

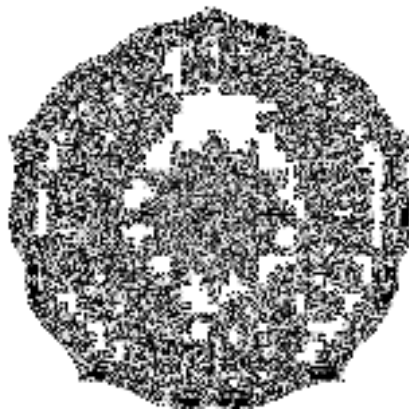
**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN LAUNDRY ZHA-BIL  
DI KOTA PONTIANAK**

**SKRIPSI**

OLEH :

**DEVI FARIANTI**

**NIM 171310376**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK**

**2021**

**ANALISIS KEPUASAN KONSUMEN LAUNDRY ZHA-BIL  
DI KOTA PONTIANAK**

**Tanggung Jawab Yuridis Kepada :**

**DEVI FARIANTI**

**171310376**

**Program Studi Manajemen**

**Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus Dalam Ujian**

**Skripsi/Komprehensif**

**Pada Tanggal : 7 Juni 2021**

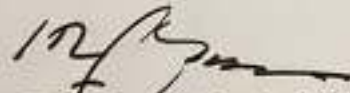
**Majelis Penguji :**

**Pembimbing Utama**



**Dedi Hariyanto, SE, MM**  
NIDN. 1113117702

**Penguji Utama**



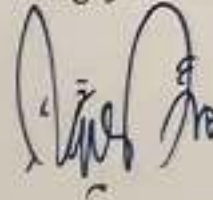
**Dr. H. Helman Fachri, SE, MM**  
NIDN. 1107056101

**Pembimbing Pembantu**



**Rvani Yulian, S.Pd, M.Pd**  
NIDN. 1107078401

**Penguji Pembantu**



**Neni Triana M, SE, MM**  
NIDN. 1009028104

**Pontianak, 7 Juni 2021**

**Disahkan Oleh :**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK  
DEKAN**



**Dedi Hariyanto, SE, MM**  
NIDN. 1113117702

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim,*

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya, sehingga penulis diberikan kemudahan dalam menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Analisis Kepuasan Konsumen Laundry Zha-Bil di Kota Pontianak”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan yang harus ditempuh oleh mahasiswa termasuk penulis dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu ( S-1 ) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Pontianak untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi ( SE ).

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini kami ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Doddy Irawan, S.T, M.Eng, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak.
2. Bapak Dedi Hariyanto, SE, M.M, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak dan selaku Pembimbing Utama yang telah memberikan bimbingan, petunjuk dan motivasi kepada penulis sampai penelitian ini selesai.
3. Ibu Heni Safitri, SE, M.M, selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

4. Ibu Neni Triana M, SE, M.M, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
5. Ibu Ryani Yulian, S.Pd, M.Pd, selaku pembimbing kedua yang telah memberikan bimbingan dan nasehat yang sangat berharga dalam penulisan skripsi ini dari awal sampai akhir.
6. Bapak/Ibu Dosen dan Staf Akademik dan Para Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak yang telah memberikan bekal dan pengetahuan yang bermanfaat bagi penulis.
7. Kedua orang tua, Bapak Effendi dan Ibu Hanifa yang telah memberikan motivasi dan semangat kepada penulis.
8. Ibu Endang Ekkawati selaku pemilik Laundry Zha-Bil yang telah bersedia mengizinkan penulis untuk melakukan penelitian ini dan bersedia membantu penulis sampai penelitian ini selesai.
9. Sahabat, Teman kelas 09 Manajemen Pagi dan Teman seangkatan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis yang selalu mengingatkan penulis tentang hal ini dan selalu berjuang untuk mendapatkan gelar sarjana di Universitas Muhammadiyah Pontianak.
10. Terimakasih kepada Adit yang telah memberikan rasa semangat dan teman Sigoler Squad, Shella Prantika, Melly Anastasia, Nurfitriani, Selva, Kety, Gilang, Kurniawan dan teman satu atap perantauan Pita yang tiada hentinya memberikan motivasi yang tidak bisa penulis sampaikan lewat kata tersusun rapi pada tulisan ini.

Skripsi ini masih banyak kekurangannya, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan sehingga dapat menyempurnakan penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya. Aamiin.

*Wassalamu'alaikum Wr.Wb*

Pontianak, 7 Juni 2021  
Penulis

**DEVI FARIANTI**  
NIM 171310376

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kepuasan Konsumen Pada Laundry Zha-Bil di kota Pontianak. Metode Penulisan yang digunakan adalah metode deskriptif. Penelitian ini menggunakan metode Diagram Kartesius. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan kepada 100 responden yang pernah menggunakan jasa Laundry Zha-Bil di kota Pontianak dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Kuesioner yang diajukan kepada responden berkenaan dengan kepentingan dan kepuasan terhadap Kepuasan Konsumen Laundry Zha-Bil menggunakan lima dimensi kualitas jasa, yaitu reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphathy*), dan bukti fisik (*tangible*).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa skor Diagram Kartesius kelima dimensi kepuasan konsumen seperti atribut reliabilitas (*reliability*) menunjukkan bahwa kepentingan sebesar 4,06 dan kepuasan sebesar 3,91, daya tanggap (*responsiveness*) menunjukkan bahwa kepentingan sebesar 4,08 dan kepuasan sebesar 4,01, jaminan (*assurance*) menunjukkan bahwa kepentingan sebesar 3,65 dan kepuasan sebesar 3,98, empati (*empathy*) menunjukkan bahwa kepentingan sebesar 3,95 dan kepuasan sebesar 3,87 dan bukti fisik (*tangibles*) menunjukkan bahwa kepentingan sebesar 3,76 dan kepuasan sebesar 3,65. Hal ini menunjukkan bahwa kelima dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen Laundry Zha-Bil di kota Pontianak adalah baik dan memuaskan.

Kata Kunci: Kepuasan Konsumen, Diagram Kartesius, Laundry Zha-Bil Kota Pontianak.

## DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR .....	i
ABSTRAK .....	iv
DAFTAR ISI.....	v
DAFTAR TABEL .....	vii
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR LAMPIRAN .....	xii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Permasalahan.....	9
C. Pembatasan Masalah .....	9
D. Tujuan Penelitian .....	9
E. Manfaat Penelitian .....	9
F. Kerangka Pemikiran.....	10
G. Metode Penelitian.....	13
BAB 2 LANDASAN TEORI.....	22
A. Pemasaran .....	22
B. Pengertian Kualitas Jasa.....	23
C. Karakteristik Jasa .....	24
D. Kepuasan Pelanggan .....	26
BAB 3 GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....	30
A. Sejarah Berdirinya Perusahaan .....	30
B. Struktur Organisasi .....	30

C. Aspek Sumber Daya Manusia.....	33
D. Aspek Pemasaran .....	34
BAB 4 ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	36
A. Karakteristik Responden .....	36
B. Uji Instrumen .....	40
C. Analisis Kepuasan Konsumen Laundry Zha-Bil di Kota Pontianak.....	43
BAB 5 PENUTUP .....	75
A. Kesimpulan .....	75
B. Saran.....	77
DAFTAR PUSTAKA .....	79



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Pemasaran saat ini dinilai terus berkembang dari konsep yang semula konvensional menuju konsep pemasaran *modern*. Perkembangan dan teknologi yang menyebabkan kehidupan masyarakat juga menjadi berkembang dari waktu ke waktu. Hal ini juga menyebabkan banyak orang yang mau serba mudah dan praktis. Keadaan seperti inilah yang menyebabkan banyaknya bermunculan usaha usaha yang menawarkan produk atau jasa sehingga membuat kehidupan masyarakat menjadi lebih mudah.

Usaha *laundry* adalah salah satu usaha *home industry* yang menjanjikan. Usaha *laundry* timbul karena memanfaatkan kesibukan dari masyarakat. Dari kesibukan berbagai kalangan masyarakat seperti mahasiswa, karyawan, dan ibu rumah tangga menyebabkan mereka tidak memiliki waktu untuk mencuci pakaian sehingga mereka menggunakan jasa *laundry*. Dalam jasa layanan *laundry* juga banyak memberikan promo dengan harga yang murah dan terjangkau bagi konsumen, sehingga dapat menarik konsumen untuk menggunakan jasa layanan *laundry* tersebut.

Usaha *laundry* bisa dijadikan pekerjaan sampingan bagi ibu rumah tangga, juga bisa sebagai pekerjaan utama bagi pengusaha, karena selain cara pengusahanya relatif mudah dan model usaha tidak terlalu besar, tetapi keuntungannya cukup besar sehingga sangat tepat dikembangkan sebagai upaya meningkatkan penghasilan dan kesejahteraan keluarga.

Usaha *laundry* di kota Pontianak berkembang pesat dengan semakin banyaknya *laundry* maka semakin banyak pesaing. Maka dari itu, mempertahankan konsumen merupakan faktor yang harus diperhatikan dalam usaha *laundry*, sehingga menuntut pengusaha *laundry* untuk melakukan inovasi dan pelayanan yang baik berkualitas agar konsumen menjadi puas. Endang Ekkawati merupakan pemilik usaha *laundry* di kota Pontianak dengan nama Laundry Zha-Bil yang terletak di Dr. Wahidin Jalan Ujung Pandang ini yang bergerak di bidang *laundry* kiloan yang di rintis sejak Tahun 2015 yang memiliki dua orang karyawan. Laundry Zha-Bil dalam menjalankan usahanya dihadapkan dengan semakin ketatnya persaingan dalam bisnis *laundry*.

Laundry Zha-Bil dalam memberikan pelayanan agar konsumen merasa puas dengan melakukan jemput antar pakaian sehingga konsumen memilih yang praktis meskipun Laundry Zha-Bil tidak di jalan utama tetapi lokasi nya tetap strategis dan mudah dijangkau oleh konsumen karena pemilik *laundry* tersebut juga ramah ke setiap konsumennya. Jadi itu dapat menunjang bahwa pelayanan Laundry Zha-Bil ini baik dan memuaskan konsumen dibuat agar memudahkan konsumen untuk mengenal Laundry Zha-Bil, seperti papan nama yang jelas dan mudah dikenali, tata letak penyimpanan yang di atur agar memudahkan karyawan untuk mencari pakaian konsumen, lokasi tempat usaha juga aman dan berada di tempat keramaian, dalam peralatan pun cukup memadai dan layak pakai. Kebutuhan *laundry* tersebut ingin ada penambahan peralatan seperti mesin cuci dan mesin pengering, untuk itu pihak *laundry* juga melakukan renovasi untuk menambah ruangan untuk peralatan tersebut.

Usaha *laundry* di kota Pontianak berkembang dengan cepat namun hanya sedikit yang memiliki izin usaha. Data mengenai jumlah *laundry* yang memiliki izin operasional di kota Pontianak disajikan pada Tabel 1.1

**Tabel 1.1**  
**Jumlah *Laundry* yang Memiliki Izin Operasional**  
**di Kota Pontianak**  
**Tahun 2021**

No	Kecamatan	Jumlah <i>Laundry</i>
1	Pontianak Barat	9
2	Pontianak Kota	7
3	Pontianak Selatan	1
4	Pontianak Tenggara	1
5	Pontianak Timur	1
6	Pontianak Utara	-
	<b>Jumlah Keseluruhan</b>	<b>19</b>

Sumber: Dinas Penanaman Modal, Tenaga Kerja dan PTSP Kota Pontianak, 2021

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa hanya sedikit *laundry* yang memiliki izin operasional sedangkan fakta di lapangan menunjukkan bahwa jumlah *laundry* yang beroperasi di kota Pontianak cukup banyak namun tidak memiliki izin operasional. Dalam penelitian ini, berdasarkan beberapa kecamatan di seluruh kota Pontianak peneliti akan melakukan penelitian di kecamatan Pontianak kota.

Berikut dapat dilihat ada beberapa *laundry* yang berizin di kecamatan Pontianak Kota disajikan pada Tabel 1.2.

**Tabel 1.2**  
**Daftar Nama Usaha *Laundry* Berizin di Kecamatan**  
**Pontianak Kota**  
**Tahun 2021**

No	Nama Usaha	Alamat Usaha
1	Endang Ekkawati	Jl. Ujung Pandang
2	Lisma	Jl. Karya Sosial Komp. Bumi Persada No.10
3	Kalesco	Jl. Danau Sentarum
4	Quickwash Laundry & Dry Clean	Jl. Danau Sentarum samping Komp. Mitra Raya Lestari IV
5	CV. Ikhlas	Jl. Putri Candramidi Gg. Sanjaya
6	Kalesco Laundry	Jl. Uray Bawadi No.83
7	Laundry Q	Jl. Putri Daranante Gg Sukarame No. 26 A

Sumber: Dinas Penanaman Modal, Tenaga Kerja dan PTSP Kota Pontianak, 2021

Tabel 1.2 menunjukkan bahwa terdapat tujuh *laundry* yang berada di Pontianak Kota yang juga akan menjadi pesaing Laundry Zha-Bil di lihat dari lokasi yang strategis karena berada di tepi jalan utama. Oleh karena itu, Laundry Zha-Bil harus memiliki inovasi terbaru dari segi layanan dan segi promosinya agar mampu bersaing dengan pesaing lain.

Jenis layanan dan tarif *laundry* pada Laundry Zha-Bil di kota Pontianak pada Tahun 2021 disajikan pada Tabel 1.3.

**Tabel 1.3**  
**Laundry Zha-Bil**  
**Jenis Layanan dan Tarif Usaha *laundry***  
**Tahun 2021**

No	Jenis Layanan <i>Laundry</i>	Tarif <i>Laundry</i> ( Rupiah )			
		Per Kg	Per Helai	Per Set	Per Unit
1	Cuci, Setrika, Pewangi ( Pakaian )	5.000	-	-	-
2	Cuci Biasa dan Pewangi ( Pakaian )	3.500	-	-	-

Tabel 1.3  
(Lanjutan)

3	<i>One Day Service</i> (Pakaian)	7.000	-	-	-
4	Jaket Besar	-	10.000	-	-
5	Sprei Besar	-	-	10.000	-
6	Sprei Kecil	-	-	7.000	-
7	<i>Bed Cover</i>	-	-	35.000	-
8	Selimut	-	10.000	-	-
9	Boneka Besar	-	-	-	30.000
10	Boneka Kecil	-	-	-	10.000

Sumber : Laundry Zha-Bil, 2021

Tabel 1.3 Jenis layanan cuci, setrika dan pewangi merupakan jasa *laundry* dengan waktu penyelesaian selama dua hari terhitung konsumen mengantar pakaian ataupun pihak *laundry* yang menjemput pakaian tersebut. Layanan cuci biasa dan pewangi merupakan jasa *laundry* pakaian dengan fasilitas tanpa setrika dalam jangka waktu tiga hari terhitung konsumen datang ke tempat *laundry*. Layanan *One Day Service* merupakan jasa *laundry* dengan waktu penyelesaian satu hari selesai terhitung konsumen datang ke tempat *laundry*. Laundry Zha-Bil mengandalkan bagi yang melebihi 6 kg yang biasanya Rp 5.000,00 menjadi Rp 4.000,00. Laundry Zha-Bil juga menyediakan layanan jasa jemput antar pakaian seperti setiap konsumen yang ingin mencuci pakaian apabila melebihi 3 kg tidak ada biaya jasa jemput pakaian tersebut. Layanan tersebut dilakukan agar mendapatkan konsumen tetap dan meningkatkan kepuasan konsumen sehingga banyak konsumen yang lebih berminat karena penerapan tersebut.

Langkah awal dari proses layanan *laundry* ini seperti penerimaan barang yang akan di cuci, kemudian dilanjutkan dengan penimbangan pakaian, setelah

itu melakukan pembayaran, menunggu proses pencucian, pengeringan, penyetricaan, pengemasan dan kemudian siap diambil atau diantar sesuai permintaan konsumen dan jangka waktu sesuai jenis dan tarif masing-masing.

Laundry Zha-Bil menggunakan berbagai jenis peralatan yang disajikan pada Tabel 1.4.

**Tabel 1.4**  
**Laundry Zha-Bil**  
**Peralatan-peralatan yang digunakan dalam usaha *laundry***  
**Tahun 2021**

<b>No</b>	<b>Jenis Peralatan</b>	<b>Jumlah</b>
1	Mesin Cuci	2 Unit
2	Mesin Pengering Pakaian	2 Unit
3	Timbangan	1 Unit
4	Rak Penyimpanan	1 Unit
5	Kalkulator	1 Unit
6	Meja	2 Unit
7	Kursi	3 Unit
8	Setrika	2 Unit
	<b>Total</b>	<b>14 Unit</b>

Sumber: Laundry Zha-bil, 2021

Tabel 1.4 menunjukkan bahwa semua peralatan tersebut masih layak pakai dan dapat memenuhi kepuasan konsumen. Laundry Zha-Bil dalam menjalankan usahanya pasti mendapat keluhan dari konsumen atas dari segi kepuasan konsumen maupun pelayanan dari pihak *laundry*. Jika terjadi misalnya terdapat ketidakpuasan konsumen seperti baju hilang atau baju yang di cuci masih kotor itu tentu akan membuat konsumen kecewa paling tidak kehilangan kepercayaan atas *laundry* tersebut. Jika/ hal itu terjadi, pihak *laundry* akan melakukan penggantian maksimal tiga kali lipat dari harga cucian.

Untuk mengetahui bahwa tingkat perkembangan persentase meningkat atau menurun, perkembangan jumlah pendapatan *laundry* dalam rupiah pada Laundry Zha-Bil Pontianak di Tahun 2018-2020 disajikan pada Tabel 1.5.

**Tabel 1.5**  
**Laundry Zha-Bil**  
**Perkembangan Jumlah Pendapatan dalam Rupiah**  
**Tahun 2018-2020**

No	Jenis <i>Laundry</i>	2018	2019	2020
		Jumlah Pendapatan ( Rp )	Jumlah Pendapatan ( Rp )	Jumlah Pendapatan ( Rp )
1	Cuci,Setrika dan Pewangi ( Pakaian )	78.485.000	60.320.000	80.885.000
2	Cuci Biasa dan Pewangi ( Pakaian )	37.583.000	38.321.000	37.484.000
3	<i>One Day Service</i>	9.954.000	8.190.000	7.280.000
4	Jaket Besar	11.640.000	12.500.000	5.350.000
5	Sprei Kecil	5.380.000	5.110.000	3.830.000
6	Sprei Besar	2.359.000	3.388.000	2.058.000
7	<i>Bed Cover</i>	10.080.000	9.940.000	8.225.000
8	Selimut	14.950.000	10.580.000	9.400.000
9	Boneka Besar	8.070.000	12.480.000	5.130.000
10	Boneka Kecil	1.970.000	2.150.000	1.570.000
<b>Total</b>		<b>180.471.000</b>	<b>162.979.000</b>	<b>161.212.000</b>

Sumber : Laundry Zha-Bil,2021

Tabel 1.5 menunjukkan bahwa jumlah pendapatan Laundry Zha-Bil selama Tahun 2018-2020 secara keseluruhan mengalami penurunan. Pada Tahun 2019 jumlah pendapatan laundry mengalami penurunan dibandingkan dengan Tahun 2018 sebesar 9,7 %. Pada tahun 2020 jumlah pendapatan laundry mengalami penurunan lagi dibandingkan dengan Tahun 2019 sebesar 1,1 %. Oleh karena itu, berbagai upaya harus dilakukan oleh Laundry Zha-Bil mendapatkan kepuasan dari konsumen terhadap pelayanannya sehingga dapat mempertahankan konsumen yang sudah ada.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemilik Laundry Zha-Bil, ketidakpuasan konsumen seperti pengantaran yang lambat dan baju masih sedikit kotor. Oleh karena itu, konsumen langsung menyampaikan keluhan terhadap ketidakpuasan tersebut sehingga pihak *laundry* langsung bisa menyadari kesalahannya dan mengendalikan diri agar tidak mengulang kesalahan yang sama.

Laundry Zha-Bil juga memfokuskan lebih utama yaitu kepuasan konsumen terhadap pelayanannya, jika ada keluhan atas ketidakpuasan konsumen maka pihak *laundry* akan lebih cepat dan sadar akan kesalahan tersebut agar konsumen tidak kecewa. Hal ini dilakukan agar konsumen tidak menganggap pihak *laundry* tidak bertanggungjawab atas kesalahan tersebut.

Laundry Zha-Bil juga mempunyai jaminan akan kejujuran, ramah, tepat waktu dan jujur dalam melakukan seperti penimbangan pakaian. Selain itu, Laundry Zha-Bil juga menjamin pakaian tetap dicuci bersih, tidak rusak dan tidak tertukar dengan pakaian konsumen yang lain. Karyawan juga di haruskan teliti dalam perhitungan jumlah pakaian agar terhindar dari kurangnya hitungan baju ataupun lebihnya hitungan baju.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Analisis Kepuasan Konsumen Laundry Zha-Bil Di Kota Pontianak “.



## **B. Permasalahan**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah “Bagaimanakah Kepuasan Konsumen pada Laundry Zha-Bil di Kota Pontianak?”.

## **C. Pembatasan Masalah**

Untuk memudahkan pembahasan dari penelitian, maka diperlukan batasan masalah agar tujuan penelitian dapat dicapai. Maka permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada kepuasan konsumen Laundry Zha-Bil di kota Pontianak yang diukur menggunakan lima dimensi kualitas jasa yaitu:

1. Reliabilitas (*reliability*)
2. Daya Tanggap (*responsiveness*)
3. Jaminan (*assurance*)
4. Empati (*emphaty*)
5. Bukti Fisik (*tangibles*)

## **D. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kepuasan konsumen pada Laundry Zha-Bil di kota Pontianak.

## **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Bagi Penulis

Penelitian ini merupakan sarana dalam mengaplikasikan berbagai teori yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan yang diterapkan ke dalam suatu penelitian ilmiah di bidang pemasaran.

## 2. Bagi Laundry Zha-Bil

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan untuk mengetahui kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa *laundry*.

## 3. Bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi rekan-rekan mahasiswa maupun pihak lain yang ingin melakukan penelitian yang berkaitan dengan kepuasan konsumen.

## F. Kerangka Pemikiran

Berbagai macam usaha yang bergerak dibidang jasa pasti memperhatikan kepuasan konsumen akan pelayanan kepada setiap konsumen yang menggunakan jasa *laundry* tersebut agar kepuasan terus meningkat.

Menurut Westbrook & Reily dalam Tjiptono (2014:353): ” Berpendapat bahwa kepuasan pelanggan adalah respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan”.

Dalam kualitas jasa menurut Tjiptono (2014:282) terdiri dari lima dimensi dalam menentukan kualitas jasa, yaitu:

1. Reliabilitas (*reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap.
3. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
4. Empati (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.
5. Bukti Fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Penilaian kepuasan konsumen menggunakan metode Diagram Kartesius didasarkan pada Skala Likert dengan lima kategori penilaian pada masing-masing aspek pertanyaan. Dan juga pada lima dimensi utama kepuasan konsumen yaitu reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik.

Evaluasi kepuasan konsumen menggunakan metode Diagram Kartesius mencakup perhitungan perbedaan diantara nilai yang di berikan konsumen untuk setiap pertanyaan berkaitan dengan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen.

Adapun penelitian terdahulu yang menjadi referensi dalam penelitian ini antara lain :

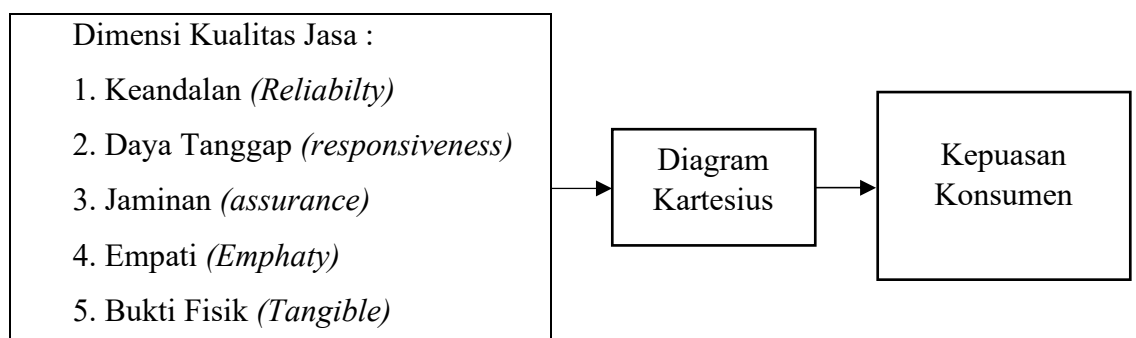
1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Ramadhani, dkk (2020) dengan judul “ Analisis Kepuasan Pelanggan Dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Pada Jasa *Laundry* Adiba Laundry Martapura “. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa tingkat kualitas pelayanan Adiba Laundry adalah sebesar 1374 dan tingkat kepuasan pelanggan Adiba Laundry adalah sebesar 1408 yang berarti bahwa Adiba Laundry mampu memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan sebesar 97,58 %. Dan masih terdapat pelayanan lainnya yang perlu dilakukan peningkatan untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan jasa *laundry* Adiba Laundry secara maksimal.
2. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Fadillah, dkk (2020) dengan judul “ Analisis Kepuasan Pelanggan ABC Laundry dengan menggunakan metode *Service Quality, Importance Performance Analysis (IPA)* dan

*Customer Satisfaction Index (CSI)* “. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan sudah merasa sangat puas terhadap pelayanan dengan menggunakan metode *Customer Satisfaction Index (CSI)* yaitu sebesar 91 %. Pada pengujian dengan metode *Importance Performance Analysis (IPA)* terdapat 5 atribut yang masuk ke dalam *kuadran I* yang artinya ada 5 atribut pelayanan yang belum maksimal. Berdasarkan pengujian dengan metode *Servqual* urutan perbaikan dimulai dari atribut *EI* ( pihak *laundry* mampu memberikan penyelesaian atas keluhan dari pelanggan) yang memiliki nilai negatif paling besar.

Penelitian ini menggunakan lima dimensi kualitas jasa yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen usaha Laundry Zha-Bil di kota Pontianak.

Kerangka pemikiran penelitian ini di gambarkan sebagai berikut.

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran**  
**Analisis Kepuasan Konsumen Laundry Zha-Bil di Kota Pontianak**



## G. Metode Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Metode Penelitian yang digunakan oleh penulis ini dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Menurut Sugiyono (2014:147) “Metode Deskriptif adalah metode yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi”.

### 2. Teknik Pengumpulan Data

#### a. Data Primer

Menurut Siregar (2017:37) “Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan”.

Data Primer yang dikumpulkan dalam penelitian ini terdiri dari:

#### 1) Wawancara

Menurut Siregar (2017:40) “Wawancara adalah proses memperoleh keterangan/data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dan responden dengan menggunakan alat yang dinamakan panduan wawancara”. Disini penulis melakukan wawancara secara langsung dengan pemilik *laundry* yaitu Endang Ekkawati untuk memperoleh informasi yang lengkap. Dari hasil wawancara dengan pemilik *laundry*, bahwa ketidakpuasan konsumen seperti pengantaran yang lambat dan baju sedikit masih

kotor. Oleh karena itu, konsumen langsung menyampaikan keluhan tersebut kepada pihak *laundry*.

## 2) Kuesioner

Menurut Siregar (2017:44) “Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi, yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau sistem yang sudah ada”. Disini penulis akan mengajukan kuesioner untuk konsumen yang menggunakan jasa *laundry*.

### b. Data sekunder

Menurut Siregar (2017:37) “Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya”. Data sekunder yang diperoleh dari perusahaan seperti jenis layanan *laundry*, tarif usaha *laundry*, dan data pendapatan.

## 3. Populasi dan Sampel

### a) Populasi

Menurut Sugiyono (2014:80) “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah semua konsumen yang pernah menggunakan jasa Laundry Zha-Bil di kota Pontianak.

b) Sampel

Menurut Sugiyono (2014:81) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Pada penelitian ini, jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka untuk menentukan sampel digunakan rumus dari Purba (1996) dalam Sujarweni (2015:155), yaitu sebagai berikut:

$$n = Z^2/4(Moe)^2$$

Di mana :

$n$  = jumlah sampel

$Z$  = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

$Moe$  = *Margin Of Error Max*, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau yang diinginkan.

Dengan menggunakan *margin of error max* sebesar 10%,

maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar:

$$n = 1,96/4(0,10)^2$$

$$n = 96,04 \text{ atau } 97$$

Berdasarkan rumus diatas, maka minimum sampel dalam penelitian ini sebanyak 96,04 tetapi penulis membulatkan jumlah sampel menjadi 100 responden, untuk mempermudah perhitungan sampel dalam penelitian ini.

Tujuan dari pengambilan sampel ini adalah untuk memperoleh keterangan mengenai objeknya hanya dengan mengamati sebagian dari

populasi. Menurut Siregar (2017:60) ”*Purposive Sampling* merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu”. Maka pertimbangan sampel dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Usia responden minimal 18 tahun
2. Responden yang pernah menggunakan jasa Laundry Zha-bil minimal 2 kali

#### 4. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:38): “Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Dengan demikian, variabel dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen pada Laundry Zha-Bil yang diukur dengan menggunakan lima dimensi kualitas jasa yaitu reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan bukti fisik (*tangible*).

#### 5. Skala Pengukuran

Variabel penelitian ini diukur menggunakan Skala Likert untuk mengukur kepuasan konsumen terhadap usaha Laundry Zha-Bil di kota Pontianak. Menurut Sugiyono (2014:93) “ Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial.” Skala likert yang terdiri dari berbagai data yang



diperoleh dari daftar pertanyaan yang disebarkan kepada responden. Kuesioner ini dibuat untuk menjawab mengenai tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan responden. Adapun skor pertanyaan tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan masing-masing adalah sebagai berikut:

Skala pengukuran variabel dalam penelitian ini disajikan pada Tabel 1.6.

**Tabel 1.6**  
**Skala Pengukuran Variabel Penelitian**

<b>Tingkat Kepentingan</b>	<b>Skor</b>	<b>Tingkat Kepuasan</b>	<b>Skor</b>
Sangat Baik (SB)	5	Sangat Puas (SP)	5
Baik (B)	4	Puas (P)	4
Cukup Baik (CB)	3	Cukup Puas (CP)	3
Kurang Baik (KB)	2	Kurang Puas (KP)	2
Tidak Baik (TB)	1	Tidak Puas (TP)	1

Data yang diperoleh dari hasil wawancara dan kuesioner, lalu data yang diperoleh di analisa dimana pengukuran kualitas jasa dalam metode Diagram Kartesius ini didasarkan pada skala multi item yang dirancang untuk mengukur tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan konsumen. Serta menggunakan lima dimensi kualitas jasa yaitu (reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik). Kelima dimensi kualitas tersebut dijabarkan dalam beberapa butir pertanyaan untuk atribut tingkat kepentingan dan tingkat kepuasan berdasarkan skala likert.

## 6. Teknik analisis Data

Untuk mengukur analisis data dapat dilakukan dengan menggunakan beberapa alat analisis :

### a. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2014:267) “Uji validitas merupakan derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan daya yang dapat dilaporkan oleh peneliti”.

Teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah korelasi *product moment*, yaitu dengan mengkolerasikan antara skor item pernyataan dengan total skor item pertanyaan. Instrumen pengukuran dikatakan memiliki validitas tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur yang sesuai dengan maksud dilakukan pengukuran tersebut. Secara statistik, angka korelasi yang diperoleh akan dibandingkan dengan angka korelasi dengan tingkat signifikansi 0,05. Dikatakan valid apabila nilai korelasi diatas 0,195 (0,05), dapat dilihat pada tabel  $\tau$  *product moment*  $\alpha = 0,05$ , n (sampel)= 100, sehingga dapat dilihat nilai  $\tau$  tabel dua arah adalah 0,195.

### b. Uji Reliabilitas

Menurut Sugiyono (2014:268) “ Reliabilitas berkenaan dengan derajat konsistensi dan stabilitas data atau temuan. Dalam pandangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih peneliti dalam obyek yang sama menghasilkan data yang sama,

atau peneliti sama dalam waktu berbeda menghasilkan data yang sama, atau sekelompok data bila dipecah menjadi dua menunjukkan data yang tidak berbeda”.

Semakin tinggi reliabilitas suatu alat ukur, maka semakin stabil alat tersebut untuk digunakan. Tingkat reliabilitas suatu  $\alpha$  konstruk/variabel penelitian dapat dilihat dari hasil statistik *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) suatu variabel dikatakan *reliable* jika memberikan nilai *Cronbach alpha*  $> 0,60$  , semakin nilai alphanya mendekati satu maka nilai reliabilitas datanya semakin terpercaya.

#### c. Diagram Kartesius

Analisis mengenai kepuasan konsumen dalam penelitian ini menggunakan Diagram Kartesius. Menurut Supranto (2011:241) “ Diagram Kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua garis yang berpotongan tegak lurus pada titik-titik ( $\bar{X}$  ,  $\bar{Y}$  ), dimana  $\bar{X}$  merupakan skor rata-rata tingkat kepuasan dan  $\bar{Y}$  adalah skor rata-rata tingkat kepentingan”. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$\bar{X} = \frac{\sum Xi}{n} \qquad \bar{Y} = \frac{\sum Yi}{n}$$

Sumber : Supranto (2011:241)

Keterangan :

$\bar{X}$  = Skor rata-rata tingkat kepuasan

$\bar{Y}$  = Skor rata-rata tingkat kepentingan

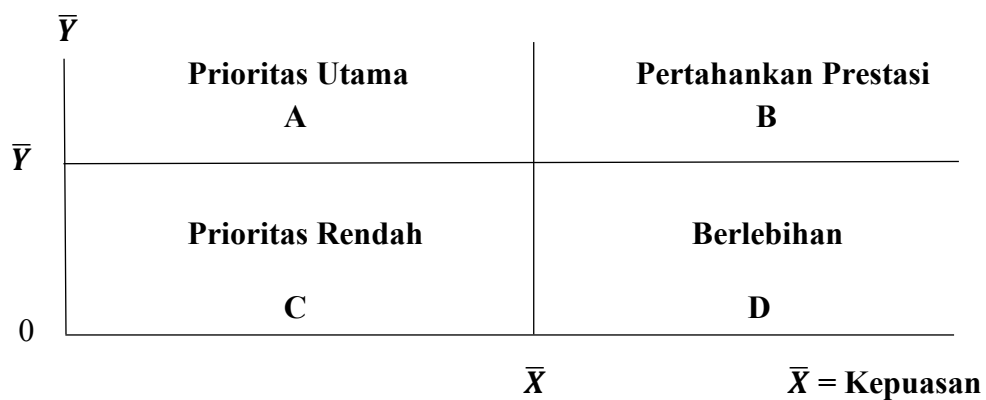
$n$  = Jumlah responden

$X_i$  = Skor penilaian tingkat kepuasan

$Y_i$  = Skor penilaian tingkat kepentingan

Selanjutnya hasil perhitungan tersebut dimasukkan ke dalam Diagram Kartesius yang dapat dilihat pada Gambar 1.2.

**Gambar 1.2**  
**Diagram Kartesius**



Sumber : Supranto (2011:242)

Keterangan :

- A. Menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap mempengaruhi kepuasan pelanggan, termasuk unsur-unsur jasa yang dianggap sangat penting, namun manajemen belum melaksanakannya sesuai keinginan pelanggan. Sehingga mengecewakan/tidak puas.
- B. Menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan, untuk itu wajib dipertahankannya. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.
- C. Menunjukkan beberapa faktor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan, pelaksanaannya oleh perusahaan biasa-biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

D. Menunjukkan faktor yang mempengaruhi pelanggan kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian pembahasan yang telah dilakukan pada bab pembahasan sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Hasil analisis diagram kartesius menunjukkan bahwa rata-rata dari skor tingkat kepentingan adalah ( $\bar{y} = 391,2$ ), sedangkan nilai dari skor tingkat kepuasan ( $\bar{x} = 384,28$ ). Hal ini berarti bahwa tingkat kepentingan yang dirasakan oleh konsumen lebih tinggi dibandingkan dengan tingkat kepuasan, sehingga konsumen merasa tidak puas pada Laundry Zha-Bil tersebut.
2. Kuadran A berisi dimensi yang dilakukan Laundry Zha-Bil yang dianggap penting oleh konsumen. Dimensi yang berada di kuadran A adalah pakaian hasil *laundry* bersih dari noda kotor dan bau tidak sedap, karyawan mengucapkan salam pembuka (selamat pagi/ siang/ malam/ bapak/ ibu) pada awal pelanggan datang, dan lokasi *laundry* strategis dan berada di tempat keramaian.
3. Kuadran B berisi dimensi yang dilakukan Laundry Zha-Bil yang dianggap sesuai dengan harapan konsumen. Dimensi yang berada di kuadran B adalah hasil setrikaan pakaian rapi dan tidak kusut, wangi pakaian tahan lama, jangka waktu penyelesaian *laundry* sesuai dengan yang dijanjikan, kemampuan karyawan dalam merespon setiap permintaan pelanggan, jumlah dan jenis pakaian dalam bukti

penerimaan sama dengan yang diterima pelanggan, kecepatan karyawan dalam mencari pakaian pelanggan di rak penyimpanan dan karyawan sopan kepada pelanggan, karyawan ramah kepada pelanggan.

4. Kuadran C berisi dimensi yang berada pada tingkat cukup tinggi. Dan kinerja yang dilakukan oleh Laundry Zha-Bil belum sepenuhnya sesuai dengan harapan konsumen. Dimensi yang berada di kuadran C adalah kesiapan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, kesediaan karyawan dalam mendengarkan keluhan pelanggan, karyawan menjawab setiap pertanyaan sesuai dengan pernyataan yang diajukan pelanggan, karyawan mengucapkan terimakasih saat pelanggan pergi, cara berkomunikasi karyawan mudah dipahami, atribut usaha *laundry* seperti papan nama mudah dikenali, tata letak rak penyimpanan mempercepat karyawan dalam mencari hasil *laundry* pakaian dan ruang tunggu besar dan disediakan kursi.
5. Kuadran D berisi dimensi yang berada di titik rendah dan kinerja yang dilakukan oleh Laundry Zha-Bil yang dianggap biasa - biasa saja karena dianggap kurang memuaskan tetapi dilaksanakan dengan baik. Dimensi yang berada di kuadran D adalah ketepatan karyawan dalam melakukan penimbangan pakaian, jaminan warna dan bahan pakaian tidak rusak, jaminan pakaian tidak tertukar, karyawan yang selalu memahami dengan baik setiap keluhan para pelanggan *laundry*, kondisi tempat parkir yang luas dan hasil *laundry* dikemas dalam plastik yang tidak mudah rusak.

## B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, peneliti dapat memberikan saran-saran yang kemudian dijadikan bahan pertimbangan untuk perbaikan dimasa yang akan datang.

Adapun saran-saran yang penulis berikan adalah sebagai berikut:

1. Pada jenis layanan bisa ditambah dengan pencucian karpet.
2. Pada Dimensi Reliabilitas, sebaiknya kesigapan karyawan dalam memberikan pelayanan lebih cepat.
3. Pada Dimensi Daya Tanggap, Harus diperhatikan lagi dalam kesediaan mendengarkan keluhan pelanggan.
4. Pada Dimensi Jaminan, Perlu diperhatikan lagi dalam penimbangan pakaian, lebih teliti agar warna dan bahan pakaian tidak rusak dan juga saat mengemaskan atau *packing* pakaian sebaiknya lebih teliti agar tidak terjadi pakaian tertukar.
5. Pada Dimensi Empati, lebih bisa memahami dengan baik setiap keluhan para pelanggan *laundry* dan menjawab dengan baik pertanyaan yang diajukan dan lebih ramah berkomunikasi dengan pelanggan.
6. Pada Dimensi Bukti Fisik, sebaiknya kondisi parkir perlu di perluas agar kendaraan tidak menghalangi konsumen, atribut seperti papan nama di perbesar agar mudah ditemukan dan mudah dibaca, didalam rak penyimpanan perlu di rapikan agar karyawan cepat dalam mencari pakaian pelanggan, lebih memperhatikan lagi saat



mengemaskan pakaian tidak dengan plastik yang mudah rusak dan juga sebaiknya ruang tunggu perlu di sediakan kursi lebih banyak.

## DAFTAR PUSTAKA

- Fadillah, Haris. Aulia F. Hadining. Rianita Puspa Sari. 2020. Analisis Kepuasan Pelanggan ABC *Laundry* Dengan Menggunakan *Service Quality*, *Importance Performance Analysis* (IPA) Dan *Customer Satisfaction Index* (CSI). *Jurnal Teknik Industri*. Vol. 15. No. 1.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua belas. Cetakan Pertama. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009, *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta, Erlangga.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Alfabeta, Bandung.
- Ramadhani, Abdi. Dwi Wahyu Artiningsih. M. Harlie. 2020. Analisis Kepuasan Pelanggan Dalam Upaya Meningkatkan Pelayanan Pada Jasa *Laundry* Adiba Laundry Martapura.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Bandung.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*. Pustaka Baru Press, Yogyakarta
- Supranto, J. 2011. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*. PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Siregar, Syofian. 2017. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa*. CV. Andi Offset, Yogyakarta.