

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JASA CUCI *HAPPY*
LAUNDRY BANJARMASIN**

Fitriyani¹, Akhmad Samhudi², Husnurrofiq³
Email : yenzulfikar02@gmail.com

Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen
Universitas Islam Kalimantan Muhammad Arsyad Al Banjari

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara bersama-sama maupun parsial serta untuk mengetahui variabel yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin. Variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, dan Empati dan variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilaksanakan di jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin. Populasi sampel yang digunakan adalah konsumen jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin. Teknik pengambilan sampel menggunakan riset kepustakaan, riset lapangan, metode observasi. Kualitas Pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil dapat diketahui bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap dan empati secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji juga menunjukkan bahwa variabel Daya Tanggap memiliki pengaruh yang paling kuat dibandingkan dengan variabel lainnya maka variabel Daya Tanggap mempunyai pengaruh yang dominan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen.*

PENDAHULUAN

Mulai dari antusiasme masyarakat akan ketertarikannya menggunakan jasa laundry, menjadikan peluang bisnis bagi para pembisnis untuk memulai usaha dibidang ini. Segmentasi yang ditentukan, dirasaka sangan cocok dan juga efektif melihat banyaknya aktifitas yang dilakukan oleh masyarakat namun minim waktu untuk skedar mancuci pakaian.

Karena mulai maraknya bisnis dibidang ini, para pelaku usaha laundry haruslah memutar otak untuk terus memberikan layanan yang berkualitas, bardasarkan pengalaman yang diproleh, pelanggan memiliki kecenderungan untuk membangun nilai-nilai ekspektasi tertentu. Nilai ekspektasi tersebut akan memberikan dampak bagi pelanggan untuk melakukan perbandingan darhadap kompotitor dari produk jasanya yang pernah dirasakannya. Sacara langsung penilaian tersebut akan mempengaruhi pandangan dan penilaian pelanggan terhadap perusahaan kompetitor.

Dalam menumbuhkan minat beli da akhirnya melakukan keputusan untuk menggunakan jasa tidaklah mudah, banyak faktor yang dapat mempengaruhi hal itu. Baik dari faktor internal dalam diri konsumen maupun pengaruh eksternal yaitu rangsangan yang dilakukan oleh para pebisnis, maka dari itu para pebisnis harus mampu mengidentifikasi prilaku konsumen agar dapat memenangkan persaingan. *Happy laundry*, salah satu jasa laundry di jl.HKSN komplek AMD permai yang didirikan oleh Hafiz Ramadhan pada tanggal 14 Februari 2015.

Perusahaan jasa seperti ini juga harus dapat merancang strategi pemasaran yang tepat dalam mencapai tujuan perusahaan, salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan dalam menggunakan jasa adalah kualitas layanan. Dalam misi memberikan layanan yang baik, dibutuhkan kesungguhan yang mengandung kualitas layanan yang dapat diandalkan, kecepatan daya tanggap atau sigap, sopan santun dan keramahan. Sengingga manfaat yang besar dapat diperoleh, terutama kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kualitas layanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan oleh pihak laundry sesuai dengan yang dibutuhkan dan yang diharapkan. Variabel kualitas yang paling sering menjadi acuan seperti realibilitas atau keandalan, responsivitas atau daya tanggap, jalinan, empati atau bukti fisik yang telah dipenuhi demi memenangkan persainagn dan memenangkan hati para pelanggan.

Faktor lain seperti promosi juga dapat mempengaruhi perilaku konsumen dalam mengambil keputusan untuk menggunakan jasa laundry. Promosi adalah arus formasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran atau transaksi dalam pemasaran. Dengan promosi menyebabkan orang yang sebelumnya tidak tertarik untk menggunakan jasa akan menjadi tertarik dan kemudian akan mencoba jasa tersebut.

Dengan ketanya persaingan, strategi yang tepat juga dapat membentuk minat dalam menggunakan sebuah jasa. Faktor tersebut sangat berpengaruh agar pelanggan berminat untuk

menggunakan jasa, kerana promosi yang dibrikan sesuai dengan fasilitas yang didapatkan. *Happy laundry* dalam hal ini banyak sekali melakukan kegiatan promosi seperti mengajak pengguna media sosial khususnya pengguna Instagram dan Facebook. Kemudian ada beberapa promo yang ditawarkan demi menarik minat kunjungan calon pelanggan, kemudian juga selalu memberikan promo setelah hari raya besar.

Berdasarkan dari latar belakang tersebut, maka dalam penelitian ini penulis mengambil judul **ANALISIS PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN PROMOSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA JADA CUCI HAPPY LAUNDRY BANJARMASIN.**

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini yang menjadi objek *happy laundry* yang berlokasi di Jl.HKSN Komplek AMD permai Banjarmasin.

Adapun cara pengumpulan data yang dilakukan adalah:

- 1) Riset kepustakaan
Metode ini dipakai sebagai landasan teori dengan mengambil berbagai buku-buku dari literatur sebagai bahan bacaan guna membahas masalah ini.
- 2) Riset lapangan
Dalam metode ini penulis menggunakan pengadaaan wawancara secara langsung dengan pemimpin perusahaan.
- 3) Metode observasi
Dalam metode ini penulis mengadakan peninjauan langsung kelokasi perusahaan, melihat

bagaimana kegiatan yang ada di *happy laundry*.

Data yang diperoleh ini, kemudian disusun sedemikian rupa sehingga diperoleh informasi siap pakai untuk analisis dan dibandingkan dengan teori yang dikemukakan sehingga penulis akan dapat menarik kesimpulan.

Lokasi penelitian

Penelitian ini dilakukan pada *Happy laundry* yang bertempat di HKSN

- (1) Jenis penelitian
- (2) Data primer, yaitu data yang diperoleh berdasarkan pengamatan langsung ke perusahaan dimana jenis data yang dikumpulkan adalah data tentang kegiatan usaha.
- (3) Studi dokumentasi, yaitu pengumpulan data yang diperoleh melalui buku-buku dan riteratur lainnya.
Studi dokumentasi, yaitu pengumpulan data dengan cara mengumpulkan bukti-bukti yang ada hubunganya dengan kegiatan strategi pemasaran.

HASIL PENELITIAN

- 1) Data owner dan 5 orang karyawan jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin

Tabel 1.1

NO	Nama	Posisi	Jenis kelamin	Pend
1	Ari	Owner	Laki-laki	SMK
2	Ghina	Kasir	Perempuan	SMA
3	Qira	Cuci	Perempuan	SMK
4	Zaki	Setrika	Laki-laki	SMA
5	Rama	Bungkus	Laki-laki	SMA
6	Muhammad	Antar/Jemput	Laki-laki	SMA

2) Kebutuhan biaya operasional per-bulan jasa cuci Happy Laundry

1) Bukti langsung (*Tangible*) dalam menentukan kepuasan pelanggan.

Bukti langsung dari jasa cuci Happy Laundry meliputi fasilitas fisik, perlengkapan (sarana komunikasi) dan kebersihan (kebersihan

Tabel 2.1

NO	Nama barang	Banyak	lingkungan, kemampuan, jumlah	Indikator	Jumlah
1	Deterjen cair	10 bungkus	ruang	Rp.15.000	Rp.150.000 bukti
2	Pelicin setrika	8 botol	menampila	Rp.7.000	Rp.56.000 usaha,
3	Pelastik bungkus	4 rol	peralatan	Rp.20.000	Rp.80.000 sarana
4	Pelastik keresek	12 bungkus	komunikasi	Rp.5.000	Rp.60.000 tidak
5	Plester besar	8 buah	puas akan kinerja	Rp.8.000	Rp.64.000 diberikan
6	Listrik	-	oleh jasa cuci	Happy Laundry	Rp.230.000
7	Air	-	Banjarmasin.		Rp.300.000
8	Softener+parfum	8 liter	Seperti lebih rinci dengan	Rp.20.000	Rp.160.000
9	Sewa tempat	-	menggunakan analisis yang sama		Rp.600.000
10	Transportasi	3 liter/hari	maka kepuasan pelanggan mengenai	Rp.8.000	Rp.24.000
11	Gaji karyawan	5 orang	jasa cuci Happy Laundry	Rp.700.000	Rp.3.500.000
	Lain-lain	-	Banjarmasin bukti langsung pada		Rp.300.000
	Total		tiap-tiap indikator dapat diketahui bahwa pelanggan tidak puas atas		Rp.6.240.000

3) Pendapatan bersih perbulan
Pendapatan perhari di jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin rata-rata per hari adalah kisarang Rp.300.000 dan perhitungan selama sebulan kisaran 9.000.000.

Tabel 3.1

No	Omzet/biaya	
1	Omzet	Rp.9.000.000
2	Biaya	Rp.6.240.000
Laba bersih		Rp.2.760.000

fasilitas fisik jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin.

Hasil penelitian kepuasan pelanggan pad jasa cuci Happy Laundry kualitas peralatan apakah sesuai dengan harapan pelanggan, dapat diketahui pelanggan merasa tidak puas akan kelengkapan dan kualitas pelayanan yang dimiliki oleh jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan tidak puas pada indikator kelengkapan dan kualitas peralatan yang diberikan .

2) Kehandalan (*Realiability*) dalam menentukan kepuasan pelanggan .

Kehandalan dari perusahaan merupakan kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan dengan segera, akurasi dan ketepatan. Indikator dari kehandalan meliputi kecepatan

PEMBAHASAN

pelayanan, dan ketepatan penanganan transaksi.

Oleh karena itu kesesuaian pelayanan dengan janji ditawarkan, kecepatan layanan dan ketepatan penanganan transaksi merupakan suatu hal yang harus diperhatikan dan dipenuhi oleh pemberi jasa agar pelanggan merasa puas akan pelayanan yang diberikan sehingga dapat tercipta loyalitas pelanggan.

Secara rinci dengan menggunakan analisis yang sama maka kepuasan pelanggan mengenai kinerja jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin faktor kehandalannya tiap-tiap indikator dapat diketahui bahwa pelanggan merasa tidak cukup puas dengan kecepatan layanan dan kebersihan. Hal ini dapat dilihat dari beberapa hal antara lain dari pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Kecepatan pelayanan dalam menangani kepuasan pelanggan di jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin sesuai dengan harapan. Dapat diketahui pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan. Sehingga mereka tidak puas akan kualitas layanan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan merasa tidak puas pada indikator kecepatan layanan jasa cuci Happy Laundry.

Kesesuaian pelayanan dengan janji yang ditawarkan mengenai kepuasan pelanggan jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin apakah sesuai dengan harapan pelanggan, dapat diketahui bahwa pelanggan merasa puas dengan kesesuaian pelayanan dengan janji yang ditawarkan jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin. Hal ini dapat dilihat dari konsumen terdahulu.

3) Daya tanggap (*Responsiveness*) dalam menentukan kepuasan pelanggan.

Daya tanggap dari perusahaan jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin yaitu kemampuan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan. Indikator dari daya tanggap meliputi kesungguhan karyawan merespon pelanggan, kesiapan meliputi kesungguhan merespon pelanggan, kesiapan membantu pelanggan, kesediaan memberikan informasi.

Faktor daya tanggap yang terdiri dari indikator kesediaan memberikan informasi, kesiapan dalam menangani pelanggan, pelayanan terhadap pengaduan pelanggan, kesesuaian pelayanan janji yang ditawarkan menunjukkan pada ketiga indikator tersebut pelanggan merasa puas akan kinerja yang diberikan jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin.

Kesediaan memberikan informasi, kesiapan menangani pelanggan dan pelayanan terhadap pengaduan pelanggan merupakan suatu hak yang sangat penting bagi pelanggan karena pelanggan akan sangat penting bagi pelanggan karena pelanggan akan merasa tercukupi kebutuhan informasinya, merasa dialyani dengan baik serta pelanggan dapat mengadukan kepada pemberi jasa tentang hal-hal yang dirasakan kurang baik sehingga pemberi jasa dapat segera memperbaiki hal-hal yang membuat pelanggan tidak puas.

Secara lebih rinci dengan menggunakan analisis yang sama kepuasan pelanggan mengenai kinerja jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin memberikan informasi kepada pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan

merasa puas pada indikator kesediaan memberikan informasi.

Kesigapan pegawai dalam menangani pelanggan dapat diketahui bahwa pelanggan sangat puas akan kinerja jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin sedangkan pelayanan terhadap pengaduan dapat diketahui bahwa pelanggan kurang puas akan indikator kesigapan pelayanan terhadap pengaduan pelanggan pada jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin.

4) Jaminan (*Assurance*) dalam menentukan kepuasan pelanggan

Jaminan dari jasa cuci Happy Laundry merupakan pengetahuan, kesopanan, serta sifat yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko. Indikator dari jaminan meliputi pengetahuan, kesopanan, dan keamanan.

Berdasarkan keterangan di atas faktor jaminan yang terdiri dari indikator keamanan dan kenyamanan peralatan, keterampilan, menangani gangguan peralatan, dan keramahan, kesopanan kepada pelanggan, menunjukkan pada tiga indikator tersebut pelanggan merasa sangat puas akan kinerja yang diberikan oleh jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin.

Oleh karena itu keamanan dan kenyamanan kepada pelanggan harus diperhatikan secara khusus sehingga akan menimbulkan kepercayaan yang tinggi dalam diri pelanggan terhadap pemberi jasa.

Secara lebih rinci dengan menggunakan analisis yang sama maka kepuasan pelanggan mengenai kinerja jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin faktor jaminan pada tiap-tiap indikator dapat diketahui bahwa pelanggan sangat

puas akan keamanan dan kenyamanan pelanggan yang dimiliki jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin. Keterampilan dalam menangani gangguan peralatan apakah sesuai dengan harapan pelanggan dapat diketahui bahwa pelanggan merasa sangat puas akan keterampilan pemberi jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin menangani gangguan peralatan. Keramahan dan kesopanan pada pelanggan juga merasa sangat puas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa jaminan dalam menentukan kepuasan pelanggan konsumen merasa puas.

5) Empati (*Empathy*) dalam menentukan kepuasan pelanggan Empati dari perusahaan jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, serta kemudahan untuk dihubungi dan komunikasi yang baik terhadap pelanggan. Indikator dari empati meliputi pemahaman kepada pelanggan, perhatian terhadap pelanggan, serta komunikasi yang baik. menunjukkan ketiga indikator tersebut pelanggan merasa puas akan kinerja yang diberikan oleh jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin.

Kemampuan komunikasi kepada pelanggan serta pemahaman kebutuhan dan keinginan pelanggan serta pemahaman kebutuhan dan keinginan pelanggan merupakan sesuatu yang sangat diperlukan dan dibutuhkan oleh pelanggan, apabila kebutuhan itu tercapai maka pelanggan merasa diperhatikan secara khusus oleh pemberi jasa.

Secara rinci menggunakan analisis yang sama maka kepuasan pelanggan mengenai kinerja jasa cuci Happy

Laundry Banjarmasin faktor empati pada tiap-tiap indikator dapat diketahui bahwa pelanggan merasa puas akan kemampuan jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin berkomunikasi dengan pelanggan. Hal ini tercermin dari kemampuan dalam berinteraksi dalam pelanggan serta pemberi jasa sangat cakap keika berbincang-bincng dengan pelanggan.

Sikap simpatik dari pegawai apakah sesuai dengan harapan pelanggan yang dapat dikrtahui behwapelanggan merasa sangat puas akan simpatik dari jaa cuci Happy Laundry Banjarmasin kepada pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari perhatian individual yang diberikan pemberi jasa. Dan pemahaman kebutuhan dan keinginan pelanggan juga merasa sangat puas akan kinerja yang diberikan oleh jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin hal ini tercermin dari terpenhinya keinginan pelanggan.

PENUTUP

- 1) kepuasan pelanggan jasa cuci Happy Laundry Banajrmasin pada faktor bukti langsung yang terdiri dari indikator fasilitas fisik dan kelengkapan kualitas peralatan menunjuka bahwa pelanggan merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin.
- 2) kepuasan pelanggan jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin pada faktor kendala yang terdiri dari indikator kenyamanan pelanggan, kecepatan pelayanan, dan kesesuaian dengan janji yang dutawarkan. Menunjukkan bahwa pelanggan merasa tidak puas

dengan pelayanan yang diberikan oleh jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin.

- 3) kepuasan pelanggan jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin pada faktor daya tanggap yang terdiri dari indikator kesediannn memberikan informasi, kesigapan dalam menangani pelanggan, dan penanganan terhadap pengaduan pelanggan. Pada indikator kesediaan memberikan infomasi dan kesiagaan dalam meangani pelanggan merasa sangat puas dalam pelayanan yang diberikan oleh jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin.
- 4) kepuasan pelanggan jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin pada faktor jamianan yang terdiri dari indikator keamanan dan kenyamanan peralatan, keterampilan dalam menangani gangguan peralatan, dan keramahan dan sopan santun kepada pelanggan. Tiap-tiap indikatornya pelanggan mrasa sangat puas gengan pelayanan yangdiberikan jasa cuci Happy Laundry Banjarmasinyang mana akan menciptakan keterikatan emosional antara oekanggan dengan jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin dan ditunjuknya oleh loyalitas pelanggan kepada perusahaan.
- 5) kepuasan pelanggan jasa cuci Happy Lauandry Banjarmasin pada faktor empati yang terdiri dari indiaktor kemampuan berkomunikasi dangan pelanggan, sikap simpatik dari pegawai, dan pemahaman kebutuhan keinginan pelanggan. Tiap-tiap indikatornya pelanggan meraa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan

jasa cuci Happy Laundry Banjarmasin dan ditunjukkan oleh loyalitas pelanggan kepadajasa cuci Happy Laundry Banjarmasin.

DAFTAR PUSTAKA

Tjiptono, 2008, Sestrategi Pemasaran, Edisi 3, Andi: Yogyakarta

Basu, Swastha DH., Irawan. 2008.

Manajemen Pemasaran
Modern, Edisi Kedua,
Cetakan Edisi 13,
Yogyakarta

Kotler dan Keller. (2012).

Manajemen Pemasaran. Edisi 12.

Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip & Armstrong (2012):

Marketing Management

14th Edition New Jersey:

Pretice Hall.

Tjiptono, (2012) Mewujudkan

Layanan Prima, Yogyakarta

Boyd, Harper W.(2000). Manajemen

Pemasaran, Jakarta : Erlangga.

UNISKA, 2000, Panduan

Penyusunan dan Penulisan Skripsi,

Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Kalimantan

Banjarmasin

