

Pengaruh Lokasi Usaha Dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Jasa *Laundry* Di Wilayah Pejeng Tahun 2019

The Influence of Bussines Location and Service Quality on Castomer Satisfaction with Laundry Service in the Pejeng region in year 2019

I Putu Yogi Samyasa^{1*}, Ni Luh Putu Cahayani^{2*}

Program Studi Pendidikan Ekonomi FKIP Universitas Mahadewa Indonesia

*Pos-el : yogisamyasa575@gmail.com, putucahayani26@gmail.com

Abstrak

Populasi dalam penelitian ini berjumlah 96 yang diambil dari pelanggan pengguna jasa *laundry* yang berada di Desa Pejeng Kaja, pengambilan sampel menggunakan teknik *non probability sampling* teknik pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara, dokumentasi dan kuisioner dengan pengujian analisis regresi linier dua prediktor dan uji determinasi. Hasil penelitian menunjukkan (1) variabel Lokasi (X1) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) hal ini berdasarkan oleh nilai t-hitung $4,979 > 1,985$. Dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari tingkat signifikan yang ditetapkan yaitu ($\alpha = 0,05$). (2) variabel Kualitas Jasa (X2) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) hal ini berdasarkan oleh nilai t-hitung $5,129 > 1,985$. Dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari tingkat signifikan yang ditetapkan yaitu ($\alpha = 0,05$). (3) variabel Kepuasan Pelanggan (Y) nilai F-hitung sebesar $22,890 > F\text{-tabel } 3,09$. Dengan nilai signifikan sebesar 0,000 yang nilainya lebih kecil dari tingkat signifikan yang ditetapkan yaitu ($\alpha = 0,05$). (4) hasil uji determinasi diketahui besarnya *Adjusted R Square* sebesar 24,9% variasi Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi oleh Lokasi (X1) dan Kualitas Jasa (X2) sedangkan sisanya sebesar 75,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Lokasi, Kualitas Jasa dan Kepuasan Pelanggan

Data collection techniques using observation, interviews, documentation and questionnaires by testing the linear regression analysis of two predictors and the determination test. The results showed (1) the Location variable (X1) had an effect on Customer Satisfaction (Y) based on the t-test value of $4.979 > 1.985$. With a significant value of 0,000 whose value is smaller than the significant level that is set ($\alpha = 0.05$). (2) Service Quality variable (X2) influences Customer Satisfaction (Y) this is based on the t-test value of $5.129 > 1.985$. With a significant value of 0,000 whose value is smaller than the significant level that is set ($\alpha = 0.05$). (3) Customer Satisfaction variable (Y) F-calculated value of $22.890 > F\text{-table } 3.09$. With a significant value of 0,000 whose value is smaller than the significant level that is set ($\alpha = 0.05$). (4) the result of the determination test is known that the amount of *Adjusted R Square* of 24.9% variation in Customer Satisfaction (Y) is influenced by Location (X1) and Service Quality (X2) while the remaining 75.1% is influenced by other factors not included in this research.

Keywords: Location, Service Quality and Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Perkembangan dunia bisnis di Indonesia sekarang semakin dinamis, terutama diikuti pula permintaan masyarakat akan kebutuhan produk dan jasa yang semakin meningkat. Ada beberapa bisnis usaha jasa yang berkembang di masyarakat seperti usaha jasa bimbingan belajar, usaha jasa menjahit, usaha jasa cuci kendaraan, usaha jasa potong rambut, usaha jasa reparasi elektronik maupun kendaraan, usaha jasa *laundry*, usaha jasa fotografi dan masih banyak lagi. Melirik banyaknya usaha jasa, salah satu usaha jasa yang populer dijamin sekarang adalah usaha jasa *laundry*. Usaha jasa *laundry* adalah usaha yang memberikan layanan jasa tentang pencucian pakaian, pengguna jasa *laundry* biasanya adalah orang – orang yang memiliki aktifitas padat yang menyebabkan sedikit waktu mereka untuk mencuci pakaian maupun sandang lainnya, melihat permasalahan tersebut, muncul peluang usaha yang menjanjikan, sehingga banyak kalangan masyarakat menengah yang membuka usaha jasa *laundry*. Dalam membuka usaha jasa *laundry* kepuasan pelanggan sangat diutamakan, maka dari itu kualitas jasa *laundry* harus tetap dipertahankan dan ditingkatkan selain kualitas jasa, pemilihan lokasi usaha jasa *laundry* perlu dipertimbangkan, pemilihan lokasi usaha *laundry* haruslah strategis, maka dari itu, banyak pelaku usaha

jasa *laundry* yang membuka usaha pada tempat yang dekat dengan masyarakat seperti dekat dengan permukiman penduduk, sekolah, hotel atau villa, kos-kosan, rumah sakit, bahkan tempat olahraga. Jasa *laundry* tidak hanya berada pada kawasan padat penduduk seperti di kota- kota namun di desa pun sekarang banyak terdapat pebisnis yang membuka usaha jasa *laundry*.

Melihat banyak pelaku usaha yang membuka usaha *laundry*, sehingga dari hal tersebut menyebabkan tumbuhnya persaingan antar pemilik usaha. Demi menjaga kelangsungan usaha yang dijalankan ditengah persaingan yang semakin kompetitif dan dinamis, suatu perusahaan harus memiliki strategi pemasaran untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan pelanggan itu sendiri sangat mempengaruhi pendapatan dari usaha tersebut, karena pelanggan yang merasa kurang puas terhadap jasa yang ditawarkan akan mempengaruhi niat pelanggan untuk menggunakan atau membeli jasa yang kita tawarkan.

Usaha *laundry* tidak hanya ada di perkotaan namun sekarang di desapun sudah ada beberapa masyarakat yang terbuka usaha jasa *laundry* salah satunya usaha *laundry* yang ada di wilayah Pejeng. Secara umum Pejeng adalah desa yang wilayah luas dan beriklim sejuk, wilayah Pejeng berada di Kecamatan Tampaksiring di Kabupaten

Gianyar, Provinsi Bali. Menurut warga setempat I Nyoman Suteja, Pejeng dibagi atas lima desa administrasi yaitu Desa Pejeng Kaja, Desa Pejeng Kelod, Desa Pejeng Kawan, Desa Pejeng Kangin, Desa Pejeng Tengah, dari kelima desa administrasi yang ada di wilayah Pejeng setiap desa memiliki struktur dan berdiri sendiri seperti kedinasan dan adat. Membahas salah satu desa yang ada di wilayah Pejeng yaitu Desa Pejeng Kaja adalah wilayah paling utara pada wilayah Pejeng, Desa Pejeng Kaja adalah desa dinas administratif dan sekaligus desa adat, penduduk desa Pejeng Kaja berjumlah kurang lebih 5000 jiwa berdasarkan sensus penduduk pada tahun 2014. Desa Pejeng Kaja terbagi menjadi beberapa desa adat dan di dalam desa adat tersebut masing-masing memiliki beberapa banjar diantaranya yang pertama Desa Adat Tarukan terdapat Banjar Tarukan Kaja, Banjar Tarukan Tengah dan Banjar Tarukan Kelod, yang kedua Desa Sembuwuk terdapat Banjar Sembuwuk, yang ketiga yaitu Desa Adat Belusung yang terbagi menjadi Banjar Belusung Kaja, Banjar Belusung Kelod dan Banjar Pengembungan, dan yang terakhir Desa Adat Uma Anyar yang terdapat Banjar Uma Anyar. Secara umum masyarakat desa Pejeng Kaja ditunjang oleh perekonomian yang bergerak di sektor pertanian, pariwisata, usaha menengah mikro, dan bekerja di perkantoran, bahkan di Desa Pejeng Kaja banyak berdiri hotel

dan villa, melihat hal tersebut ada beberapa masyarakat yang membuka usaha *laundry* yang berada di wilayah desa Pejeng Kaja adalah usaha jasa *laundry*. Aktivitas masyarakat yang padat menyebabkan kebutuhan akan *laundry* meningkat, oleh karena itu banyak kalangan menengah kebawah membuka usaha jasa *laundry*.

Maraknya masyarakat Pejeng yang membuka usaha jasa *laundry*, menyebabkan timbulnya persaingan antar pemilik usaha. Disini para pemilik usaha harus mampu meningkatkan kepuasan pelanggan agar pelanggan loyal terhadap usaha jasa *laundry* yang dimiliki dan mampu menambah pendapatan dari hasil usaha. Selain persaingan terdapat beberapa masalah yang terdapat yang dapat mempengaruhi usaha jasa *laundry* yang berada di wilayah Desa Pejeng Kaja seperti ada beberapa *laundry* yang berada di lokasi yang kurang strategis, tempat serta fasilitas penunjang lainnya yang kurang memadai sehingga beberapa konsumen merasa kurang puas terhadap lokasi tempat mereka membuka usaha, sedangkan dari segi kualitas jasa terkesan kurang inovasi dalam memberikan layanan jasa diduga mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain beberapa masalah yang telah dipaparkan diatas, tidak semua masyarakat disana menggunakan jasa *laundry* namun lebih memilih untuk lebih

menghemat dengan laundry di rumahnya sendiri.

Dilihat dari masalah diatas, Lokasi dan Kualitas Jasa adalah salah satu yang dapat mempengaruhi kepuasan kepada pelanggan, melihat lokasi yang berbeda dan kualitas jasa yang berbeda pula hal tersebut dipengaruhi pula hasil pendapatan

Tabel 1
Data Pendapan Usaha Laundry yang berada di Desa Pejeng Kaja

No.	Nama Usaha Laundry	Pendapatan rata-rata
1	Dirgahayu Laundry	Rp. 3.500.000/ bulan
2	Wiwin Laundry	Rp. 3.200.000/ bulan
3	Triani Laundry	Rp. 2.800.000/ bulan
4	Yamuna Laundry	Rp. 3.000.000/ bulan
5	Mae Laundry	Rp. 3.800.000/ bulan
6	Belungung Laundry	Rp. 4.000.000/ bulan
7	Ayu Laundry	Rp. 3.600.000/ bulan

Dengan data yang dijelaskan diatas penulis menduga lokasi dan

kualitas jasa mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga mempengaruhi pula terhadap pendapatan dari setiap pemilik usaha laundry.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini termasuk jenis penelitian asosiatif kasual. Penelitian asosiatif kasual adalah penelitian yang bertujuan untuk menganalisis hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya atau bagaimana suatu variabel mempengaruhi variabel lain. Penelitian ini dilakukan pada usaha jasa laundry yang berada di wilayah Pejeng. Dengan waktu penelitian ini dilaksanakan pada tahun 2019-2020.

Populasi dapat diartikan sebagai unit maupun individu secara keseluruhan yang akan diteliti dalam penelitian tersebut. Berdasarkan definisi di atas yang dimaksud dengan populsasi dalam penelitian ini adalah para pengguna jasa laundry sebagai responden yang berjumlah 96 orang. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh, yang merupakan bagian dari *Nonprobability Sampling*. *Nonprobability Sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk di pilih menjadi sampel.

Penelitian ini menggunakan dua variabel bebas dan satu variabel terikat yaitu Variabel bebas adalah variabel yang tidak

dipengaruhi oleh variabel lainnya dimana yang menjadi variabel bebas dalam penelitian ini adalah Lokasi (X_1) dan Kualitas Jasa (X_2). Variabel terikat adalah variabel yang dapat dipengaruhi oleh variabel lainnya, dalam penelitian ini yang merupakan variabel terikat adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahap ini disajikan pembahasan hasil penelitian sebagai berikut : Pengaruh Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Jasa *Laundry* di Wilayah Pejeng yaitu Hasil analisis uji *t-test* diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 4,979 lebih besar dari t_{tabel} yaitu sebesar 1,985 berada pada daerah penolakan H_0 . Dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ sehingga hipotesis pertama (H_a) diterima yakni terbukti lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa *laundry* di wilayah Pejeng.

Pengaruh Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Jasa *Laundry* di Wilayah Pejeng yaitu Hasil analisis uji *t-test* diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 5,129 lebih besar dari t_{tabel} yaitu sebesar 1,985 berada pada daerah penolakan H_0 . Dengan nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ sehingga hipotesis kedua (H_a) diterima yakni terbukti tingkat kualitas jasa berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan pelanggan pengguna jasa *laundry* di wilayah Pejeng.

Pengaruh Lokasi Dan Kualitas Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha Jasa *Laundry* di Wilayah Pejeng yaitu Hasil analisis uji F_{hitung} diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 26,309 lebih besar dari F_{tabel} yaitu 3,09 berada pada daerah penolakan H_0 . Dengan nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga hipotesis ketiga (H_a) diterima. Ini menunjukkan berarti memang benar ada pengaruh signifikan lokasi dan kualitas jasa secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa *laundry* di wilayah Pejeng.

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut : Hasil perhitungan lokasi (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 4,979 dan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu, $4,979 > 1,985$ dengan taraf signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_0 yang diajukan ditolak dan H_a diterima berarti “Ada pengaruh signifikan lokasi terhadap kepuasan pelanggan”.

Hasil perhitungan kualitas jasa (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan koefisien regresi sebesar 5,129 dan nilai t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu,

5,129 > 1,985 dengan taraf signifikansi 0,001 lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) maka H_0 yang diajukan ditolak dan H_a diterima berarti, "Ada pengaruh signifikan kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan".

Hasil perhitungan lokasi (X_1) dan kualitas jasa (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} yaitu, $26,309 > 3,09$ dengan taraf signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) maka H_0 yang diajukan ditolak dan H_a diterima berarti, "Ada pengaruh signifikan lokasi dan kualitas jasa secara simultan terhadap kepuasan pelanggan".

Berdasarkan hasil uji determinasi *Adjusted R Square* diketahui bahwa besarnya *R square* adalah sebesar 0,249 ini berarti hubungan lokasi (X_1) dan tingkat kualitas jasa (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) pada usaha jasa *laundry* di wilayah Pejeng sebesar 24,9% sedangkan sisanya sebesar 75,1% dijelaskan oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Berdasarkan kesimpulan yang telah diuraikan diatas, dikemukakan beberapa yang mungkin dapat digunakan dalam upaya meningkatkankepuasan pelanggan: Diharapkan yang pertama Pemilik usaha *laundry* yang berada di Desa Pejeng Kaja sebaiknya memberikan fasilitas penunjang terhadap lokasi tempat usaha seperti parkir yang memadai dan petunjuk akses menuju usaha

laundry yang jelas. Dan yang kedua Pemilik usaha *laundry* yang berada di Desa Pejeng Kaja sebaiknya meningkatkan kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan kepada pelanggan seperti pelayanan yang ramah, tepat waktu dan memberikan jasa yang inovatif seperti memberikan pilihan pewangi pakaian kepada pelanggan, memberikan diskon atau *give away* kepada pelanggan yang loyal terhadap jasa yang ditawarkan sehingga dapat memberikan kepuasan pelanggan pengguna jasa *laundry*.

DAFTAR RUJUKAN

- Ary Bayu Suputra, I Gusti dan Mandala, Kastawan. 2013. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Nasabah Kredit pada PT. BPR Hoki Cabang Denpasar*. Denpasar. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana.
- Ayu Damayanti, Ni Putu. 2018. *Pengaruh Fasilitas dan Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Konsumen di Atta Kamaya Resort and Villa's Sanur*. Denpasar. Skripsi, Program Studi Pendidikan Ekonomi Fakultas Ilmu Pengetahuan Sosial IKIP PGRI Bali.
- Ayu Dian Antarini, I Gusti. 2017. *Pengaruh Lokasi dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Pasien Rawat Inap pada Rumah Sakit Ari Canti*

- di Mas, Ubud, Gianyar.*
Ubud. Skripsi. Fakultas
Ekonomi Universitas Hindu
Dharma Denpasar.
- Basu, Swastha. 2008. *Strategi
Pemasaran Edisi Ketiga.*
Yogyakarta: BPFPE.
- Ghozali, Imam. 2011. *Metodologi
Penelitian Kuantitatif.*
Jakarta: PT. Raja Grafindo
Persada.
- Hamdani, A dan Lupyoadi. 2011.
*Manajemen Pemasaran Jasa
Edisi Kedua.* Jakarta:
Salemba Empat.
- Fure, Hendra. 2013. *Lokasi,
Keberagaman Produk,
Harga dan Kualitas
Pelayanan Pengaruhnya
terhadap Minat Beli pada
Pasar Tradisional Bersehati
Calaca.* Jurnal EMBA, Vol.
1 No. 3.
- Jenitha Rosalia, Kiky dan
Purnawati, Ni Ketut. 2016.
*Pengaruh Kualitas
Pelayanan terhadap
Kepuasan Pasien di Ruamah
Sakit Surya Husada
Denpasar.* Denpsar. Skripsi.
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Udayana
- Kotler, Philip & Keller, Kevin
Lane. 2010. *Manajemen
Pemasaran. Edisi 12 Jilid 1.*
Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin
Lane. 2012. *Manajemen
Pemasaran. Edisi 13 Jilid 2.*
Alih Bahasa: Bob Sabran.
Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Laksana, Fajar. 2014. *Manajemen
Pemasaran. Edisi Pertama.*
Yogyakarta: Penerbit Graha
Ilmu.
- Lupiyohadi, Rambat, dan Hamdai,
A. 2011. *Manajemen
Pemasaran Jasa.* Jakarta:
Salemba Empat.
- Lupiyoadi, Rambat. 2010.
*Manajemen Pemasaran Jasa,
Teori dan Praktek.* Jakarta:
Salemba Empat.
- Sugiyono. 2009. *Statistika Untuk
Penelitian.* Bandung.
Alfabeta CV.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian
Kuantitatif, Kualitatif dan
R&D.* Bandung. Alfabeta
CV.
- Suyoto, Danang. 2013. *Teori
Kuisisioner dan Aanalisis
Data Untuk Pemasaran dan
Perilaku Konsumen.*
Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Strategi
Pemasaran.* Jakarta: Indeks.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Pemasaran
Jasa,* Malang: Bayumedia
Publishing.
- Tjiptono, Fandy. 2014.
*Manajemen
Jasa.* Yogyakarta: Andi
Offset CV.
- Tjiptono, Fandy. 2010.
*Manajemen Jasa Edisi
Kedua.* Yogyakarta: Andi
Offset CV.
- Zelia Siska Mey Utami, Putu.
2017. *Pengaruh Kualitas
Pelayanan terhadap
Loyalitas Pelanggan melalui
Kepuasan Konsumen Pada
PT. Pos Indonesia Cabang
Gianyar di Gianyar. Skripsi.*

Universitas Hindu Indonesia

Denpasar