuju 0%, 5 responden menganggap kurang setuju 17%, 18 responden menganggap setuju 60%, dan 7 responden menganggap sangat setuju 23%. Dengan nilai rata-rata 4,06 berada pada angka setuju.

Pada aspek karyawan *Mama Klin Laundry* Banjarbaru cepat dan tanggap dalam menangani keluhan pelanggan, dari 30 responden yang diteliti 0 responden menganggap sangat tidak setuju 0%, 3 responden menganggap tidak setuju 10%, 7 responden menganggap kurang setuju 23%, 17 responden menganggap setuju 57% dan 3 responden menganggap sangat setuju 10%. Dengan nilai rata-rata 3,7 berada pada angka kurang setuju dan setuju.

Dan berdasar pada aspek karyawan *Mama Klin Laundry* Banjarbaru Selalu bersedia menerima komplain dari para pelanggan, 0 responden menganggap sangat tidak setuju 0%, 0 responden menganggap tidak setuju 0%, 1 responden menganggap kurang setuju 3%, 24 responden menganggap setuju 80% dan 5 responden menganggap sangat setuju 17%. Dengan nilai rata-rata 4,1 berada pada angka setuju.

Berdasarkan table dan uraian diatas, variable *responsiveness* menjelaskan beberapa ukuran dari hasil koefisien. Responden memberikan skor tertinggi pada karyawan *Mama Klin Laundry* Banjarbaru Selalu bersedia menerima komplain dari para pelanggan dengan total jumlah skor 124 dan dengan jumlah skor yang terendah adalah karyawan *Mama Klin Laundry* Banjarbaru cepat dan tanggap dalam menangani keluhan pelanggan sebesar 110. Banyak responden/pelanggan berpendapat bahwa karyawan *Mama Klin Laundry* Banjarbaru Selalu bersedia menerima komplain dari para pelanggan akan tetapi kurang cepat dan tanggap dalam menangani keluhan tersebut.

**(4). Tanggapan responden terhadap sub variable *assurance* (jaminan) *Mama Klin Laundry* Banjarbaru.**

Berdasarkan table diatas dapat diketahui untuk factor-faktor pada sub variable jaminan (*assurance*), dari 30 responden yang diteliti, maka pada aspek *Mama Klin Laundry* Banjarbaru bertanggung jawab apabila terjadi kesalahan dalam pencucian, 0 responden menanggapi sangat tidak setuju 0%, 0 responden menganggap tidak setuju 0%, 4 responden menganggap kurang setuju 13%, 18 responden

menganggap setuju 60%, dan 8 responden menganggap sangat setuju 17%. Dengan nilai rata-rata 4,1 berada pada angka setuju.

Pada aspek Mama *Klin Laundry* Banjarbaru menjamin selama pencucian pakaian akan aman dan tidak rusak atau hilang, dari 30 responden yang diteliti 0 responden menganggap sangat tidak setuju 0%, 0 responden menganggap tidak setuju 0%, 4 responden menganggap kurang setuju 13%, 20 responden menganggap setuju 67% dan 6 responden menganggap sangat setuju 20%. Dengan nilai rata-rata 4,06 berada pada angka setuju.

Dan berdasarkan pada aspek Mama *Klin Laundry* Banjarbaru menjamin pencucian selesai tepat waktu, 0 responden menganggap sangat tidak setuju 0%, 0 responden menganggap tidak setuju 0%, 6 responden menganggap kurang setuju 20%, 16 responden menganggap setuju 53% dan 8 responden menganggap sangat setuju 27%. Dengan nilai rata-rata 4,06 berada pada angka setuju.

Berdasarkan table dan uraian diatas, variable *assurance* menjelaskan beberapa ukuran dari hasil koefisien. Responden memberikan skor tertinggi pada Mama *Klin Laundry* Banjarbaru bertanggung jawab apabila terjadi kesalahan dalam pencucian dengan total jumlah skor 124 dan dengan jumlah skor sama/imbang pada indikator Mama *Klin Laundry* Banjarbaru menjamin selama pencucian pakaian akan aman dan tidak rusak atau hilang dan pada indikator Mama *Klin Laundry* Banjarbaru menjamin pencucian selesai tepat waktu sebesar 122. Banyak responden/pelanggan berpendapat bahwa Mama *Klin Laundry* Banjarbaru selalu tepat waktu dan selama pencucian tidak ada pakaian yang rusak.

**(5). Tanggapan responden terhadap sub variable *empathy* (empati) Mama *Klin Laundry* Banjarbaru.**

Berdasarkan table diatas dapat diketahui untuk factor-faktor pada sub variable jaminan (*assurance*), dari 30 responden yang diteliti, maka pada aspek Mama *Klin Laundry* Banjarbaru mudah untuk dihubungi, 0 responden menanggapi sangat tidak setuju 0%, 1 responden menganggap tidak setuju 3%, 4 responden menganggap kurang setuju 13%, 20 responden menganggap setuju 67%, dan 5 responden menganggap sangat setuju 17%. Dengan nilai rata-rata 4 berada pada angka setuju.

Pada aspek Mama *Klin Laundry* Banjarbaru memperhatikan dengan baik setiap keluhan para pelanggan, dari 30 responden yang diteliti 0 responden menganggap sangat tidak setuju 0%, 0 responden menganggap tidak setuju 0%, 7 responden menganggap kurang setuju 23%, 18 responden menganggap setuju 60% dan 5 responden menganggap sangat setuju 17%. Dengan nilai rata-rata 3,9 berada pada angka kurang setuju dan setuju setuju.

Dan berdasarkan pada aspek Mama *Klin Laundry* Banjarbaru menjalin hubungan yang baik dengan para pelanggan, 0 responden menganggap sangat tidak setuju 0%, 0 responden menganggap tidak setuju 0%, 1 responden menganggap kurang setuju 3%, 24 responden menganggap setuju 80% dan 5 responden menganggap sangat setuju 17%. Dengan nilai rata-rata 4,1 berada pada angka setuju.

Berdasarkan table dan uraian diatas, variable *empathy* menjelaskan beberapa ukuran dari hasil koefisien. Responden memberikan skor tertinggi pada Mama *Klin Laundry* Banjarbaru menjalin hubungan yang baik dengan para pelanggan dengan total jumlah skor 124 dan dengan jumlah skor yang terendah adalah Mama *Klin Laundry* Banjarbaru memperhatikan dengan baik setiap keluhan para pelanggan sebesar 118. Banyak responden/pelanggan berpendapat bahwa Mama *Klin Laundry* Banjarbaru sangat menjalin hubungan yang baik dengan para pelanggannya.

**(6). Tanggapan responden berdasarkan pertanyaan terbuka yang diberikan.**

Selain pertanyaan yang berbentuk angket peneliti juga memberikan pertanyaan dalam bentuk pertanyaan terbuka untuk mengetahui apa yang diinginkan atau diharapkan oleh responden/pelanggan dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanann di Mama *Klin Laundry* Banjarbaru.

Berikut ini adalah hasil yang sudah di simpulkan dari pertanyaan yang diberikan kepada 30 responden/pelanggan.

(1.1). Apakah pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru? Dan berikan alasannya?

Dari 30 responden semuanya menjawab puas dengan pelayanan yang diberikan, berikut alasan mengapa pelanggan merasa puas. Pelanggan merasa puas karena karyawan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru bisa berkomunikasi dengan baik, pelayanannya ramah, hasil cucian dan setrikaan bersih, rapi, dan wangi, penyelesaiannya selalu tepat waktu, dan bersedia menerima keluhan pelanggan.

(1.2). Apakah harapan pelanggan kedepannya terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Mama *Klin Laundry* Banjarbaru?

Dari 30 responden rata-rata pelanggan berharap untuk lebih meningkatkan kualitas pelayanannya serta lebih cepat dan tanggap dalam menangani keluhan pelanggan, serta

pelanggan berharap Mama *Klin Laundry* Banjarbaru untuk memperluas lagi ruangnya dan menyediakan jasa *laundry* khusus baju putih dan juga jasa layanan antar jemput ke pelanggan sehingga pelanggan tinggal menyerahkan dan menerima pakaian di rumah saja.

## 2. Pembahasan

Dalam hasil olahan kuesioner diatas maka peneliti akan membahas mengenai hasil dari setiap aspek-aspek kualitas pelayanan di Mama *Klin Laundry* Banjarbaru. Berikut adalah pembahasan aspek-aspek kualitas pelayanan di Mama *Klin Laundry* Banjarbaru:

1). Aspek *tangible* (berwujud) di Mama *Klin Laundry* Banjarbaru.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah didapatkan sebelumnya, dapat diketahui nilai total rata-rata dari aspek *tangible* adalah sebesar 4,2 pelanggan memilih menggunakan jasa Mama *Klin Laundry* Banjarbaru, karena lokasinya yang strategis dan mudah untuk diakses. Dilihat dari hasil wawancara dengan responden / pelanggan yang menggunakan jasa Mama *Klin Laundry* Banjarbaru dikarenakan letaknya yang dekat dengan tempat tinggal mereka, tidak heran kalau skor tertinggi terdapat pada indikator lokasi Mama *Klin Laundry* Banjarbaru strategis dan mudah diakses sebesar 129 dengan nilai rata-rata 4,3, diikuti dengan indikator karyawan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru berpenampilan rapi dengan skor 126 dengan nilai rata-rata 4,2 dan skor terendah terdapat pada indikator Mama *Klin Laundry* Banjarbaru memiliki ruangan yang bersih sebesar 119 dengan nilai rata-rata 4. Dari ketiga indikator tersebut indikator Mama *Klin Laundry* Banjarbaru memiliki ruangan yang bersih harus lebih diperhatikan lagi agar pelanggan merasa nyaman.

2). Aspek *reliability* (keandalan) di Mama *Klin Laundry* Banjarbaru.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah didapatkan sebelumnya, dapat diketahui total nilai rata-rata dari aspek *reliability* adalah sebesar 4,2. Aspek ini berkaitan dengan kemampuan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru dalam memberikan layanan kepada pelanggan, dimana skor tertinggi terdapat pada indikator karyawan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru melayani dengan ramah dan sopan sebesar 130 dengan nilai rata-rata 4,3, diikuti dengan indikator karyawan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru bekerja dengan profesional dengan skor sebesar 125 dengan nilai rata-rata 4,2, dan skor terendah terdapat pada indikator karyawan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap sebesar 121 dengan nilai rata-rata 4. Hasil pada aspek ini yaitu dikatakan bahwa Mama *Klin Laundry* Banjarbaru harus dapat diandalkan. Aspek ini sangat penting untuk mengukur keandalan dari Mama *Klin Laundry* Banjarbaru dalam memberikan pelayanan. Mengenai aspek ini adanya keandalan kemampuan yang harus diwujudkan untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan.

3). Aspek *responsiveness* (daya tanggap) di Mama *Klin Laundry* Banjarbaru.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah didapatkan sebelumnya, dapat diketahui total nilai rata-rata dari aspek *responsiveness* adalah sebesar 4. Aspek ini berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka. Dimana skor tertinggi terdapat pada indikator karyawan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru selalu bersedia menerima complain dari para pelanggan sebesar 124 dengan nilai rata-rata 4,1, diikuti dengan indikator karyawan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru cekatan dalam bekerja dengan skor sebesar 122 dengan nilai rata-rata 4,06, dan skor terendah terdapat pada indikator karyawan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru cepat dan tanggap dalam menangani keluhan pelanggan sebesar 110 dengan nilai rata-rata 3,7. Dari ketiga indikator tersebut responden beranggapan bahwa karyawan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru masih kurang cepat dan tanggap dalam menangani keluhan pelanggan, hal ini disebabkan beberapa responden ingin pelayanan yang cepat dan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru harus lebih fleksibel dan mempunyai kemampuan untuk menyesuaikan layanan apa yang dibutuhkan pelanggan.

4). Aspek *assurance* (jaminan) di Mama *Klin Laundry* Banjarbaru.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah didapatkan sebelumnya, dapat diketahui nilai total rata-rata dari aspek *assurance* adalah sebesar 4,1. Aspek ini termasuk aspek yang memberikan rasa kepercayaan kepada para pelanggan. Tidak heran kalau skor tertinggi terdapat pada indikator Mama *Klin Laundry* Banjarbaru bertanggung jawab apabila terjadi kesalahan dalam pencucian sebesar 124 dengan nilai rata-rata 4,1, diikuti dengan hasil sama/imbang pada indikator Mama *Klin Laundry* Banjarbaru menjamin selamat pencucian pakaian akan aman dan tidak rusak atau hilang dan indikator Mama *Klin Laundry* Banjarbaru menjamin pencucian selesai tepat waktu dengan skor sebesar 122 dengan nilai rata-rata 4,06. Dimana aspek ini mengutamakan keamanan dalam pencucian yang dapat menimbulkan rasa kepercayaan pelanggan terhadap Mama *Klin Laundry* Banjarbaru dan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.



5). Aspek *empathy* (empati) di Mama *Klin Laundry* Banjarbaru.

Berdasarkan hasil analisis data yang telah didapatkan sebelumnya, dapat diketahui nilai total rata-rata dari aspek *empathy* adalah sebesar 4. Dalam aspek *empathy* bahwa Mama *Klin Laundry* Banjarbaru harus memahami masalah pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan. Dimana skor tertinggi terdapat pada indikator Mama *Klin Laundry* Banjarbaru menjalin hubungan yang baik dengan para pelanggannya sebesar 124 dengan nilai rata-rata 4,1 diikuti dengan indikator Mama *Klin Laundry* Banjarbaru mudah untuk dihubungi sebesar 119 dengan nilai rata-rata 4, dan skor terendah terdapat pada indikator Mama *Klin Laundry* Banjarbaru memperhatikan dengan baik setiap keluhan para pelanggan sebesar 118 dengan nilai rata-rata 3,9. Di setiap perusahaan pasti memiliki empati untuk lebih menciptakan hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan untuk meningkatkan citra yang baik bagi perusahaan.

Kesimpulan yang bisa didapat dari semua aspek-aspek kualitas pelayanan di atas menunjukkan bahwa variabel bukti langsung dan keandalan mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan pada Mama *Klin Laundry* Banjarbaru karena total nilai rata-rata 4,2. Variabel jaminan juga cukup berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mama *Klin Laundry* Banjarbaru, namun tidak begitu berpengaruh seperti variabel bukti langsung dan keandalan karena total nilai rata-rata 4,1. Variabel daya tanggap dan variabel empati tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mama *Klin Laundry* Banjarbaru dengan total nilai rata-rata 4.

Dan peneliti juga akan membahas mengenai hasil jawaban responden atas pertanyaan terbuka yang disebarkan ke 30 responden Mama *Klin Laundry* Banjarbaru mengenai harapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru. Berikut adalah pembahasannya:

- 1). Hasil jawaban responden atas pertanyaan "Apakah pelanggan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru? Dan berikan alasannya?". Semua responden/pelanggan menjawab puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Mama *Klin Laundry* Banjarbaru, responden/pelanggan merasa puas ini dikarenakan karyawan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru dapat berkomunikasi dengan baik kepada pelanggan dan juga memberikan pelayanan yang sopan dan ramah. Serta responden/pelanggan merasa puas dengan hasil cucian dan setrikaan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru yang bersih, rapi, serta wangi dan penyelesaian pengerjaannya selalu tepat waktu.
- 2). Hasil jawaban responden atas pertanyaan "Apakah harapan pelanggan kedepannya terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh Mama *Klin Laundry* Banjarbaru?. Rata-rata jawaban responden menginginkan agar Mama *Klin Laundry* Banjarbaru untuk lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanannya dan juga lebih cepat dan tanggap lagi dalam menangani keluhan pelanggan. Serta responden menginginkan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru menyediakan jasa *laundry* khusus baju putih dan juga jasa layanan antar jemput ke pelanggan.

Kesimpulan yang bisa didapat dari hasil jawaban responden terhadap pertanyaan terbuka yang diberikan yaitu pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang selama ini diberikan oleh Mama *Klin Laundry* Banjarbaru dengan hasil pekerjaan yang bersih, rapi, dan wangi serta penyelesaian pengerjaannya selalu tepat waktu. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Mama *Klin Laundry* Banjarbaru sudah baik dan pelanggan berharap agar Mama *Klin Laundry* Banjarbaru dapat meningkatkannya lagi menjadi lebih baik untuk kedepannya. Dan pelanggan berharap agar Mama *Klin Laundry* Banjarbaru bisa menyediakan jasa *laundry* khusus baju putih dan juga jasa layanan antar jemput ke pelanggan sehingga pelanggan tinggal menyerahkan dan menerima pakaian di rumah saja.

## PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan serta pembahasan pada Bab IV mengenai kualitas pelayanan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru, penulis dapat menarik kesimpulan serta memberikan beberapa kritik dan saran sebagai masukan untuk perusahaan.

### 1. Kesimpulan

Setelah analisis data dan pembahasan tentang kualitas pelayanan dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan pada Mama *Klin Laundry* Banjarbaru, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut.

- 1). Bahwa variabel bukti langsung dan variabel keandalan mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan pada Mama *Klin Laundry* Banjarbaru karena total nilai rata-rata 4,2. Variabel jaminan juga cukup berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Mama *Klin Laundry* Banjarbaru namun tidak begitu

berpengaruh seperti variable bukti langsung dan variable keandalan karena total nilai rata-rata 4,1. Sedangkan variable daya tanggap dan variable empati tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Mama *Klin Laundry* Banjarbaru dengan nilai total rata-rata 4.

- 2). Pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang selama ini diberikan oleh Mama *Klin Laundry* Banjarbaru dengan hasil pekerjaan yang bersih, rapi, dan wangi serta penyelesaian pengerjaannya selalu tepat waktu. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh Mama *Klin Laundry* Banjarbaru sudah baik dan pelanggan berharap agar Mama *Klin Laundry* Banjarbaru dapat meningkatkannya lagi menjadi lebih baik untuk kedepannya. Dan pelanggan berharap agar Mama *Klin Laundry* Banjarbaru bisa menyediakan jasa *laundry* khusus baju putih dan juga jasa layanan antar jemput ke pelanggan sehingga pelanggan tinggal menyerahkan dan menerima pakaian dirumah saja.

## 2. Saran

- 1). Agar dapat memberikan tingkat kepuasan yang tinggi kepada pelanggan sehingga para pelanggan akan menjadi pelanggan yang setia (loyal), maka sebaiknya Mama *Klin Laundry* Banjarbaru terus mempertahankan kualitas bukti langsung dan keandalan. Adanya pengaruh dari kualitas bukti langsung dan keandalan, menunjukkan bahwa pihak Mama *Klin Laundry* Banjarbaru memberikan layanan berupa lokasi dan penampilan tempat yang dimiliki Mama *Klin Laundry* Banjarbaru serta kemampuan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru dalam memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Hal yang perlu ditingkatkan pada Mama *Klin Laundry* Banjarbaru adalah daya tanggap dan empati yaitu berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka serta Mama *Klin Laundry* Banjarbaru harus memahami masalah pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan. Kualitas jaminan yaitu kualitas yang memberikan rasa kepercayaan kepada para pelanggan. Mama *Klin Laundry* Banjarbaru telah memahami apa yang menjadi kebutuhan pelanggan untuk menjamin pakaian pelanggan akan tetap aman saat proses pencucian.
- 2). Kualitas pelayanan yang diberikan Mama *Klin Laundry* Banjarbaru sudah bisa dikatakan baik, namun melihat kondisi persaingan bisnis jasa *laundry* saat ini Mama *Klin Laundry* Banjarbaru harus lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanannya serta menyediakan jasa-jasa *laundry* yang dibutuhkan pelanggan sehingga pelanggan merasa terpuaskan atas pelayanan yang diberikan oleh Mama *Klin Laundry* Banjarbaru.

## REFERENSI

Alwi, Hasan, 2002., *Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga*, Balai Pustaka, Jakarta.

Bogdan dan Taylor. 2010., *Prosedur Penelitian*, Dalam Moleong, Pendekatan Kualitatif. (hlm. 4). Rineka Cipta, Jakarta.

Moh Nazir, 2011. *Metode Penelitian*. Cetakan 6, Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor

Kotler, Philip, 2001. *Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Salemba Empat. Jakarta

\_\_\_\_\_, 2007., *Manajemen Pemasaran Jilid VIII*, PT. Prebalindo, Jakarta.

Sangadji, Etta Mamang, dan Sopiah, 2013., *Perilaku Konsumen*, ANDI, Yogyakarta.

Sunyoto, Danang, 2011., *Metodologo Penelitian Ekonomi*, CAPS, Yogyakarta.

Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta, Bandung.

Stanton, William J. 2001. *Prinsip Pemasaran*. Erlangga. Jakarta.

Swastha, Basu dan Irawan. 2005, *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, 2001., *Strategi Pemasaran Edisi Pertama*, Andi Ofset, Yogyakarta.

\_\_\_\_\_, 2007., *Strategi Pemasaran Edisi Pertama*, Andi Ofset, Yogyakarta.

\_\_\_\_\_ dan Gregorius Chandra, 2012., *Pemasaran Strategi*, ANDI, Yogyakarta.

\_\_\_\_\_, 2014., *Pemasaran Jasa*, ANDI, Yogyakarta.

[https://id.wikipedia.org/wiki/Bukti\\_empiris](https://id.wikipedia.org/wiki/Bukti_empiris) diakses tanggal 19 Maret 2019

<http://www.pusatmesinlaundry.com/6-langkah-proses-laundry-kiloan-yang-benar-dan-tepat/> diakses 24 maret 2019