

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Globalisasi membawa dampak yang sangat besar bagi perkembangan dunia bisnis di seluruh dunia. Di mana kondisi kehidupan masyarakat sekarang sudah berbeda dengan kehidupan masyarakat yang dulu, seperti mencuci pakaian yang mana dulu bagi beberapa orang mencuci pakaian adalah hal yang melelahkan dan buang-buang waktu terutama bagi orang yang sibuk beraktifitas diluar rumah. Namun seiring dengan berjalannya waktu dimana teknologi serba bermunculan membuat semua menjadi serba mudah dan praktis. Salah satunya adalah mesin cuci pakaian yang karena 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 apalagi di pusat kota dimana sebagian penduduknya adalah mahasiswa yang datang dari berbagai daerah yang melakukan aktifitasnya sendiri tanpa adanya orang tua. Mereka dituntut untuk mandiri dalam segala hal baik itu dalam mengerjakan tugas perkuliahan bahkan memenuhi kehidupan sehari-hari. Sehingga banyak yang memutuskan untuk mencuci pakaian menggunakan jasa *laundry*.

Laundry adalah suatu badan usaha yang menawarkan jasa dalam hal pencucian pakaian dengan metode-metode khusus. Jasa *laundry* bukan hanya sekedar tempat mencuci melainkan sebagai tempat perawatan pakaian agar

lebih bersih, wangi, awet dan praktis menjadi tren bagi masyarakat saat ini. Fungsi *laundry* sendiri antara lain melaksanakan pencucian *laundry* (cara pencucian atas bahan/pakaian dengan mempergunakan air) dan *Dry cleaning* (cara pencucian atas bahan/pakaian dengan mempergunakan bahan kimia/*solvent*) atas semua bahan/pakaian yang dicucikan.¹

Peningkatan kebutuhan akan adanya *laundry* mengakibatkan banyaknya persaingan dalam bisnis ini. Pasar terbuka luas dan peluang menjadi semakin lebar, namun sebaliknya persaingan menjadi semakin ketat dan sulit diprediksikan. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk menciptakan keunggulan yang kompetitif dalam bisnisnya agar bisa bersaing secara berkesinambungan dengan perusahaan-perusahaan lain yang berkecimpung di bidang yang sama. Oleh karena itu, perusahaan harus dapat memberikan produk atau jasa yang berkualitas dan pelayanan yang baik kepada para pelanggan sehingga akan muncul kepuasan tersendiri bagi konsumen.²

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting yang harus diperhatikan oleh setiap perusahaan dalam menjalankan kegiatan usahanya. Saat ini banyak bisnis yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menyusun strategi untuk memberikan kepuasan bagi konsumennya. Kepuasan menurut Kotler adalah “perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil)

¹ wikipedia.org, diakses tanggal 27 Agustus 2018.

² Rahmat Sulistiyo, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi: Studi Kasus Konsumen Indomaret Babarsari Yogyakarta”, Skripsi (Universitas Negeri Yogyakarta, 2015), 1.

produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”.³ Setiap perusahaan dituntut untuk membuat pelanggan merasa puas dengan memberikan penawaran dan pelayanan yang lebih baik, mengingat perusahaan harus mampu untuk mempertahankan posisi pasarnya di tengah persaingan yang semakin ketat. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan pada pelanggan. Apabila konsumen telah merasa puas dan kebutuhannya terpenuhi maka konsumen tidak akan pindah ke perusahaan lain.⁴

Menurut Engel, et al. yang dikutip oleh Fandi Tjiptono menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan.⁵ Harapan pelanggan dalam pelayanan *laundry* sendiri misalnya ingin pakaiannya bersih, rapi dan wangi, pemilik *laundry* yang ramah dan ruangan yang rapih tidak berantakan.

Apique Laundry Kediri dengan jargon *House of Oembah-oembah* ini merupakan unit usaha jasa mencuci pakaian kiloan dan satuan profesional yang berlokasi di jalan KH. Wahid Hasyim Bandar Lor Kota Kediri yang sejak awal berdirinya yaitu pada bulan Juni 2015, selalu berusaha untuk mengutamakan kepuasan pelanggan. Bergerak pada sektor kebutuhan primer dimana rata-rata pakaian yang di *laundry* adalah pakaian harian. Memiliki dua

³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: Prenhallindo, 2005), 70.

⁴ Rahmat Sulistiyo, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel, 4.

⁵ Fandy Tjiptono, *Strategi Pemasaran* Edisi III (Bandung: CV. ANDI OFFSET, 2008), 24.

macam penerimaan pengerjaan *laundry*, yaitu dengan sistem kiloan dan satuan. Apique *Laundry* telah terdaftar sebagai anggota resmi Asosiasi *Laundry* Indonesia (ASLI) dan memiliki sistem pencucian 1 mesin 1 pelanggan (*one loading one customer*). Berikut ini tabel yang membedakan antara kualitas pelayanan Apique *laundry* dengan *laundry* lainnya.

Tabel 1.1
Perbandingan Kualitas Pelayanan Apique *Laundry* dengan *laundry* lain

No	Indikator Kualitas Pelayanan	Keterangan	Objek Penelitian		
			Apique <i>Laundry</i>	<i>Laundry B</i>	<i>Laundry C</i>
1.	<i>Reliability</i> (Kehandalan)	a. Pakaian bersih, wangi dan rapi	Ya	Ya	Ya
		b. Tepat waktu	Ya	Kurang tepat waktu	Ya
2.	<i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	a. Cepat respon	Ya	Kurang merespon	Kurang merespon
		b. Pelayanan Express dan antar jemput gratis	Ada	Tidak ada	Ada
3.	<i>Assurance</i> (Jaminan)	a. Karyawan ramah	Ya	Ya	Ya
		b. Parfum beragam	Ya	Ya	Tidak
4.	<i>Empathy</i> (Empati)	a. Mengenal nama pelanggan	Ya	Kurang mengenai	Kurang mengenal
		b. Perhatian dengan pelanggan	Perhatian	Kurang perhatian	Kurang perhatian
5.	<i>Tangibles</i> (Bukti Langsung)	a. Tersedia tempat parkir dan tempat duduk	Tersedia	Tersedia	Tidak tersedia
		b. Tidak ada cucian kotor berserakan	Tidak ada	Ada	Ada

Sumber : Observasi *laundry* lainnya

Berdasarkan tabel diatas dijelaskan bahwa kualitas jasa yang diberikan di Apique *laundry* dapat dilihat dari hasil cucian *laundry* seperti pakaian sangat bersih, wangi dengan parfum yang berganti yang membuat pelanggan tidak bosan dan disetrika dengan rapi. Juga dapat dilihat dari segi pelayanan dalam menerima dan menyampaikan jasa seperti karyawan yang bersikap ramah dan cepat merespon apabila ada pelanggan yang komplain dan memberikan tempat parkir dan tempat duduk jika pelanggan menunggu atau mengantri. Selain itu dengan adanya garansi kecepatan berupa pelayanan Super Express “4 Jam Jadi” dengan menggunakan mesin pengering atau *dryer* yang menjadikan pakaian segera kering tanpa dijemur. Adanya perawatan khusus bagi pakaian yang mudah luntur dimana setiap pelanggan yang datang untuk *laundry* mereka akan ditanya mengenai adakah pakaian yang luntur dan jika ada maka akan dipisahkan dalam proses pencucian dan perawatannya. Adanya sistem antar jemput gratis dengan jumlah berat minimal 5kg juga memudahkan pelanggan untuk mendapatkan layanan itu.

Berikut adalah data jumlah pengguna jasa dan data penjualan *laundry* Apique selama tahun 2018 periode bulan Januari 2018 sampai bulan Juli 2018.

Tabel 1.2
Data Jumlah Pengguna Jasa *Laundry* Apique
Periode Januari 2018 – Juli 2018

Periode Bulan	Jumlah Pengguna Jasa
Januari 2018	376 orang
Pebruari 2018	324 orang
Maret 2018	261 orang
April 2018	289 orang
Mei 2018	243 orang
Juni 2018	190 orang
Juli 2018	250 orang
Jumlah	1.933 orang

Sumber: *Laundry* Apique Kediri 2018

Dari tabel data jumlah pengguna *laundry* Apique periode bulan Januari sampai bulan Juli terjadi kenaikan dan penurunan setiap bulannya. Terbukti dari bulan Januari ke Pebruari terjadi penurunan sebanyak 53 orang, Pebruari ke Maret terjadi penurunan sebanyak 63 orang, bulan Maret ke April terjadi kenaikan sebanyak 28 orang, bulan April ke Mei terjadi Penurunan sebanyak 8 orang, bulan Mei ke Juni terdapat penurunan sebanyak 91 orang dan bulan Juni ke Juli mengalami kenaikan sebanyak 60 orang.

Tabel 1.3
Data Penjualan *Laundry* Apique
Periode Januari 2018 – Juli 2018

Periode Bulan	Penjualan
Januari 2018	Rp. 6.021.500
Pebruari 2018	Rp. 4.689.500
Maret 2018	Rp. 4.771.500
April 2018	Rp. 5.649.000
Mei 2018	Rp. 4.736.500
Juni 2018	Rp. 5.559.000
Juli 2018	Rp. 5.268.000

Sumber: *Laundry* Apique Kediri 2018

Untuk periode bulan Agustus 2018 belum tercantum dikarenakan pihak *laundry* belum mempunyai data yang lengkap dan rinci. Hal ini dikarenakan perusahaan baru membuat laporan hasil penjualan berdasarkan periode perbulan. Sehingga data untuk bulam Agustus 2018 baru akan dibuat pada akhir bulan yang menyebabkan data bulan Agustus tidak tersedia dan tidak dilampirkan.

Dari tabel 1.3 dapat diketahui bahwa penjualn pada *Laundry* Apique mengalami fluktuatif artinya terjadi kenaikan dan penurunan tiap bulannya.

Terbukti dari bulan Januari ke bulan Pebruari mengalami penurunan sebesar Rp 1.332.000, bulan Pebruari ke bulan Maret mengalami kenaikan sebesar Rp 82.000, bulan Maret ke April juga mengalami kenaikan sebesar Rp 877.500, bulan April ke Mei mengalami penurunan sebesar Rp 912.000, bulan Mei ke Juni mengalami kenaikan sebesar Rp 822.000 dan pada bulan Juni ke Juli mengalami penurunan sebesar Rp 291.000.

Pelayanan yang diberikan Apique *laundry* memprioritaskan pelanggannya karena adanya jaminan kepuasan dimana hasil cucian atau setrikaan yang tidak bersih dan tidak rapi dapat dikembalikan untuk di cuci atau di setrika ulang tanpa adanya biaya. Adanya garansi kerusakan atau hilang akan diganti 10 kali biaya laundry. Selain itu, pemilik *laundry* bersikap ramah dan murah senyum yang membuat pelanggan segan untuk datang kembali.

Berikut observasi 50 responden yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Apique *Laundry* Kediri, seperti yang dipaparkan pada tabel dibawah ini.

Tabel 1.4
Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Laundry

No	Faktor-faktor Kepuasan	Jumlah
1.	Kualitas Produk	4
2.	Harga	18
3.	Kualitas Pelayanan	28
4.	Faktor Emosional	0
5.	Biaya dan Kemudahan	0
Jumlah		50

Sumber: Observasi pelanggan Apique *Laundry* Kediri

Berdasarkan observasi pada 50 responden pelanggan *Apique Laundry*, bahwa mereka puas terhadap *Apique Laundry* karena faktor kualitas pelayanannya yang berpengaruh pada 34 orang, faktor harga berpengaruh pada 12 orang, faktor kualitas produk berpengaruh pada 4 orang sedangkan faktor emosional serta faktor biaya dan kemudahan tidak memberi pengaruh terhadap kepuasan seseorang untuk *laundry* di *Apique laundry* Kediri. Dari observasi tersebut dapat diketahui bahwa faktor terbesar yang mempengaruhi kepuasan pelanggan *Apique Laundry* karena adanya kualitas pelayanan diberikan.⁶

Pelayanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun, produksinya dapat atau tidak terkait dengan produk fisik.⁷ Menurut Wyckof yang dikutip oleh Nur Nasution, kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.⁸ Kualitas pelayanan dibangun atas perbandingan antara harapan konsumen dan kinerja yang dirasakan oleh konsumen yang mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan. Masyarakat tidak lagi sekedar membutuhkan kebutuhan produk yang bermutu tetapi lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan.

⁶ Observasi pada Pelanggan *Apique Laundry* tanggal 8 September 2018.

⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* Edisi 13, terj. Bob Sabran (Jakarta: Erlangga, 2009), 36.

⁸ M. N. Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2004), 47.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui sejauh mana kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di *Laundry* Apique Kediri. Untuk itu, penulis melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan *Laundry* (Studi pada Apique *Laundry* Kediri)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan pada *Laundry* Apique?
2. Bagaimana kepuasan pelanggan pada *Laundry* Apique?
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *Laundry* Apique?

C. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan di atas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan pada *Laundry* Apique
2. Untuk mengetahui kepuasan pelanggan *Laundry* Apique
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *Laundry* Apique

D. Manfaat Penelitian

1. Bagi Pemilik Jasa *Laundry*

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat memberikan masukan kepada pemilik *laundry* untuk mempertahankan dan meningkatkan kualitas yang ditawarkan dalam hal kualitas pelayanan sebagai upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Dan juga untuk mengevaluasi kebijakan yang telah dilaksanakan dan untuk menentukan strategi di masa mendatang.

2. Bagi Akademik

- a. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumber informasi dan sumbangan ilmu pengetahuan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.
- b. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi sumber referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang mempunyai objek yang sama dan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan studi mengenai pemasaran.

3. Bagi Peneliti

Hasil penelitian ini dapat menjadi sarana bagi peneliti untuk menambah dan meningkatkan wawasan serta memperluas pengetahuan serta menguji teori-teori yang diperoleh selama bangku perkuliahan yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

E. Hipotesis Penelitian

Hipotesis berfungsi sebagai jawaban sementara terhadap permasalahan yang sedang diteliti.⁹ Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Apique *Laundry*, maka dapat dirumuskan sebagai berikut:

- a. Hipotesis (H_a): Terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Apique *Laundry*.
- b. Hipotesis (H_0): Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Apique *Laundry*.

F. Telaah Pustaka

Untuk dapat memecahkan masalah dan mencapai tujuan sebagaimana diungkapkan diatas, maka perlu dilakukan kajian kepustakaan guna mendukung hasil penelitian dan agar dapat diperoleh hasil yang maksimal sebagaimana yang diharapkan. Adapun beberapa penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya yang berkaitan dengan tema penelitian ini.

Skripsi berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Konsumen Indomaret Babarsari Yogyakarta)*” Karya Rahmat Sulistiyo dengan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan persepsi harga berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan berpengaruh positif dan terdapat pengaruh kualitas pelayanan dan

⁹ Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif* (Yogyakarta: Erlangga, 2009), 53.

persepsi harga yang dimediasi kepuasan konsumen terhadap loyalitas pelanggan di Indomaret Babarsari Yogyakarta.¹⁰

Skripsi berjudul “*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan BUS PO EKA (Studi Kasus pada Pelanggan Bus PO EKA di Yogyakarta)*” Karya Ignatius Angga Prasetya Primadiawan dengan hasil bahwa secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Sementara secara parsial kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.¹¹

Tabel 1.5
Perbedaan Penelitian

No	Perbedaan	Penelitian Terdahulu	Penelitian Sekarang
1	Objek Penelitian	Variabel independen penelitian Rahmat Sulistiyo tentang Kualitas Layanan dan persepsi harga sedangkan variabel dependen loyalitas pelanggan dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi	Variabel independen penelitian ini tentang Kualitas Layanan sedangkan variabel dependen Kepuasan Pelanggan
		Variabel independen penelitian Ignatius Angga Prasetya Primadiawan tentang kualitas pelayanan dan harga sedangkan variabel dependen kepuasan konsumen	Variabel independen penelitian ini tentang Kualitas Pelayanan

¹⁰ Rahmad Sulistiyo, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga terhadap Loyalitas Pelanggan dengan Kepuasan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi Kasus Konsumen Indomaret Babarsari Yogyakarta)”, Skripsi (Universitas Negeri Yogyakarta, 2015).

¹¹ Ignatius Angga Prasetya Primadiawan, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan BUS PO EKA (Studi Kasus pada Pelanggan Bus PO EKA di Yogyakarta)”, Skripsi (Universitas Sanata Dharma Yogyakarta, 2018)