

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ridho Laundry Karawang

Venny Kurniawati¹, Angga Sanita Putra²

^{1,2} Program Studi Manajemen, Universitas Singaperbangsa Karawang

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling sebagai teknik penentuan sampelnya. Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner dan memperoleh sebanyak 130 responden yang merupakan pelanggan Ridho Laundry Karawang dengan pendekatan kuantitatif. Teknis analisis yang digunakan adalah analisis regresi liner berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan dimata pelanggan maka pelanggan akan semakin puas.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, harga, kepercayaan ,kepuasan pelanggan

Abstract

This study aims to examine the effect of service quality, price and trust on customer satisfaction. This study used accidental sampling technique as a sampling technique. Data collection in this study by distributing questionnaires and obtaining as many as 130 respondents who are customers of Ridho Laundry Karawang with a quantitative approach. The technical analysis used is multiple liner regression analysis. The results of this study show that the variables of service quality, price and trust have a positive and significant effect on customer satisfaction, so it can be concluded that the better the quality of service, price and trust in the eyes of customers, the more satisfied customers will be.

Keywords: *service quality, price, trust, customer satisfaction*

Copyright (c) 2023 Venny Kurniawati

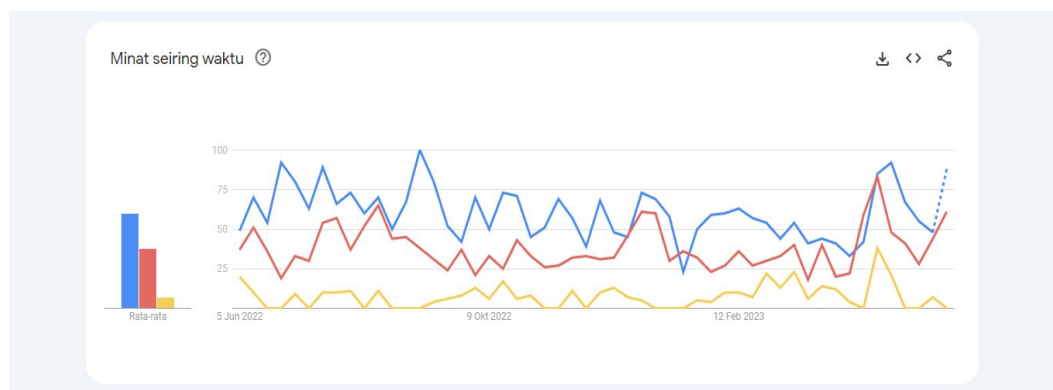
✉ Corresponding author :

Email Address : vennykurniawati38@gmail.com

PENDAHULUAN

Kemajuan masyarakat Indonesia sebagai negara berkembang saat ini begitu banyak terlibat dalam berbagai aktivitas yang menantang bagi mereka untuk menyeimbangkan pekerjaan dan kehidupan masyarakat. Berbagai aktivitas yang membuat masyarakat sulit untuk membagi waktu antara pekerjaan dirumah maupun diluar rumah. Mencuci pakaian dan menyetrrika adalah dua kebutuhan yang membutuhkan kemudahan dan kepraktisan. Salah satunya keberadaan bisnis jasa laundry saat ini yang membantu kebutuhan masyarakat (Rahma, 2018)

Pada awalnya laundry pertama kali muncul dengan system cuci per satuan baju. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan dan perkembangan teknologi, kemudian berkembanglah jasa laundry dengan system kiloan. Salah satu jenis jasa yang berkembang pesat saat ini adalah jasa laundry kiloan. Fenomena yang terjadi saat ini diikuti dengan pesatnya perkembangan penyediaan jasa cuci laundry kiloan, dimana penduduk kota semakin disibukkan dengan pekerjaannya membuat usaha laundry ini semakin diminati (Amran, 2021). Hal ini sejalan dengan data sebagai berikut:



Gambar 1. Trends Laundry

Sumber: Google Trends, diakses pada 25 Mei 2023 pukul 16:50 WIB

Berdasarkan Gambar 1 menurut data trends menyatakan bahwa berdasarkan jenis laundry pada 12 bulan terakhir laundry kiloan menduduki posisi lebih tinggi peminatnya dibandingkan dengan laundry koin dan laundry satuan. Hal ini membuktikan bahwa laundry kiloan sampai saat ini masih menjadi pilihan masyarakat dalam urusan mencuci dan menyetraka.

Bisnis yang bergerak pada pelayanan jasa ini memiliki peluang yang sangat bagus. Masyarakat kota yang semakin sibuk dengan berbagai pekerjaan, membuat usaha jasa laundry semakin dibutuhkan. Hal ini ditandai dengan semakin banyak nya minat membuat atau membuka usaha jasa laundry. Dengan demikian, tentu akan menjadi tantangan atau ancaman bagi pelaku usaha di bidang pencucian agar dapat bersaing dengan sukses dan memastikan kelangsungan hidup perusahaan. Para pelaku bisnis dapat meningkatkan kualitas serta konsisten untuk menjaga kepercayaan pelanggan baik dalam hal kualitas maupun pelayanannya serta harga yang ditetapkan (Firdiyansyah, 2017). Faktor terpenting dalam menarik pelanggan saat ini adalah kepuasan. Semua usaha yang berkaitan dengan pelanggan harus berkomitmen selalu meningkatkan pelayanan untuk kenyamanan para pelanggan (Yoserizal et al., 2022).

Pengusaha jasa laundry berkompetensi untuk membuat laundry yang dapat memenuhi kepuasan pelanggan, dengan meningkatkan kualitas dan harga yang kompetitif serta konsisten menjaga kepercayaan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi tujuan utama bagaimana caranya pelanggan mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan harapan nya. Kepuasan pelanggan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang (Widyastuti, 2017)

Menurut Kotler & Kevin L. Keller (2017:2) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Menurut Kotler dan Amstrong dalam Handoko (2017) harga adalah sejumlah uang yang ditukarkan untuk sebuah produk atau jasa. Lebih jauh lagi, harga adalah sejumlah nilai yang konsumen tukarkan untuk jumlah manfaat dengan memiliki atau menggunakan suatu barang/jasa.

Kepercayaan menjadi sebuah pondasi dari suatu bisnis. Kepercayaan merupakan suatu kesadaran dan perasaan yang dimiliki oleh pelanggan untuk mempercayai sebuah produk, dan digunakan penyedia jasa sebagai alat untuk menjalin hubungan jangka panjang dengan pelanggan (Mahendra & Indriyani, 2018).

Peneliti sangat tertarik pada jasa laundry kiloan ini khususnya Ridho Laundry. Ridho Laundry merupakan salah satu laundry yang ada di kabupaten Karawang yang beralamat di Puri Kosambi 2, Desa Duren Kecamatan Klari. Ridho laundry merasakan adanya tingkat persaingan yang semakin ketat. Adapun temuan penulis di tempat penelitian yaitu pelanggan Ridho Laundry pernah mengalami kehilangan pakaian nya dan ada keluhan dari pelanggan yaitu kurang wangi, kurang bersih dan keterlambatan penyelesaian. Permasalahan tersebut membuat pelanggan tidak puas dengan jasa yang diberikan dan akan menimbulkan kurangnya pelanggan di Ridho Laundry. Salah satu cara agar kepuasan pelanggan tercapai yaitu dengan meningkatkan kualitas pelayanan dari perusahaan itu sendiri. Berikut data pengguna jasa Ridho Laundry dalam bulan November 2022 – April 2023:

Tabel 1. Jumlah Pengguna Jasa Ridho laundry

Bulan	Jumlah pengguna jasa
November	165
Desember	196
Januari	250
Februari	233
Maret	215
April	108
Jumlah	1.167

Berdasarkan Tabel 1 jumlah pengguna jasa Ridho laundry pada 6 bulan terakhir yaitu sebanyak 1.167. Jumlah pengguna jasa terbesar berada pada bulan Januari 2023, namun pada bulan-bulan berikutnya pengguna jasa Ridho laundry mengalami penurunan. Hal ini menunjukkan adanya faktor yang mempengaruhi penurunan kepuasan pelanggan, salah satunya adalah kurang optimal dalam memberikan pelayanan. Ridho laundry harus mampu bertahan dan selalu memberikan pelayanan yang dapat menarik perhatian pelanggan dan mempertahankan kepercayaan pelanggan nya.

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan menjadikan permasalahan yang terjadi sebagai topik penelitian dengan mengambil judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Ridho Laundry Karawang”.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif. Penelitian ini menggunakan teknik accidental sampling sebagai teknik penentuan sampelnya. Pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menyebarkan kuesioner dan memperoleh sebanyak 130 responden yang merupakan pelanggan Ridho Laundry

Karawang dengan pendekatan kuantitatif. Analisis penelitian ini adalah analisis rentang skala, analisis regresi linear berganda. Pengujian dilakukan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji t (parsial), uji f (simultan), dan uji koefisien determinasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Keabsahan Data

a) Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

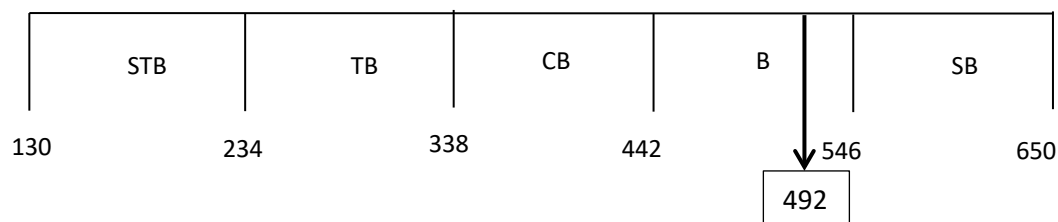
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		130
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,57505700
Most Extreme Differences	Absolute	,036
	Positive	,034
	Negative	-,036
Test Statistic		,036
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, Peneliti 2023

Berdasarkan Tabel 2 menunjukkan hasil pengujian normalitas dengan Kolmogorov-smirnov melihat dari Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar $0,200 > 0,05$ maka semua variabel dapat dikatakan bahwa data berdistribusi normal. Maka dilanjutkan pengujian hipotesis menggunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil Analisis Deskriptif

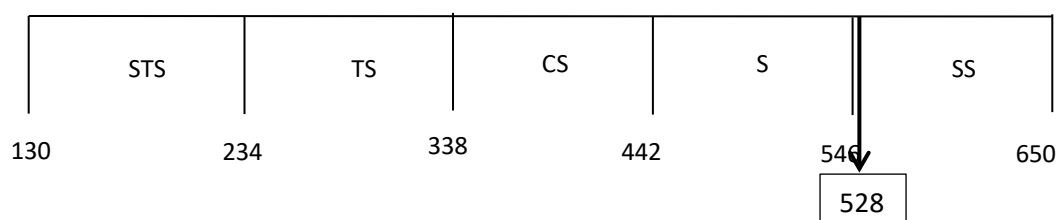
Sebuah analisis deskriptif dilakukan dan hasilnya menunjukkan bahwa rata-rata skor variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 492, menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan berada pada kriteria Baik. Artinya kualitas pelayanan pada Ridho Laundry dinilai baik oleh pelanggan Ridho laundry.



Gambar 2 Bar Scale Rekapitulasi Variabel Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, Peneliti 2023

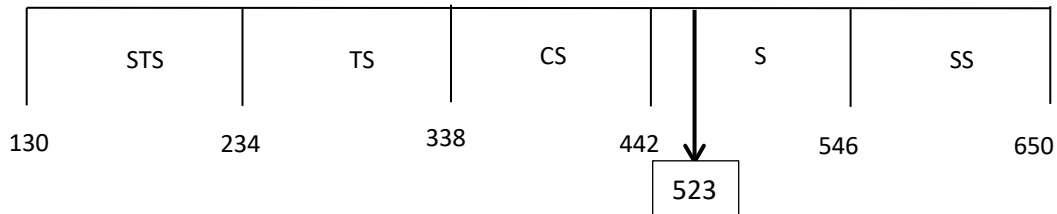
Rata-rata skor variabel Harga (X2) sebesar 528, menunjukkan bahwa variabel harga berada pada kriteria Setuju. Artinya pelanggan setuju dengan harga yang ditetapkan pada Ridho Laundry.



Gambar 3 Bar Scale Rekapitulasi Variabel Harga

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, Peneliti 2023

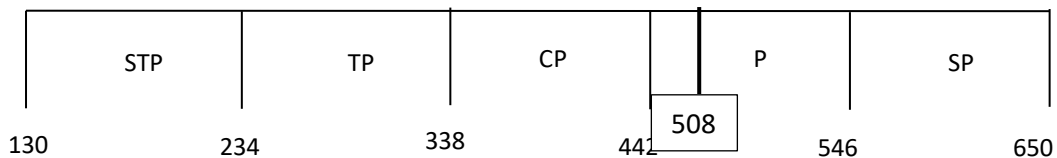
Rata-rata skor variabel Kepercayaan (X3) sebesar 523, menunjukkan bahwa variabel kepercayaan berada pada kriteria Setuju. Artinya pelanggan percaya kepada Ridho Laundry.



Gambar 4 Bar Scale Rekapitulasi Variabel Kepercayaan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, Peneliti 2023

Rata-rata skor variabel Kepuasan pelanggan (Y) sebesar 508, menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan berada pada kriteria Puas. Artinya pelanggan merasa puas dengan Ridho laundry.



Gambar 5 Bar Scale Rekapitulasi Variabel Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, Peneliti 2023

Hasil Analisis Verifikatif

Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (X1, X2 dan X3) dan variabel terikat (Y). Berikut adalah tabel hasil perhitungan statistic uji regresi linear berganda :

Tabel 3. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,893	2,922		2,017	,000
	KUALITAS PELAYANAN	,101	,058	,129	2,743	,000
	HARGA	,353	,086	,318	4,115	,000
	KEPERCAYAAN	,466	,099	,382	4,720	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Persamaan regresi linear berganda dalam penelitian ini adalah :

$$Y = 5,893 + 0,101X_1 + 0,353X_2 + 0,466X_3$$

Hasil analisis regresi linear berganda tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

- Besarnya nilai konstanta adalah 5,893 menunjukkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan = 0, maka variabel kepuasan pelanggan nilainya adalah 5,893.
- Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X1) sebesar 0,101 bernilai positif, artinya jika variabel Kualitas Pelayanan meningkat satu satuan maka Kepuasan Pelanggan di Ridho laundry Karawang meningkat 0,101 dan sebaliknya dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- Koefisien regresi variabel Harga (X2) sebesar 0,353 bernilai positif, artinya jika variabel Harga meningkat satu satuan maka Kepuasan Pelanggan di Ridho Laundry Karawang meningkat 0,353 dan sebaliknya dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.
- Koefisien regresi variabel Kepercayaan (X3) sebesar 0,466 bernilai positif, artinya jika variabel Kepercayaan meningkat satu satuan maka Kepuasan Pelanggan di Ridho Laundry Karawang meningkat 0,466 dan sebaliknya dengan asumsi variabel independen lain nilainya tetap.

Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi berfungsi untuk mengetahui seberapa besar variabel bebas mampu menjelaskan variabel terikat. Koefisien determinasi dapat dilihat dari nilai Adjusted R Square, dimana nilai koefisien yang baik adalah antara 0 sampai 1, jika nilai R² semakin mendekati satu maka hubungan kedua variabel sangat kuat.

Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,681 ^a	,464	,451	2,354
a. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN, HARGA				

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 4 dipengaruhi nilai koefisien Adjusted R Square (R²) sebesar 0,451 atau 45,1%. Jadi bisa diambil kesimpulan besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan, harga dan kepercayaan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 45,1% sedangkan sisanya (100% - 45,1% = 54,9%) kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel lain.

Uji Parsial (T)

Uji t dilakukan untuk menguji seberapa jauh pengaruh variabel independen dan variabel dependen. Pengujian ini menggunakan tingkat signifikan 0,05 dan melakukan perbandingan antara t hitung dan t tabel. Apabila nilai t hitung lebih besar dari t tabel maka suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap dependen. Sebaliknya jika nilai t hitung lebih kecil dari t tabel maka setiap variabel independen tidak berpengaruh terhadap dependen.

Tabel 5. Hasil Uji T (Parsial)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	5,893	2,922		,000

	KUALITAS PELAYANAN	,101	,058	,129	2,743	,000
	HARGA	,353	,086	,318	4,115	,000
	KEPERCAYAAN	,466	,099	,382	4,720	,000
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN						

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Dari Tabel 5 uji t diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Kualitas Pelayanan (X1)

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai sig. (0,000) < α (0,05) dan thitung 2,743 > ttabel 1,978 maka H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dapat diartikan bahwa semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

2. Harga (X2)

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai sig. (0,000) < α (0,05) dan thitung 4,115 > ttabel 1,978 maka H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa Harga (X2) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dapat diartikan bahwa harga menjadi salah satu pengaruh dominan yang menentukan kepuasan pelanggan. Pelanggan tentu lebih senang dengan harga produk dan jasa yang terjangkau, jika pelanggan senang dengan harga yang ditetapkan tentu tingkat kepuasan akan meningkat.

3. Kepercayaan (X3)

Berdasarkan Tabel 5 menunjukkan bahwa nilai sig. (0,000) < α (0,05) dan thitung 4,720 > ttabel 1,978 maka H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa Kepercayaan (X3) secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dapat diartikan bahwa memberikan rasa kepercayaan yang baik dan dapat dipertanggung jawabkan, maka pelanggan akan lebih puas.

Uji Simultan (f)

Pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan Kepercayaan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) secara simultan dapat diketahui melalui pengujian statistik dengan menggunakan hipotesis sebagai berikut :

H_0 : $\rho_{yx1}, \rho_{yx2}, \rho_{yx2x1} = 0$ Tidak terdapat pengaruh simultan Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan Kepercayaan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

H_1 : $\rho_{yx1}, \rho_{yx2}, \rho_{yx2x1} \neq 0$ Terdapat pengaruh simultan Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan Kepercayaan (X3)

Kriteria Uji : Tolak H_0 jika Sig. < α atau $f_{hitung} > f_{tabel}$

Untuk pengaruh Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan Kepercayaan (X3) secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan tingkat signifikan (α) = 5%, degree of freedom (df) = $df_1 = k - 1 = 3 - 1 = 2$ dan $df_2 = n - k - 1 = 130 - 3 - 1 = 127$, diperoleh $f_{tabel} = 3,07$ sedangkan f_{hitung} dapat dilihat pada Tabel 4.53 sebagai berikut:

Tabel 6. Hasil Perhitungan Nilai (F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	603,026	3	201,009	36,287	,000 ^b
	Residual	697,966	126	5,539		

	Total	1300,992	129			
a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN						
b. Predictors: (Constant), KEPERCAYAAN, KUALITAS PELAYANAN, HARGA						

Sumber: Hasil Pengolahan Data SPSS, 2023

Berdasarkan Tabel 6 menunjukkan bahwa nilai sig. (0,000) < α (0,05) dan $t_{hitung} 36,287 > 3,07$ maka H_0 ditolak. Dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X1), Harga (X2) dan Kepercayaan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) karena semakin tepat dan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan dalam penentuan harga dan kualitas yang sesuai dengan manfaat kualitas jasa yang diberikan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka simpulan yang dapat diambil yaitu kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 10,1%. Harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 35,5% sedangkan kepercayaan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 46,6%.

Besaran pengaruh simultan Kualitas pelayanan, Harga, dan Kepercayaan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Ridho Laundry Karawang dengan memberikan kontribusi sebesar 0,451 atau 45,1% dan sisanya yaitu 54,9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Referensi :

- Amran, N. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN ROFINA LAUNDRY DI KECAMATAN SINJAI UTARA*. 3(2), 6.
- Firdiyansyah, I. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Warung. *Jurnal Elektornik*, 1(1), 1–9.
- Handoko, B. (2017). Pengaruh Promosi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Titipan Kilat JNE Medan. *Jurnal Ilmiah Manajemen & Bisnis*, 18(1), 61–72.
- Mahendra, K. P., & Indriyani, R. (2018). Pengaruh Kepercayaan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Cv Mitra Perkasa Utomo. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 7(2016), 2. publication.petra.ac.id/index.php/manajemen-bisnis/article/download/7800/7033%0A
- Rahma, F. (2018). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN MELALUI KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Laundry Starclean) Dhean Arfia Sabriana Nur laily Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya*.
- Widyastuti, T. (2017). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Tempe. 1(2), 233–240.
- Yoserizal, Y., Nurofik, A., & Trismiyanti, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Laundry 21 Air Tawar Barat Padang Utara Kota Padang. *Jurnal Pustaka Manajemen (Pusat Akses Kajian Manajemen)*, 2(2), 81–85. <https://doi.org/10.55382/jurnalpustakamanajemen.v2i2.348>