

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DOCLEAN LAUNDRY DI KOTA PEKANBARU.

ZULFITRI, S.E¹, M.M MARTINUS²

¹Institut Teknologi dan Bisnis Master, Indonesia *Zulfitrizul24@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan doclean laundry di kota pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan di Doclean Laundry Pekanbaru yang berjumlah 246 orang dan sampel sebanyak 71 responden dengan menggunakan teknik Sampling Insidental. Analisis data dalam kepenelitian adalah kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linear sederhana dan data tersebut dianalisis menggunakan program SPSS versi 16.0. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Doclean Laundry di kota Pekanbaru berpengaruh signifikan dengan nilai koefisien determinasi R² sebesar 0,328. Hal ini berarti variabel kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi variabel kualitas pelayanan (X) sebesar 32,8% , sedangkan sisanya sebesar 67,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis. Variabel kualitas pelayanan (X) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan koefisien regresi 0,649 menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 satuan maka variabel kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,649, hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai thitung (5,802) > ttabel (1,667) yang berarti H₀ ditolak dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

ARTICLE HISTORY

Diterima 05 Maret 2023

Direvisi 10 April 2023

Diterima 19 April 2023

KATA KUNCI

Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

Pendahuluan

Kehidupan masyarakat sekarang sudah berbeda dengan kehidupan masyarakat yang dulu. Seperti mencuci pakaian, dulu bagi beberapa orang mencuci pakaian adalah hal yang melelahkan dan buang-buang waktu terutama bagi orang yang sibuk beraktifitas diluar rumah, namun seiring perkembangan zaman dimana teknologi serba bermunculan membuat semua menjadi serba mudah dan praktis. Salah satunya ialah mesin cuci pakaian, karena harga mesin cuci yang cukup mahal membuat sebagian orang enggan untuk membelinya. Dan karena hal inilah, banyak bermunculan usaha-usaha yang menawarkan produk atau jasa mencuci pakaian menggunakan mesin cuci.

Jasa laundry merupakan salah satu bentuk jasa yang sangat berkembang pesat di era sekarang, apa lagi di pusat kota seperti kota Pekanbaru. Dimana sebagian penduduknya adalah Mahasiswa dan perantau yang datang dari berbagai daerah, yang melakukan semua aktifitasnya sendiri. Baik itu mengerjakan tugas perkuliahan bahkan memenuhi kehidupan sehari-hari. Sehingga banyak yang memutuskan untuk mencuci pakaian menggunakan jasa laundry. Perilaku pelanggan adalah perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghentikan konsumsi produk, jasa, dan gagasan (Daryanto, dan Ismanto Setyobudi, 2014: 86).

Produk dengan kualitas terbaik selalu menjadi pilihan pelanggan. Sebelum melakukan pembelian, pelanggan pasti akan membanding-bandingkan produk sejenis. Pilihan pasti jatuh pada produk yang berkualitas. Produk yang berkualitas baik akan memberikan nilai kepuasan yang tinggi pada pelanggan (Novitasari Dyna: 136). Karena disini produk yang ditawarkan adalah jasa mencuci, maka pihak perusahaan harus memiliki kualitas jasa atau pelayanan yang baik. Misalnya pakaian menjadi bersih dan sangat wangi dan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan sehingga apa yang dirasakan dan diharapkan pelanggan pun sesuai dan terpenuhi. Karena yang dicari pelanggan adalah pelayanan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhannya.

Fandy Tjiptono (2014: 118) kualitas pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan.

CORRESPONDING AUTHOR. Email: Zulfitrizul24@gmail.com

ISSN xxxxx (print/ISSN) xxxx (online ISSN)

© 2023

<http://www.maen.akademimanajemen.or.id>

Menurut Engel, et al (Fandy Tjiptono, 2014: 354) kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (outcome) tidak memenuhi harapan. Harapan pelanggan dalam layanan laundry misalnya pakaian ingin bersih dan rapih setelah menggunakan jasa laundry, tempat parkir yang nyaman, pemilik laundry yang ramah, dan ruangan yang rapih tidak berantakan.

Masyarakat kini mulai selektif dan cerdas dalam memilih produk atau jasa yang akan mereka gunakan. Ketatnya persaingan dalam bisnis laundry saat ini membuat para pemilik usaha tersebut bersaing dalam banyak hal agar dapat merebut pangsa pasar atau menciptakan peluang pasar baru untuk meningkatkan penjualan. Dalam menciptakan suatu produk atau jasa tidaklah mudah. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi hal itu.

Doclean Laundry merupakan usaha dagang yang bergerak pada bidang jasa mencuci di kota Pekanbaru. Ud. Doclean Laundry sebagai salah satu jasa mencuci pakaian merasakan adanya tingkat persaingan yang semakin ketat dengan jasa laundry lainnya. Persaingan yang terjadi bukan saja dari sisi teknologi peralatan laundry saja, tetapi persaingan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Sehingga Ud. Doclean Laundry harus memberikan pelayanan yang berkualitas yang melebihi pesaingnya agar pelanggan lebih tertarik menggunakan jasa di perusahaannya. Kualitas pelayanan di Ud. Doclean Laundry menurut pantauan penulis yang didapatkan dari data Ud. Doclean Laundry kurang maksimal seperti kurangnya tanggapan dari pihak laundry ketika adanya keluhan dari pelanggan, dan pakaian yang baru masuk terlihat menumpuk di ruangan cs (costomer service) sehingga mengganggu kenyamanan pelanggan yang berakibat kurangnya minat pelanggan untuk menggunakan jasa laundry di Doclean Laundry tersebut. Kualitas pelayanan perlu ditingkatkan dalam rangka untuk memenuhi harapan pelanggan sebagai pengguna jasa laundry, sehingga apakah pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang di dapatkan karena pelayanan yang berkualitas dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang berakibat pelanggan akan datang kembali ke Doclean Laundry untuk menggunakan jasa Laundry tersebut, sehingga menjadi pelanggan tetap dan kemungkinan mereka akan merekomendasikan kepada orang lain atau teman-teman mereka. Sebaliknya pelayanan yang buruk membuat pelanggan jenuh sehingga lari ke pesaing. Karena kepuasan pelanggan merupakan indikator keberhasilan usaha dalam hal ini jasa Laundry.

Berikut ini tabel standar kualitas pelayanan di perusahaan jasa laundry “Doclean Laundry”

Tabel 1.1: Standar kualitas pelayanan di perusahaan jasa laundry “Doclean Laundry”

Keandalan	Daya Tanggap	Jaminan	Empati	Bukti langsung
Pakaian menjadi bersih dan wangi, pakaian di setrika dengan rapih, pakaian dapat di ambil sesuai waktu yang sudah ditentukan.	Pelanggan tidak menunggu lama ketika pakaian hendak di ambil.	Karyawan laundry bersikap ramah ketika menerima pakaian yang hendak dicuci, serta cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan, pakaian tertukar akan segera di periksa kembali, pakaian yang kotor akan dicuci kembali secara gratis, pakaian yang hilang akan diganti 3 kali lipat dari harga laundrynya.	Karyawan laundry mengenal nama pelanggan dan memahami kebutuhan pelanggan	Tempat parkir yang nyaman, ada tempat duduk, tempatnya bersih, karyawannya rapih, sesuai tepat waktu.

Sumber: Doclean Laundry

Dari standar kualitas pelayanan Doclean Laundry ada beberapa keluhan pelanggan, dimana dapat kita lihat di tabel 1.2 data ulasan keluhan pelanggan Doclean Laundry yang diambil dari 3 tahun terakhir.

Tabel 1.2: Data ulasan keluhan pelanggan yang diambil dari 3 tahun terakhir

Tahun	Jumlah Keluhan	Standar Perusahaan	Nama	Keluhan
2018	62	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pakaian menjadi bersih dan wangi 2. Pakaian di setrika dengan rapih 3. Pakaian dapat diambil sesuai waktu yang sudah ditentukan. 	Abi, Adi, Amel, Anis, Arfan, Ayu, Anggi, Aisyah Kutab, Bang Andak, Bayu, Bu Desi, Bunda Iis, Cintia, Dapur Mami, Delima, Devi, Diana, Dilla, Dina, Dzaki Tour, Eviana, Feby, Febrizal, Fitri, Fizah, Ibu indah, Ibu Ica Jatiri, Ibu Rida, Idris Mardjoe, Ika Smk, Imel, Intan Alfamart, Irma, Kak Nova, Kak Tari, Hhadijah Kutab, Kos Muslimah no 7, Lubis, Manan Kutab, Nurur, Ojik, Pak Budi, Pak Rahmat, Pak Rudi, Pak yudis, Pesantren Umar bin Khatab, Pina, Rani, Rita, Rosa, Sah Seluler, Silmi, Siska, Susi, Tika, Vivin, Windi Smk, Yanda, Yanti, Yona Smk, Zahra Smk, Zain	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pakaian tertukar 2. Pakaian hilang 3. Pakaian kurang bersih 4. Tidak tepat waktu.
2019	57	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pakaian menjadi bersih dan wangi 2. Pakaian di setrika dengan rapih 3. Pakaian dapat diambil sesuai waktu yang sudah ditentukan. 		<ol style="list-style-type: none"> 1. Strikaan kurang rapi 2. <i>Costumer service</i> kurang ramah 3. Pakaian masih ada yang bau apek. 4. Pakaian tertukar.
2020	84	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pakaian menjadi bersih dan wangi 2. Pakaian di setrika dengan rapih 3. Pakaian dapat diambil sesuai waktu yang sudah ditentukan. 		<ol style="list-style-type: none"> 1. Farfum kurang wangi 2. Pakaian robek 3. Strikaan tidak rapi 4. Pakaian tertukar 5. Pakaian hilang.

Sumber: Doclean Laundry

Dari tabel 1.2 terlihat ada beberapa keluhan pelanggan dimana pakaian tertukar menjadi obyek keluhan yang timbul setiap tahunnya. Hal ini menjadi salah satu pertimbangan penulis untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Doclean Laundry di Kota Pekanbaru”.

Dukungan teoritis

Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang optimal mungkin pernah dirasakan oleh seseorang yang membuat berkesan dan

·CORRESPONDING AUTHOR. Email: ZulfitriZul24@gmail.com

ISSN xxxxx (print/ISSN) xxxx (online ISSN)

© 2023

<http://www.maen.akademimanajemen.or.id>

menginginkan dapat mendapatkannya kembali dan sesering mungkin. Akan tetapi kebalikannya seseorang juga pernah merasakan pelayanan yang sangat buruk bahkan mengakibatkan seseorang menjadi emosional karenanya. Namun terkadang juga seseorang pernah mengalami pelayanan yang tidak buruk dan juga tidak merasa puas atau biasa saja. Pelayanan merupakan sebuah respon dan perbuatan maupun cara memberikan layanan kepada orang lain agar dapat terpenuhi yang dibutuhkan dan diinginkannya. Tingkatan kepuasan pelanggan terhadap sebuah layanan bisa terukur melalui perbandingan antara apa yang menjadi keinginan terhadap kualitas layanan yang didapatkan ataupun dirasakan. Untuk memberikan penjelasan mengenai bisnis jasa, membutuhkan sebuah strategi pemasaran.

Akan tetapi, sebelum ditentukan strategi pemasaran yang dipakai, harus memperhatikan bahwasannya strategi pemasaran jasa yang digunakan tidak sama dengan strategi untuk produk ataupun barang. Bisnis jasa memiliki kecenderungan lebih kepada memberi pelayanan pada pelanggan melalui hubungan secara langsung, maka dari itu bisnis jasa ukuran kesuksesannya strateginya melalui tingkat kepuasan yang disapatkan oleh pelanggan. Ukuran kualitas pelayanan pada pendekatan Servqual, berdasarkan skala multi item yang disusun dalam pengukuran terhadap apa yang diharapkan dan yang dipersepsikan oleh konsumen, dan jaeak antara kedua variabel tersebut pada ukuran-ukuran baku kualitas jasa. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Parasuraman pada tahun 1985, terdapat 10 (sepuluh) dimensi utama dalam mengukur sebuah pelayanan, diantaranya:

1. Bukti fisik, tampilan sarana fisik, peralatan, staf dan materi komunikasi.
2. Reliabilitas, kapasitas dalam memberi pelayanan yang diinginkan dengan keakuratan dan keandalan.
3. Daya tanggap, kesanggupan untuk memberikan bantuan kepada konsumen dan memberi layanan secara cepat.
4. Keandalan, domain keterampilan serta pengetahuan yang diperlukan untuk memberi layanan yang diperlukan oleh konsumen.
5. Kesopanan, tindakan santun, menghormati, kepedulian dan ramah dari para karyawan di garis depan.
6. Kredibilitas, kejujuran dan amanah.
7. Keamanan, bebas bahaya, risiko maupun keraguan.
8. Akses, kenyamanan dalam berhubungan dan ditemukan.
9. Komunikasi, memberikan informasi kepada pelanggan menggunakan bahasa yang dapat dipahami, serta mau untuk mendengar saran dan keluhan konsumen.
10. Kemampuan memahami pelanggan, untuk memahami pelanggan dan apa yang dibutuhkannya (Tjiptono & Chandra, 2006) Selanjutnya pada penelitian berikutnya terdapat tiga ahli (Parasuraman et al., 1988) yang memodifikasi dari 10 (sepuluh) dimensi tersebut untuk disempurnakan dan dirangkum. Untuk dimensi keandalan, kesopanan, kredibilitas, serta keamanan dirangkum dalam kesatuan menjadi jaminan (assurance).

Kemudian untuk akses, komunikasi, dan kemampuan mengerti pelanggan dimasukkan kedalam empati (empathy). Maka, ada lima dimensi pokok dari kualitas pelanggan yaitu:

1. Bukti fisik (tangibles), diantaranya sarana fisik, perlengkapan pegawai, serta alat untuk berkomunikasi.
2. Reliabilitas (reliability), yaitu kapasitas untuk memberi pelayanan yang tepat waktu, akurat dan memberikan rasa puas.
3. Daya tanggap (responsiveness), yakni pegawai berkeinginan untuk memberikan bantuan kepada konsumen dan melayani dengan responsif.
4. Jaminan (assurance), meliputi pengetahuan, keahlian, sikap sopan, dan sifat pegawai yang bisa dipercaya; terbebasnya dari bahaya, risiko maupun kebimbangan.
5. Empati (empathy), mencakup mudah untuk terjalinnya interaksi, komunikasi dengan baik, perhatian, dan memahami apa yang dibutuhkan konsumen.

Maka dari itu perusahaan harus dapat mengelola kualitas pelayanan (service quality) agar bisa mendapatkan serta membuat konsumen tetap bertahan. Selain itu, perusahaan diharuskan mampu

mewujudkan apa yang dirasakan dan dialami pelanggan menjadi menyenangkan.

Kemudian, jika terdapat pelanggan yang menyampaikan keluhannya, anggap saja itu merupakan keadaan yang menjadi kesempatan perusahaan untuk menjalankan perbaikan terhadap jasanya (service recovery). Pelanggan yang mengeluh merupakan hadiah dan bukan sebuah ancaman. Keluhan pelanggan dapat berubah menjadi pelanggan yang memiliki loyalitas apabila yang menjadi keluhannya dapat diatasi dengan baik. Konsumen sekarang ini sulit merasakan kepuasan, hal ini dikarenakan pelanggan sudah makin cerdas, lebih menyadari harga, menuntut, tidak mudah memberikan maaf dan banyak pesaing yang mendekati dengan penawaran yang sama bahkan lebih baik. Namun prinsipnya, perusahaan harus dapat memberikan kepuasan dan perhatiannya kepada pelanggan agar terjadi peningkatan pada performa bisnisnya

Kepuasan Konsumen

Kotler dalam (Tjiptono & Chandra, 2011) berpendapat bahwa kepuasan konsumen merupakan tingkatan apa yang dirasakan konsumen sesudah melakukan perbandingan performa yang dipersepsikan dengan apa yang diinginkan dan diharapkan. (Kotler et al., 2009) menambahkan bahwa kepuasan (satisfaction) merupakan rasa kesenangan maupun kekecewaan konsumen yang muncul dikarenakan melakukan perbandingan performa dari hasil merasakan produk dengan apa yang diinginkan dari produk tersebut. Apabila kinerjanya tidak berhasil memenuhi keinginan yang dihaepkan, maka konsumen akan merasakan ketidakpuasan. Sebaliknya jika kinerja selaras dengan yang diinginkan, maka konsumen tersebut akan merasakan kepuasan. Apabila kinerja melampaui harapan konsumen, maka konsumen akan sangat puas ataupun senang. Oxford Advanced Learner's Dictionary (Tjiptono & Chandra, 2011) mendefinisikan kepuasan adalah "the positive sentiment that you have when you accomplished something or when something that you needed to happen does occur and the demonstration of satisfying a need or want".

Dari pengertian tersebut maka kesimpulannya yaitu kepuasan konsumen adalah sikap, nilai dan tanggapan emosional yang diperlihatkan oleh pelanggan sesudah membeli atau mengkonsumsi yang diperoleh dari membandingkan kasan terhadap peforma aktual kepada sebuah produk dan apa yang diharapkan, serta mengevaluasi kepada apa yang dialami dari menggunakan produk maupun jasa tersebut.

Metode penelitian

Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Doclean Laundry yang beralamat di Jl. Rajawali Sakti No 18 kota Pekanbaru-Riau. Penelitian ini dilakukan dari bulan April 2021 hingga bulan Juli 2021 yang dianggap dapat memberi tanggapan mewakili pelanggan dengan cara meminta pendapat mengenai hal yang teliti melalui angket atau kusioner yang peneliti buat.

Jenis dan Sumber Data

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut Sugiyono (2013: 13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskriptifkan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek dari mana data tersebut dapat diperoleh dan memiliki informasi kejelasan tentang bagaimana mengambil data tersebut dan bagaimana data tersebut diolah. Sumber data terdiri dari :

Data Primer

Menurut Husein umar (2013: 42) data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama

baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya. Data primer dalam penelitian ini menggunakan kuesioner berupa pernyataan atau pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk isi dan selanjutnya di olah dengan alat ukur statistik untuk mendapatkan data kuantitatif dengan skala likert. Dan wawancara langsung kepada pemilik laundry untuk mendapatkan informasi mengenai profil usaha jasa laundry "Doclean Laundry".

Data Sekunder

Menurut Husein umar (2013: 42) data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data jumlah pelanggan di Doclean Laundry selama tahun 2020.

Populasi dan Sampel

Populasi

Menurut Sugiyono (2017: 148) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Maka populasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah semua pelanggan jasa laundry di Doclean Laundry pada tahun 2020 yaitu berjumlah 246 orang.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Iman Muhammad, 2012: 14). Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik Sampling Insidental, Menurut Sugiyono, (2016; 124) Sampling Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu mengambil siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok menjadi sumber data. Untuk menentukan jumlah sampel penulis menggunakan rumus Slovin sebagai berikut: (Sofyan Siregar, 2010: 149) $n = \frac{N}{1 + N \left[\frac{e}{2} \right]^2}$ setelah dilakukan perhitungan sampel yang didapat dengan hasil menggunakan rumus slovin sebanyak 71,098. Untuk itu jumlah sampel ditetapkan sebanyak 71 orang.

Hasil

Penelitian Sejarah Singkat Doclean Laundry di Kota Pekanbaru

Doclean Laundry merupakan usaha dagang yang bergerak dibidang jasa mencuci. Ud. Doclean Laundry didirikan pada tahun 2016 yang berlokasi di Jl. Rajawali Sakti NO 18. Ud. Doclean Laundry awalnya didirikan atas dasar tidak adanya waktu pemilik untuk mencuci dikarenakan alasan pekerjaan lainnya yang masih banyak. Hal inilah yang membuat pemilik Ud. Doclean Laundry sering menggunakan jasa laundry yang sudah ada sebelumnya untuk mencuci pakaiannya setiap minggu. Dari sinilah muncul ide pemilik untuk membuka usaha Laundry ini.

Analisa Hasil Penelitian

Data-data yang dianalisis diperoleh melalui kuisioner yang ditujukan kepada seluruh pelanggan yang berkunjung pada Doclean Laundry di Kota Pekanbaru. Sebelum melakukan analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Doclean Laundry, maka terlebih dahulu akan dianalisis hal-hal yang bersangkutan dengan identitas responden yang menjadi sampel pada penelitian ini. Hal-hal tersebut antara lain mencakup mengenai jenis kelamin dan usia yang menjadi responden dalam penelitian ini.

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan identifikasi menurut jenis kelamin akan dilihat jumlah distribusi karyawan laki-laki dan perempuan, yang hasilnya dapat dilihat pada tabel 5.1 dibawah ini.

Tabel 5.1: Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-laki	21	29,58
Perempuan	50	70,42

Total	71	100
--------------	-----------	------------

Sumber : Data Olahan, 2021

Dari data di atas diketahui bahwa responden perempuan lebih banyak dengan jumlah 50 orang dan dengan persentase (70,42%), sedangkan responden laki-laki hanya berjumlah 21 orang dengan persentase (29,58%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden yang terbanyak adalah responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 50 orang dengan persentase 70,42%.

Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan identifikasi menurut usia, umur responden penelitian dapat diketahui dari hasil pengelompokan responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 5.2.

Tabel 5.2: Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
18 – 25 Tahun	12	16,90
26 – 30 Tahun	15	21,13
31 – 32 Tahun	20	28,17
36 – 40 Tahun	22	30,98
41 – 45 Tahun	2	2,82
Total	71	100

Sumber : Data Olahan, 2021

Berdasarkan tabel 5.2 dapat diketahui tingkat usia responden di Doclean Laundry di Kota Pekanbaru yaitu sebanyak 12 orang atau sebesar 16,90% merupakan responden yang berusia 18 – 25 tahun, sedangkan sebanyak 15 orang atau sebesar 21,13% merupakan responden yang berusia 26 – 30 tahun, kemudian sebanyak 20 orang atau sebesar 28,17% merupakan responden yang berusia 31 – 32 tahun, lalu kemudian sebanyak 22 orang atau sebesar 30,98% merupakan responden berusia 36 – 40 tahun. Dan sebanyak 2 orang atau sebesar 2,82% merupakan responden berusia 41 – 45 tahun. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden yang terbanyak adalah responden yang berusia 36 – 40 tahun.

Kualitas pelayanan

Tanggapan responden tertinggi terdapat pada pernyataan pernyataan 3, dimana terdapat pernyataan "Pakaian/cucian selalu bersih dan wangi setelah menggunakan jasa Doclean Laundry." sebesar 4,197 atau setuju, Dan tanggapan responden terendah terdapat pada pernyataan 1, dimana terdapat pernyataan bahwa "Layanan antar jemput Doclean Laundry selalu tepat waktu." sebesar 3,732 atau setuju.

Kepuasan Pelanggan

Rata-rata untuk variabel Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 3,933 atau setuju. Hal ini dapat disimpulkan responden mempunyai tanggapan yang setuju mengenai variabel kepuasan pelanggan. Tanggapan responden pada pernyataan 1, dimana terdapat pernyataan "Pelanggan merasa puas karena pakaian/cucian menjadi bersih dan wangi setelah menggunakan jasa Doclean Laundry." sebesar 4,070 atau setuju. Tanggapan responden pada pernyataan 2 dimana terdapat pernyataan "Pelanggan merasa puas karena harga yang diberikan murah." sebesar 4,056 atau setuju. Tanggapan responden pada pernyataan 3 dimana terdapat pernyataan "Pelanggan merasa puas karena karyawan laundry selalu cepat dalam menangani keluhan pelanggan." sebesar 3,831 atau setuju. Dan Tanggapan responden pada pernyataan 4 dimana terdapat pernyataan "Pelanggan merasa puas karena layanan antar jemput Doclean Laundry selalu tepat waktu." sebesar 3,775 atau setuju.

Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas pelayanan terhadap

CORRESPONDING AUTHOR. Email: Zulfitrizul24@gmail.com

ISSN xxxxx (print/ISSN) xxxx (online ISSN)

© 2023

<http://www.maen.akademimanajemen.or.id>

Kepuasan Pelanggan Doclean Laundry Di Kota Pekanbaru dan untuk mengetahui pengaruh terbesar dari variabel independen. Dari rumusan masalah penelitian yang telah diajukan, maka analisis yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Doclean Laundry Di Kota Pekanbaru terbukti valid dan reliabel.
2. Berdasarkan hasil penelitian uji normalitas didapatkan hasil penelitian variabel Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan berdistribusi dengan normal dengan hasil bukti hasil noktah (titik) menyebar dalam garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal.
3. Berdasarkan analisis secara parsial, hasil uji hipotesis menunjukkan nilai thitung ($5,802 > t_{tabel} (1,667)$) yang berarti H_0 dan H_a diterima. Maka dapat disimpulkan variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan Doclean Laundry Di Kota Pekanbaru.
4. Berdasarkan perhitungan koefisien Determinasi (R^2) diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,328. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan dan Kepuasan Pelanggan mampu mempengaruhi Kepuasan Pelanggan yaitu sebesar 32,8% sedangkan sisanya sebesar 67,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti variabel reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible dan lain sebagainya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, berikut ini adalah beberapa saran yang dapat penulis berikan dalam hal memberikan kepuasan mahasiswa yaitu sebagai berikut:

1. Bagi perusahaan diharapkan untuk meningkatkan dan memperbaiki kualitas pelayanan "Layanan Antar Jemput Doclean Laundry Selalu Tepat Waktu" dengan rata-rata 3,73 dan,
2. Kepuasan pelanggan "Pelanggan Merasa Puas Karena Layanan Antar Jemput Doclean Laundry Selalu Tepat Waktu" dengan rata-rata 3,77. Maka dalam kepuasan pelanggan akan mengalami peningkatan.
3. Bagi akademik hendaknya menambah referensi kepustakaan yang dapat dijadikan sebagai rujukan bagi mahasiswa untuk melakukan penelitian khususnya di bidang manajemen sumber daya manusia.
4. Bagi peneliti selanjutnya, jumlah sampel dapat diperluas lagi agar dapat digeneralisasi dengan lingkungan yang lebih luas serta untuk mengembangkan variabel-variabel yang mempengaruhi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Referensi

- Abdullah, Thamrin & Francis, Tantri, 2012, "Manajemen Pemasaran", Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Alma, Buchari, 2013, "Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa", Bandung : Alfabeta.
- Arikunto, 2012, "Prosedur Penelitian Satuan Pendekatan Praktik", Jakarta: Rineka Cipta.
- Azuar Juliandi, Irfan dan Sapriyal Manurung, 2014, "Metode Penelitian Bisnis". Medan: UMSU Press.
- Daryanto, dan Ismanto Setyobudi, 2014, "Konsumen dan Pelayanan Prima".
- Dyna, Novitasari, "145 Q & A Start Your Own Business – Pasti Bisa Buka Usaha", Yogyakarta: Gmedia.
- Ghozali, Imam, 2011, "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19", Semarang: Badan Penelitian Universitas Diponegoro.
- Hermi, 2019, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Malomo Laundry Terhadap Kepuasan Pelanggan". Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Husein, Umar, 2011, "Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis", Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Husein Umar. 2013. "Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis". Jakarta: Rajawali
- Irawan, Handi, 2002, "10 Prinsip Kepuasan Pelanggan", Jakarta : PT Elex Media KomputindoKelompok Gramadia.

·CORRESPONDING AUTHOR. Email: ZulfitriZul24@gmail.com

ISSN xxxxx (print/ISSN) xxxx (online ISSN)

© 2023

<http://www.maen.akademimanajemen.or.id>

- Juliandi, Azuar dan Irfan Saprial Manurung, 2014, " Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi", Medan: Umsu Pers
- Kotler, Philip dan KellerKevin, 2009, "Manajemen Pemasaran", Edisi 13 Jilid 1 dan jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dkk, 2012, " Manajemen Pemasaran Perspektif Asia", Edisi Pertama. Yogyakarta : Andy
- Kotler, Philip & Gary, Amstrong, 2014, " Priciples of Marketing. 14th Edition 14", England : Person Horizon Edition.
- Muhammad, Iman, 2012, " Pemanfaatan SPSS dalam Penelitian Bidang Kesehatan ", Bandung: Citapustaka Media Perintis.
- Nugroho, Bhuono Agung, 2005, " Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan Spss", Yogyakarta: Andi.
- Pujawan, 2010, " Riset Pemasaran Kontemporer", Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat.
- Priyatno, Duwi, 2010, " Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS", Yogyakarta: Mediakom.
- Priyatno, Duwi, 2013, "Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product And Service Solution)". MediaKom, Yogyakarta.
- Siregar, Sofyan, 2010, "Statistika Deskriptif Untuk Penelitian", Jakarta.
- Sugiyono, 2010, Metode Penelitian Administrasi. Cetakan XVIII, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2013. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D". Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2014, " Metode Penelitian Manajemen", Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2015, "Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)", Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2016, " Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D", Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2017, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D", Bandung : Alfabeta, CV.
- S. Samadi, Firdaus, 2018, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.JNE Cabang Gorontalo". Skripsi. Universitas Negeri Gorontalo.
- Tjiptono, Fandy, 2008, "Strategi Pemasaran", Edisi III, Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Tjiptono, Fandy, 2014, "Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian", Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2015, "Straregi Pemasaran", edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2016, "Service, Quality & satisfaction". Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra, 2017, " Pemasaran Strategik", Edisi ke-3. Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI).
- Ubaedillah, 2017, " Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salwa Laundry di Kota Serang". Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.