

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan ekonomi, keseimbangan antara produksi, distribusi, dan konsumsi menjadi faktor utama dalam kegiatan usaha. Ketiga proses ini saling berinteraksi untuk menghasilkan barang maupun jasa yang dapat diperjualbelikan. Jasa sendiri bukanlah sesuatu yang berwujud secara fisik, namun memiliki peran penting dalam pemenuhan kebutuhan masyarakat. Keberadaan jasa memungkinkan individu maupun perusahaan memperoleh manfaat tanpa harus memiliki produk fisik secara langsung (Ihwanudin dkk., 2020).

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi telah mendorong perubahan dalam kehidupan masyarakat yang terus berkembang seiring berjalannya waktu. Indonesia merupakan negara berkembang dengan masyarakat yang sibuk menjalani berbagai aktivitas, sehingga membagi waktu antara pekerjaan di rumah dan di luar menjadi tantangan tersendiri. Kegiatan yang padat ini berdampak pada perubahan gaya hidup masyarakat, yang kini lebih memilih segala hal yang dilakukan dengan cepat dan praktis. Salah satu kebutuhan yang membutuhkan kemudahan dan kepraktisan adalah mencuci dan menyetrica pakaian. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut, kini sudah banyak dan semakin berkembang perusahaan jasa khususnya yang bergerak pada bidang mencuci pakaian atau yang dikenal dengan laundry (Mahasin, 2022).

Usaha laundry merupakan usaha yang bergerak di bidang jasa cuci dan setrika. Layanan ini menjadi salah satu pilihan gaya hidup masyarakat di perkotaan karena tuntutan kesibukan dari berbagai kalangan seperti pelajar, mahasiswa, ibu rumah tangga, karyawan atau karyawan negeri maupun swasta memilih jasa laundry kiloan yang praktis, mudah, dan cepat untuk meringankan pekerjaan mencuci dan menyetrika pakaian dengan hasil yang baik (Nadila, 2021). Selain itu, beberapa orang juga memanfaatkan jasa laundry kiloan karena tidak dapat mencuci barang-barang besar seperti spre, bed cover, boneka, karpet, atau gordena. Peluang usaha laundry kiloan pun terus berkembang di berbagai lokasi mulai dari daerah terpencil hingga kawasan yang ramai, mengingat semakin banyak orang yang membutuhkan layanan ini.

Laundry pertama kali muncul dengan sistem cuci per potong pakaian, namun biayanya cukup mahal. Seiring berjalannya waktu dan perkembangan teknologi, layanan laundry pun berkembang dengan sistem kiloan. Dengan sistem ini, satu kilogram pakaian bisa mencuci empat sampai enam potong pakaian, yang tentunya menguntungkan konsumen karena harganya lebih terjangkau. Tarif jasa laundry kiloan yang terjangkau juga menjadi alasan semakin banyak orang yang menggunakan layanan ini baik untuk masa kini maupun masa yang akan datang. Hal ini memicu munculnya persaingan usaha baru di masyarakat, baik yang berskala kecil, menengah, maupun besar. Dengan semakin banyaknya usaha laundry kiloan, pemilik usaha perlu menyusun strategi pemasaran agar bisnisnya tetap berjalan. Tujuan utama pemilik usaha dalam menjalankan usahanya adalah mendapatkan respon atau kepuasan dari konsumen. Dalam dunia usaha, kepuasan

konsumen sangat berpengaruh terhadap kelangsungan usaha, terutama dalam bisnis jasa (Atmaja dkk., 2018).

Kepuasan konsumen adalah penilaian terhadap kualitas produk atau layanan yang diberikan, yang membuat konsumen merasa puas dengan apa yang mereka dapatkan (Lovell & Wirtz, 2011). Keberadaan kepuasan konsumen merupakan sebuah proses yang penting, karena tahapan ini menentukan apakah seorang konsumen akan kembali membeli produk atau layanan tersebut. Perilaku konsumen dipengaruhi oleh berbagai alasan yang mendorong mereka dalam memilih dan menggunakan produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan pribadi, kelompok, atau organisasi (Indrayani dkk., 2014). Demi mendapatkan respon yang diinginkan dari konsumen, tentunya para pemilik usaha harus memperhatikan hal – hal yang dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen.

Dalam kehidupan sehari – hari konsumen cenderung menunjukkan kepuasan terhadap jasa yang digunakan sesuai dengan harapan konsumen. Terdapat beberapa faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen secara signifikan yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan, harga, emosi, kemudahan dan lokasi (Kotler dan Keller, 2012). Kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk atau layanan dalam memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen, meliputi aspek seperti ketahanan, keandalan, kemudahan penggunaan, serta performa. Kemampuan suatu produk atau layanan dalam memenuhi kebutuhan dan ekspektasi konsumen tidak hanya bergantung pada kualitas produk itu sendiri, tetapi juga pada kualitas pelayanan yang diberikan. Kualitas pelayanan mencerminkan bagaimana pelaku usaha melayani konsumennya, termasuk keramahan, kecepatan, ketepatan dan kenyamanan dalam memberikan layanan. Pelayanan yang baik akan

meningkatkan pengalaman konsumen dan memperkuat kesan positif terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Dari hal tersebut harga yang ditetapkan harus sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan, serta disesuaikan dengan target pasar yang ingin dijangkau. Harga yang tepat akan membuat konsumen merasa mendapatkan nilai yang sebanding dengan apa yang mereka bayar. Maka dari itu, pengalaman konsumen harus diperhatikan dari layanan yang diberikan dengan bagaimana perasaan mereka saat menggunakan layanan yang diberikan, apakah itu rasa puas, senang, atau bahkan kenyamanan yang mereka rasakan saat menggunakan layanan tersebut. Jika konsumen merasa mudah dalam mengakses layanan yang diberikan baik melalui toko fisik, akan lebih cenderung untuk kembali membeli. Lokasi yang strategis mempermudah konsumen untuk mengakses produk atau layanan, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan mereka. Semua komponen tersebut saling terkait, dan jika dikelola dengan baik, akan dapat meningkatkan kepuasan konsumen secara optimal.

Pemilik usaha dapat memahami dengan baik faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap suatu produk dan layanan, serta menentukan langkah-langkah untuk meningkatkannya, maka pemilik usaha dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan memperoleh keuntungan yang lebih besar. Seorang konsumen tentu mengharapkan kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan merupakan cara penyampaian layanan yang baik, sesuai harapan konsumen, dan memenuhi kebutuhan serta keinginan konsumen (SA & Ekawati, 2016). Dalam hal ini, kualitas pelayanan tidak hanya sebatas pada kecepatan atau efisiensi, tetapi juga mencakup sikap, keramahan, serta keterampilan dari tenaga kerja yang memberikan pelayanan kepada konsumen. Selain itu, menurut

(Ramenusa, 2013) kualitas layanan adalah faktor utama yang mendorong loyalitas konsumen. Hal ini berkaitan erat dengan perilaku konsumen, di mana pengalaman yang memuaskan akan menciptakan hubungan yang lebih kuat antara konsumen dengan perusahaan. Konsumen yang merasa puas dengan pelayanan yang diterima cenderung akan menjadi pelanggan setia dan bahkan merekomendasikan produk atau layanan kepada orang lain. Sebagai seorang konsumen tentunya akan memilih pelayanan yang sesuai dengan harapan mereka. Kepuasan konsumen yang tinggi terhadap layanan dapat mendorong konsumen untuk kembali dikemudian hari dan akan memperkuat citra perusahaan di mata konsumen. Dengan demikian, kualitas pelayanan tidak hanya berperan dalam meningkatkan kepuasan tetapi juga dapat berkontribusi pada kesuksesan jangka panjang perusahaan (Pranata & Suwena, 2024). Persaingan usaha tidak hanya bergantung pada kualitas pelayanan yang baik, tetapi juga memerlukan harga yang sesuai agar dapat menjangkau lebih banyak calon konsumen.

Harga adalah salah satu faktor yang berperan dalam menciptakan kepuasan konsumen. Harga merupakan elemen pemasaran yang paling fleksibel, karena dapat disesuaikan atau diubah sesuai dengan kondisi pasar atau strategi yang diterapkan (Zulqoidah & Chasanah, 2022). Harga suatu produk atau jasa mencerminkan sejauh mana konsumen merasa puas dengan barang atau jasa yang dibelinya. Penentuan harga yang tepat dapat mempengaruhi jumlah penjualan produk atau jasa perusahaan. Sebuah teori menyatakan bahwa permintaan dan harga berbanding terbalik yaitu semakin tinggi harga, semakin rendah permintaan terhadap produk. Harga menjadi faktor yang berpengaruh secara nyata dan kuat pada keputusan untuk melakukan pembelian. Kebijakan harga selalu terkait dengan sejauh mana

konsumen merasa nilai yang diterima sesuai dengan harga yang dibayar. Dari sudut pandang konsumen, harga seringkali digunakan sebagai indikator nilai, terutama jika harga tersebut dibandingkan dengan manfaat yang dirasakan dari produk atau jasa. Permintaan harga terhadap konsumen akan suatu produk atau jasa adalah faktor kunci dalam penentuan harga. Permintaan terhadap produk atau jasa dipengaruhi oleh berbagai pertimbangan, dengan harga menjadi salah satu diantaranya. Pertimbangan tersebut antara lain adalah kemampuan dan keinginan mereka untuk membeli. Harga memegang peranan penting dalam kesuksesan suatu usaha, karena penetapan harga yang tidak tepat, terlalu tinggi tanpa memperhitungkan daya beli masyarakat sekitar dapat berisiko menyebabkan kegagalan usaha.

Faktor selanjutnya yang menentukan kepuasan konsumen dalam membeli produk atau menggunakan jasa suatu usaha adalah lokasi usaha itu sendiri. Menurut (Syahidin & Adnan, 2022) lokasi adalah tempat di mana perusahaan atau usaha menjalankan operasionalnya untuk menyediakan produk atau layanan kepada konsumen. Lokasi usaha juga berpengaruh signifikan terhadap biaya operasional perusahaan, karena harga produk atau jasa yang ditawarkan dapat memengaruhi daya saing perusahaan dalam industri tersebut. Tempat usaha yang strategis sangat mempengaruhi keberlangsungan sebuah usaha, karena pemilihan lokasi yang tepat menjadi faktor penting dalam keberhasilan usaha. Lokasi yang strategis dapat memengaruhi kemudahan akses konsumen, tingkat persaingan, serta peluang pasar yang tersedia. Selain mempertimbangkan kedekatan dengan konsumen, aspek strategis lainnya seperti kepadatan penduduk, aksesibilitas, dan kondisi lingkungan sekitar juga perlu diperhatikan dalam menentukan lokasi usaha. Dari kegiatan

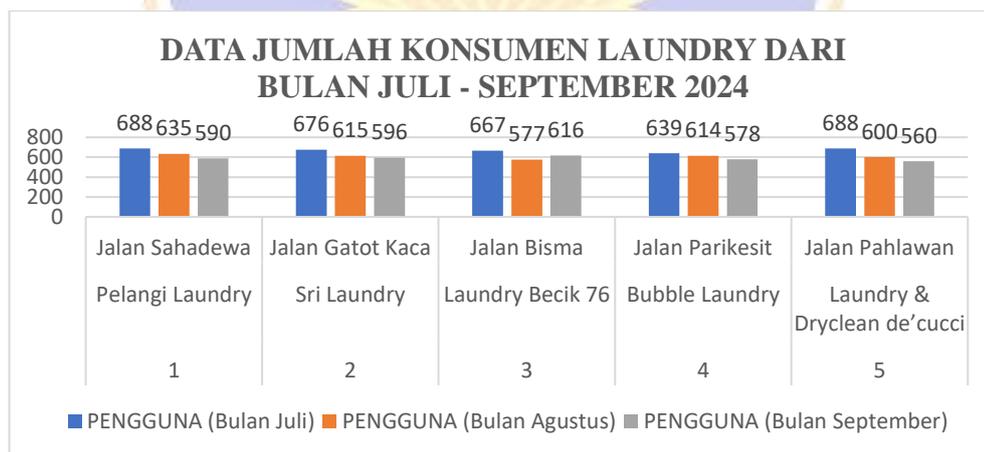
tersebut perusahaan dapat menghasilkan profit atau keuntungan dan menjadi faktor penentu kepuasan konsumen dalam pembelian produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

Berdasarkan uraian di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian pada usaha laundry di Kelurahan Banjar Tegal, salah satu wilayah di Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng, yang sedang berkembang pesat. Kelurahan ini merupakan bagian dari 29 desa atau kelurahan yang ada di Kecamatan Buleleng, Provinsi Bali (Krysara, 2020). Dengan ketinggian 18 meter di atas permukaan laut dan luas wilayah sebanyak 76.570 hektar (STIE STEKOM, 2022). Jumlah penduduk di Kelurahan Banjar Tegal tercatat sekitar 2.830 jiwa, yang terdiri dari 1.405 laki-laki dan 1.425 perempuan. Secara administratif, kelurahan ini berbatasan dengan Kelurahan Kaliuntu di sebelah utara, Kelurahan Paket Agung di selatan, Kelurahan Kendran di timur, dan Kelurahan Banyuasri di barat. Seiring dengan pertumbuhan penduduk dan aktivitas masyarakat yang semakin tinggi, kebutuhan akan jasa laundry juga semakin meningkat. Hal ini membuat banyak usaha laundry tumbuh di kelurahan ini untuk memenuhi permintaan masyarakat yang terus berkembang.

Berdasarkan data yang didapat dari wawancara dan penelusuran lapangan di Kelurahan Banjar Tegal, diketahui bahwa antara tahun 2020 hingga 2022, jumlah usaha laundry yang aktif di wilayah ini masih sekitar lima belas usaha. Namun, sejak tahun 2023 hingga 2024, terjadi peningkatan jumlah usaha laundry dengan hadirnya delapan usaha baru, sehingga total usaha laundry yang aktif kini mencapai dua puluh tiga usaha tercatat pada lampiran 2. Dari jumlah tersebut, kategori laundry kecil lebih dominan dengan lima belas usaha, sementara kategori sedang

ada delapan usaha. Tidak ada usaha laundry besar, yang menunjukkan bahwa usaha di daerah ini lebih banyak dari jenis kecil dan menengah. Dari segi lokasi, usaha laundry tersebar di beberapa jalan utama yaitu Jalan Bisma dan Jalan Pahlawan memiliki jumlah laundry terbanyak, masing-masing enam usaha, yang menunjukkan tingginya permintaan atau akses yang baik di kedua jalan tersebut. Sementara itu, Jalan Sahadewa dan Jalan Parikesit masing-masing memiliki lima usaha laundry dan Jalan Nakula serta Jalan Gunung Lempuyang masing-masing hanya memiliki satu usaha laundry di setiap jalan.

Ada dua puluh tiga laundry di Kelurahan Banjar Tegal yang menawarkan layanan yang hampir serupa. Kondisi ini menyebabkan tingkat persaingan antar usaha semakin meningkat, sehingga setiap laundry perlu berupaya mempertahankan dan menarik konsumen agar tetap bertahan di tengah persaingan. Namun, dalam beberapa bulan terakhir, beberapa usaha laundry mengalami penurunan jumlah konsumen, yang dapat dilihat dari data jumlah konsumen dalam tiga bulan terakhir berikut.



Gambar 1.1

Data Jumlah Konsumen Laundry dari Bulan Juli hingga September 2024

Sumber: Hasil Survei, 2024

Berdasarkan data pada Gambar 1.1, Pelangi Laundry yang berlokasi di Jalan Sahadewa mencatat total 1.913 konsumen selama tiga bulan. Pada bulan Juli terdapat 688 konsumen. Jumlah ini menurun menjadi 635 konsumen di bulan Agustus, mengalami penurunan sebanyak 53 konsumen. Penurunan kembali terjadi di bulan September dengan total 590 konsumen, berkurang 45 konsumen dari bulan sebelumnya. Total penurunan selama tiga bulan adalah 98 konsumen atau sekitar 14,24%. Sementara itu, Sri Laundry yang berada di Jalan Gatot Kaca melayani 1.887 konsumen dalam periode yang sama. Di bulan Juli terdapat 676 konsumen, kemudian menurun menjadi 615 konsumen di bulan Agustus, turun sebanyak 61 konsumen. Di bulan September jumlah konsumen kembali menurun menjadi 596 orang, berkurang 19 konsumen dibandingkan bulan sebelumnya. Total penurunan selama tiga bulan adalah 80 konsumen atau sekitar 11,84%. Adapun Laundry Becik 76 yang terletak di Jalan Bisma mencatat total 1.860 konsumen. Jumlah konsumen pada bulan Juli sebanyak 667 orang, lalu menurun menjadi 577 konsumen di bulan Agustus, turun sebanyak 90 orang. Namun, pada bulan September jumlah konsumen meningkat menjadi 616 orang, bertambah 39 konsumen dibandingkan bulan sebelumnya. Total penurunan dari Juli hingga September adalah 51 konsumen atau sekitar 7,65%.

Bubble Laundry yang berlokasi di Jalan Parikesit mencatat total 1.831 konsumen selama tiga bulan. Jumlah konsumen menurun dari 639 orang pada bulan Juli menjadi 614 orang di bulan Agustus, turun sebanyak 25 konsumen. Penurunan kembali terjadi pada bulan September dengan jumlah konsumen sebanyak 578 orang, berkurang 36 konsumen dibandingkan bulan sebelumnya. Penurunan total selama tiga bulan adalah 61 konsumen atau sekitar 9,54%. Sementara itu, Laundry

& Dryclean De'cucci yang berlokasi di Jalan Pahlawan mengalami penurunan tertinggi dibandingkan laundry lainnya. Dari total 1.848 konsumen, jumlah konsumen turun dari 688 orang di bulan Juli menjadi 600 orang pada bulan Agustus, turun sebanyak 88 konsumen. Pada bulan September, jumlahnya kembali menurun menjadi 560 orang, berkurang 40 konsumen. Total penurunan selama tiga bulan mencapai 128 konsumen atau sekitar 18,6%. Secara keseluruhan, data tersebut menunjukkan adanya fluktuasi jumlah konsumen di beberapa usaha laundry dalam periode Juli hingga September 2024, dengan kecenderungan penurunan di sebagian besar usaha. Penurunan ini berdampak pada jumlah cucian yang diterima, yang tidak mencapai target yang telah ditetapkan oleh pemilik usaha. Jika kondisi ini terus berlanjut, pemilik laundry dapat menghadapi kesulitan dalam menjalankan operasional dan mempertahankan usaha.

Apabila ditinjau, konsumen terus mengalami penurunan setiap bulannya. Hal ini harus menjadi perhatian serius bagi pemilik usaha untuk menganalisis keluhan konsumen dan mencari solusi yang tepat. Fenomena ini dapat diindikasikan oleh berbagai faktor, salah satunya kurangnya kepuasan konsumen terhadap pelayanan laundry yang diberikan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan terhadap lima orang konsumen yang pernah menggunakan laundry di Kelurahan Banjar Tegal, didapatkan berbagai tanggapan yang mencerminkan tingkat kepuasan menyatakan bahwa pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya sesuai dengan harapan, terutama terkait pakaian yang kadang masih lembap atau bau pewangi yang cepat hilang, tertukar, warnanya luntur, pakaian yang sobek, dan kehilangan pakaian karena tidak tercatat dengan baik. Selain itu, karyawan kurang menunjukkan sikap ramah saat memberikan pelayanan seperti kurang tersenyum

ketika konsumen datang mengambil pakaian dan sering kali tidak secara jelas memberikan informasi tentang jenis laundry yang disediakan sehingga membuat konsumen kebingungan.

Layanan antar jemput, di mana waktu pengantaran sering terlambat melebihi waktu yang dijanjikan. Selain itu, harga yang tidak sesuai dengan kualitas layanan juga menjadi masalah, seperti yang pernah dialami oleh konsumen yang membayar antara Rp 5.000 hingga Rp 7.000 per kilogram, konsumen menganggap bahwa dengan harga yang lebih mahal, akan mendapatkan pelayanan yang lebih baik. Namun, kenyataannya layanan yang diterima tidak jauh berbeda dengan laundry yang menetapkan harga lebih rendah, Untuk itu, terdapat usaha laundry masih menetapkan harga yang tidak sesuai dengan layanan yang diberikan. Harga juga menjadi pertimbangan konsumen. Saat harga lebih tinggi tapi kualitas layanan sama atau malah mengecewakan, konsumen merasa dirugikan, sehingga bisa memengaruhi minat untuk kembali menggunakan jasa tersebut atau rekomendasi kepada orang lain.

Di Kelurahan Banjar Tegal berada di wilayah permukiman yang dekat dengan kampus Universitas Pendidikan Ganesha, Universitas Panji Sakti, perumahan, dan kos – kosan. Dari sisi minat untuk berkunjung kembali, konsumen mengungkapkan bahwa lokasi laundry yang ada di wilayah ini terkadang sulit dijangkau, terutama dengan kendaraan roda empat. Terdapat laundry papan namanya juga tidak terlihat jelas karena tertutup oleh papan nama usaha lain, atau bahkan ada yang papan namanya kosong. Hal ini membuat konsumen merasa kesulitan untuk menemukan lokasi laundry dengan mudah dan berpotensi mengurangi niat mereka untuk kembali menggunakan layanan tersebut. Tidak ada

tempat parkir yang luas untuk kendaraan roda dua dan juga kendaraan roda empat sehingga konsumen kesulitan mengambil laundry yang jumlahnya banyak sehingga harus mengambil jauh dari tempat parkir agar tidak mengganggu jalanan motor atau mobil. Terdapat laundry bangunannya ada yang bukan milik pribadi atau mengontrak membuat tempatnya tidak terlalu luas sehingga hanya menggunakan tempat yang seadanya untuk menjemur pakaian yang tidak menggunakan mesin pengering pakaian.

Beberapa penelitian sebelumnya telah membahas pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di berbagai usaha laundry. (Zulqoidah & Chasanah, 2022) menemukan bahwa ketiga faktor tersebut berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen lovely laundry di Yogyakarta. Sementara itu, penelitian (Dewanto & Ariandi, 2025) menemukan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan secara parsial pada amanah laundry di Kota Bogor, tetapi lokasi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen pada amanah laundry di Kota Bogor. Namun, secara simultan, ketiga variabel tersebut tetap berpengaruh signifikan. (Nurfi, 2022) yang meneliti Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Maulana Laundry, menemukan variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen dan variabel harga dan lokasi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Sedangkan secara simultan variabel kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Perbedaan hasil penelitian ini menunjukkan adanya variasi dalam pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap kepuasan konsumen di berbagai usaha laundry. Dari hasil penelitian ini terlihat

adanya ketidakkonsistenan antara satu studi dengan yang lain, yang menimbulkan perbedaan (*research gap*).

Perbedaan hasil ini menunjukkan adanya variasi pengaruh faktor-faktor tersebut terhadap kepuasan konsumen, yang menciptakan gap penelitian. Berdasarkan fenomena dan gap dari penelitian sebelumnya, peneliti tertarik untuk meneliti kembali mengenai kepuasan konsumen pada laundry di Kelurahan Banjar Tegal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen di Kelurahan Banjar Tegal. Oleh karena itu, penelitian ini berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen pada Laundry di Kelurahan Banjar Tegal".

1.2 Identifikasi Masalah

Berlandaskan dari penjabaran latar belakang di atas, dapat diidentifikasi permasalahan yang timbul pada penelitian ini adalah sebagai berikut.

- 1.2.1 Adanya penurunan jumlah konsumen pada hampir di semua usaha laundry.
- 1.2.2 Munculnya keluhan konsumen pada kualitas pelayanan yang kurang baik karena adanya pakaian yang hilang, tertukar, wanginya tidak tahan lama, pakaian yang sobek, luntur, dan kancing baju lepas.
- 1.2.3 Harga yang diberikan lebih mahal dibandingkan tempat lain.
- 1.2.4 Tempat usaha yang di pinggir jalan dan dalam gang sempit membuat kurangnya lahan parkir saat mengambil laundry menggunakan motor atau mobil.
- 1.2.5 Papan nama usaha laundry yang tidak terlihat jelas dan sudah rusak atau sudah lama membuat konsumen sulit menemukan lokasinya.
- 1.2.6 Bau apek pada cucian yang kurang kering karena tidak menggunakan mesin

pengeriing.

1.2.7 Detergen yang digunakan tidak sesuai dengan jenis pakaian membuat luntur dan cepat rusak.

1.2.8 Waktu pengerjaan tidak sesuai dengan janji, terutama untuk layanan ekspres

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas serta identifikasi sebelumnya serta mempertimbangkan berbagai keterbatasan yang ada. Penelitian ini dibatasi pada kualitas pelayanan, harga dan lokasi menjadi variabel bebas dan kepuasan konsumen menjadi variabel terikat.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan dari penjabaran latar belakang, maka dapat dinyatakan rumusan masalah sebagai berikut.

1.4.1 Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada laundry di Kelurahan Banjar Tegal?

1.4.2 Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada laundry di Kelurahan Banjar Tegal?

1.4.3 Apakah lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada laundry di Kelurahan Banjar Tegal?

1.4.4 Apakah kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada laundry di Kelurahan Banjar Tegal?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang serta rumusan masalah, maka dapat dinyatakan tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui:

- 1.5.1 Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Laundry di Kelurahan Banjar Tegal.
- 1.5.2 Pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen pada laundry di Kelurahan Banjar Tegal.
- 1.5.3 Pengaruh lokasi terhadap kepuasan konsumen pada laundry di Kelurahan Banjar Tegal.
- 1.5.4 Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan konsumen pada laundry di Kelurahan Banjar Tegal.

1.6 Manfaat Hasil Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian adalah sebagai berikut.

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini membantu menambah wawasan tentang kualitas pelayanan, harga dan lokasi terhadap kepuasan konsumen di usaha jasa. Hasilnya juga bisa menjadi referensi untuk penelitian lain dalam mencari faktor – faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen dan membuat panduan yang lebih lengkap.

1.6.2 Manfaat Praktis

a). Bagi Perusahaan

Dapat memberikan informasi bagi pengusaha berkaitan dengan usaha untuk meningkatkan pelayanan kepuasan pada konsumen yang meliputi

menyediakan fasilitas yang memadai (*tangible*), memberikan layanan yang tepat waktu (*reliability*), respon cepat (*responsiveness*), menunjukkan perhatian (*assurance*), kepedulian (*empathy*).

b). Manfaat bagi Masyarakat

Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan acuan yang akan menambah informasi khususnya mengenai kepuasan pelayanan Laundry.

c). Manfaat bagi Akademik

Diharapkan dapat digunakan sebagai tambahan informasi untuk memperluas ilmu pengetahuan, serta dapat digunakan sebagai acuan dan referensi bahan pertimbangan bagi peneliti – peneliti lain yang akan melakukan serupa dimasa yang akan datang.

d). Bagi peneliti

Hasil dari penelitian dapat memberikan tambahan pengetahuan dan wawasan serta tambahan pengalaman dalam mengaplikasikan sebagian kecil dari teori pemasaran yang telah didapatkan.

