

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA DELUXE DUO LAUNDRY DI KOTA BUKITTINGGI

Rika Novita Sari

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Haji Agus Salim Bukittinggi

Email : rikanovita123@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Deluxe Duo Laundry Di Kota Bukittinggi, dari hasil penelitian yang penulis temukan di lapangan dengan menggunakan populasi dalam penelitian ini seluruh Konsumen Pada Deluxe Duo Laundry Bukittinggi yang berjumlah sebanyak 400 orang, sampel dari penelitian ini di dapatkan dari hasil dengan menggunakan rumus Slovin sebanyak 80 orang. Dari hasil data yang diperoleh dari responden diolah dengan memakai program SPSS dengan tahapan melalui uji instrumen penelitian yaitu uji validitas, reliabilitas, deskriptif responden, sampai analisis regresi binery logistik. Dari hasil analisis regresi binery logistik yang penulis dapatkan bahwa dari kelima variabel independen yang penulis teliti yaitu bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Deluxe Duo Laundry Bukittinggi. Kemudian dilihat dari hasil uji G menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen Pada Deluxe Duo Laundry Bukittinggi. Hasil uji ekspektasi B menunjukkan bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Deluxe Duo Laundry Bukittinggi adalah variabel kehandalan.

Kata kunci : kualitas pelayanan, kepuasan konsumen.

PENDAHULUAN

Pada era modern saat ini, persaingan di dunia kerja sangat ketat sehingga persaingan bisnis pun terjadi dimana-mana. Seseorang harus bekerja keras untuk mencukupi kebutuhannya sehingga sulit mendapat waktu untuk melakukan pekerjaan-pekerjaan rumah, seperti bersih-bersih rumah, memasak, dan khususnya mencuci baju. Karena hal tersebut, bisnis-bisnis yang berfokus pada jasa pekerjaan rumahpun mulai muncul, misalnya bisnis laundry.

Adanya kemudahan yang di peroleh oleh komunikasi dan informasi muncul kompetisi yang sangat ketat yang berakibat konsumen semakin banyak pilihan dan sangat sulit untuk di puaskan karena telah terjadipergeseran yang semula hanya untuk memenuhi kebutuhan, meningkat menjadi harapan untuk memenuhi kepuasan. Sehingga bagi perusahaan kunci kearah profitabilitas bukan volume penjualan melainkan kepuasan jangka panjang bagi konsumen.

Kualitas layanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan. Sebagian besar

masyarakat saat ini mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan. Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan merupakan kunci kesuksesan dalam industri. Oleh karena itu, penelitian dilakukan untuk melihat tingkat kepuasan dari konsumen dan juga faktor-faktor yang mempengaruhinya agar dapat menjadi perbaikan tingkat pelayanan untuk perusahaan.

Kualitas dan kepuasan konsumen sangat berkaitan, yaitu kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan konsumen dimana perusahaan tersebut dapat meningkatkan kepuasan konsumen dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pelanggan yang kurang menyenangkan.

Perusahaan yang gagal memuaskan pelanggan akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain, yang tentunya menyebabkan kerugian terhadap perusahaan. Oleh karena itu setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para pelanggan nya. Penilaian akan kualitas layanan dikembangkan oleh Parasuraman (2010) yang di kenal dengan *service quality* (servqual) membagi penilaian akan kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi kualitas menurut yaitu “bukti fisik, kehandalan, daya tangkap, jaminan dan empati”. Namun kelima kualitas pelayanan tersebut bersifat general (pengukuran kualitas pelayanan untuk laundry). Sehingga jika di terapkan dalam perusahaan yang memiliki karakteristik khusus seperti laundry perlu mendapat modifikasi.

Deluxe Duo Laundry bertempat jln. sudirman no.72 Bukittinggi, usaha laundry ini pun menjadi bisnis yang menguntungkan di daerah perkantoran, seperti daerah Bukittinggi ini. Pesaing-pesaing juga bermunculan di sekitar perusahaan ini dan memaksa persaingan dalam usaha laundry. Oleh karena itu diperlukan keunggulan tersendiri agar dapat tetap bersaing. Usaha laundry ini mengutamakan kepuasan konsumennya sebagai tujuan utama. Jika konsumen tidak puas dengan layanan yang diberikan maka konsumen berpotensi akan mencari tempat lain, sebaliknya kepuasan konsumen akan membuatnya menjadi pelanggan.

Melalui pengamatan dan wawancara langsung terhadap konsumen penulis menemukan beberapa permasalahan, di antaranya perusahaan belum begitu menerapkan standar minimal pelayanan, misalnya kurang luasnya lapangan parkir, kinerja karyawan kurang cepat, jaminan barang yang rusak/hilang, dan beberapa konsumen merasa tidak puas terhadap Deluxe Duo Laundry.

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila pelayanan yang diberikan sesuai dengan keinginan konsumen maka kualitas pelayanan tersebut dapat dikatakan baik. Apabila jasa yang diterima melebihi harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk menurut Parasuraman (2011).

Menurut Tjiptono (2011) menyatakan bahwa kualitas pelayanan jasa adalah tingkat keunggulan yang di harapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.

Dimensi Kualitas Pelayanan dibagi menjadi lima dimensi, diantaranya adalah Tjiptono (2011):

1. *Tangibles* (bukti fisik), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah buktinya tadari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik (gedung, gudang, dan lain sebagainya), perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.
2. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi. pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kessalahan, sikap dan simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
3. *Responsiveness* (ketanggapan), yaitu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsif*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. *Assurance* (jaminan dan kepastian), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Dimensi initer diri dari beberapa komponen, antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
5. *Emphaty* (empati), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu untuk pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

Kepuasan konsumen telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan, dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan, Anderson (Tjiptono, 2011).

Menurut Kotler dalam buku sunyonto (2013) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang di rasakan di bandingkan dengan harapan nya. Konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bias melebihi harapan maka pelanggan akan merasakan sangat puas senang dan gembira.

Menurut Griffin (2003) kualitas pelayanan adalah tingkat kesempurnaan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Untuk mengevaluasi kualitas pelayanan suatu organisasi dapat dilakukan:

1. Perfomance dari produk inti yang dibeli pelanggan
2. Features (keunggulan)atau keistimewaan produk.
3. Realibility (hal-hal yang dapat dipercaya) produk tersebut.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi produk.
5. Daya tahan.
6. Serviceability.
7. Kualitas yang dipersepsikan pelanggan.

Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2007) yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa

seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

METODE PENELITIAN

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey dengan membuat wawancara secara langsung terhadap responden (Nandan, 2015: 52), penyebaran kuesioner dan pengumpulan kuesioner terhadap responden. Dalam penelitian ini penulis memperoleh keterangan atau informasi tentang kegiatan di Deluxe Duo Laundry Kota Bukittinggi.

Populasi

Menurut Sugiyono (2010) yaitu “Populasi diartikan sebagai wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen pada Deluxe Duo Laundry selama 2 bulan terakhir yang berjumlah 400 responden.

Sampel

Sampel adalah jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang mana meneliti sebagian elemen-elemen tertentu suatu populasi. Menurut Syahron (2011), Sampel adalah sebagian dari populasi yang mewakili populasi itu. Untuk menentukan jumlah sampel penulis menggunakan rumus *Slovin*.

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana:

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persen kelonggran ketidaktelitian karena kesalahan

pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan yang dalam penelitian ini sebesar 10%

Dengan menggunakan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{400}{1 + 400(0.1)^2} \\ &= \frac{400}{1 + 4} \\ &= 80 \end{aligned}$$

Sehingga dapat disimpulkan bahwa sampel dari penelitian ini berjumlah sebanyak 80 responden.

Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas

Pengujian kualitas instrumen dimaksudkan untuk menguji validitas dan reliabilitas alat ukur yang digunakan dalam penelitian sehingga dapat diketahui sampai sejauh mana alat ukur dapat menjadi alat pengukur yang valid dan stabil dalam mengukur suatu gejala yang ada.

1. Uji validitas

Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pearson correlation product moment dengan bantuan SPSS 17. Instrumen penelitian dikatakan valid apabila nilai signifikansi

lebih kecil dari 5%. Berdasarkan hasil uji validitas variabel Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Emphaty dapat diketahui bahwa instrument yang diujikan adalah valid (sahih) karena nilai signifikan kurang dari 0,05.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengujian dengan menggunakan komputer program SPSS didapatkan hasil bahwa alat ukur yang digunakan reliabel karena mempunyai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,6 (Sekaran, 2000). Nilai cronbach's alpha untuk variabel tangibles sebesar 0,820, reliability sebesar 0,748, responsiveness sebesar 0,791, assurance sebesar 0,736, emphaty sebesar 0,839 dan kepuasan pelanggan sebesar 0,854 nilai cronbach's alpha keenam variabel tersebut di atas 0,60 maka instrument penelitian yang digunakan tersebut reliabel.

Analisis Regresi Binary Logistik adalah analisis regresi untuk menjelaskan pengaruh antara variabel independent dan dependent (Santoso, 2010). Variabel independent atau variabel bebas digunakan dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen, sedangkan variabel dependent atau variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan pada Deluxe Duo Laundry. Dalam penelitian ini menggunakan persamaan Arikunto (2002) mengemukakan kriteria jawaban responden sebagai berikut :

$$y = \alpha + \beta_1 x_1 + \beta_2 x_2 + \beta_3 x_3 + \beta_4 x_4 + e$$

$$y = \log p = \frac{(p)}{1-p}$$

Variabel binary adalah jenis nominal dengan dua kategori saja seperti 0 = tidak ada pelayanan, 1 = ada pelayanan. Pada penelitian ini yang menjadi variabel binary adalah kepuasan konsumen. Nominal dalam perhitungan ini kategorinya adalah 0 = tidak puas dan 1 = Puas.

Untuk mengukur X digunakan skala likert.

Untuk memudahkan penelitian, peneliti membagi kategori penilaian diatas menjadi :

- a. Skala biner 1, untuk nilai 5 dan 4
- b. Skala biner 0, untuk nilai 3, 2 dan 1

Uji Hipotesis

Uji Wald

Uji wald digunakan untuk menguji apakah hipotesa pada sebuah penelitian memiliki pengaruh yang signifikan. Desain hipotesis yang diuji adalah :

$$H_0 = \beta = 0$$

$$H_1 = \beta \neq 0$$

Kriteria penolakan dapat disimpulkan apabila nilai statistik Wald lebih besar dari nilai kritis (0,05) maka H_0 ditolak. Sedangkan H_0 diterima apabila nilai statistik Wald lebih besar dari nilai kritis (0,05) maka disimpulkan variabel dependent secara signifikan. Formula untuk statistik Wald adalah :

$$w = \left[\frac{\beta_i}{SE(\beta_i)} \right]^2$$

Secara teori statistik W ini mengikuti sebaran normal baku jika H_0 benar. Kriteria keputusan adalah H_0 ditolak jika $|W| > Z_{\alpha/2}$.

Uji G

Uji G ini digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi yang diberikan variabel independent terhadap variabel dependent pada penelitian. Sebagaimana halnya dengan model regresi linier dengan metode *Ordinary Least Square (OLS)*, dalam pengujian dapat dilakukan

pengujian model secara keseluruhan yaitu dengan Uji G. Uji G menunjukkan bahwa model logistik secara keseluruhan dapat menjelaskan atau memprediksi variabel independent terhadap variabel dependent. Statistik G menyebar menurut sebaran chi-square (χ^2).

Untuk menilai Uji G diukur dengan nilai chi square dengan uji *omnibus tests of model fit* diproses dengan program SPSS. Pengujian ini dengan melihat *goodness of fit test* yang diukur dengan nilai chi square pada tingkat signifikan 5% (Santoso, 2010)

$$\text{Chi Square : } \chi^2 = \sum \frac{(\text{Observed frequency} - \text{Expected Frequency})^2}{\text{Expected frequency}}$$

Dimana : χ^2 = Nilai Chi Square

Keputusan penerima hipotesis didasarkan pada pertimbangan :

H0 = Model yang dihipotesiskan fit dengan data

H1 = Model yang dihipotesiskan tidak fit dengan data

Uji Ekspetasi (B)

Uji Ekspetasi (B) ini digunakan untuk seberapa baik kesesuaian diantara frekuensi harapan yang didasarkan pada yang akan di hipotesiskan, atau juga menguji perbedaan antara dua kelompok pada data dua kategori untuk menguji signifikan asosiasi dua kelompok pada dua kategori tersebut.

Rumus :

$$\chi^2 = \sum \frac{(O - E)^2}{E}$$

Keterangan :

χ^2 : Nilai perubahan acak yang distribusi sampelnya di dekati oleh distribusi deksptetasi dengan derajat kebebasan.

O : Frekuensi hasil observasi

E : Frekuensi yang diharapkan

Nilai E : (Jumlah sebaris x jumlah sekolom) / jumlah data

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Instrumen

Sebelum melakukan analisis deskriptif dan pengujian hipotesis terlebih dahulu dilakukan pengujian instrument, yang digunakan untuk mendapatkan data yang sah (*valid*) dan handal (*reliabel*) secara empiris.

Uji Validitas

Uji validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur berhubungan dengan suatu pengujian item-item dalam kuisisioner yang akan digunakan. Dalam penelitian ini akan digunakan analisis korelasi yaitu dengan menghitung korelasi antara nilai keseluruhan yang diperoleh dari setiap butir pertanyaan dengan nilai keseluruhan atau skor totalnya. Skor total adalah skor yang diperoleh dari hasil penjumlahan semua skor item pernyataan. Apabila skor totalnya lebih besar dari 0,349 maka dapat dikatakan bahwa alat pengukur tersebut mempunyai validitas. Hasil pengujian validitas dari variabel dependen dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut ini :

Tabel 1. Uji Validitas Variabel Kepuasan (Y)

No	Variabel / Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
----	----------------------	----------	---------	------------

1	1	0.413	0.349	Valid
2	2	0.680	0.349	Valid
3	3	0.697	0.349	Valid

Sumber : Hasil Pengolahan data Primer Tahun 2018

Berdasarkan Tabel 4.5 di atas, pengujian validitas dimulai dari uji validitas variabel kepuasan (Y) dari 3 butir pertanyaan yang ada, ditemukan semua item Pernyataan valid untuk kepuasan. Dari hasil uji validitas diperoleh semua nilai korelasi masing-masing lebih besar dari nilai korelasi kritis atau 0.300. Dengan demikian semua item Pernyataan variabel kepuasan (Y) dapat digunakan untuk pengujian lebih lanjut.

Selanjutnya berikut ini adalah hasil pengujian validitas untuk item Pernyataan pada variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik(X1),kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empati (X5) akan disajikan pada Tabel 4.6 berikut ini:

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan(X)

No	Variabel / Indikator	r hitung	r tabel	Keterangan
1	Bukti fisik (X1)	3	4	5
1	1	0.686	0.349	Valid
2	2	0.642	0.349	Valid
3	3	0.366	0.349	Valid
1	Kehandalan (X2)	3	4	5
4	4	0.430	0.349	Valid
5	5	0.454	0.349	Valid
6	6	0.447	0.349	Valid
1	Daya tanggap (X3)	3	4	5
7	7	0.461	0.349	Valid
8	8	0.357	0.349	Valid
9	9	0.407	0.349	Valid
1	Jaminan (X4)	3	4	5
10	10	0.428	0.349	Valid
11	11	0.565	0.349	Valid
12	12	0.548	0.349	Valid
1	Empati (X5)	3	4	5
13	13	0.863	0.349	Valid
14	14	0.776	0.349	Valid
15	15	0.825	0.349	Valid

Sumber : Data Primer yang sudah diolah 2019

Berdasarkan Tabel 4.6 di atas, pengujian validitas dimulai dari uji validitas variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati (X) dari 15 butir pertanyaan yang ada dinyatakan semuanya valid, karena diperoleh semua nilai korelasi masing-masing lebih besar dari nilai korelasi kritis atau 0.349. Dengan demikian semua item Pernyataan variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dapat digunakan untuk pengujian lebih lanjut.

Uji Reliabilitas

Analisis reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu instrument dapat memberikan hasil pengukuran yang konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih. Metode yang

digunakan dalam analisis reliabilitas ini adalah metode *Cronbach Alpha*. Nilai *Cronbach Alpha* (r alpha) dikatakan handal (*reliabel*) apabila memiliki *Cronbach Alpha* lebih dari 0,60 (Ghozali:2006).

Tabel 3. Hasil Pengujian Reliabilitas Variabel Penelitian

No	Variabel	CronbachAlpha	Keterangan
1	Kepuasan (Y)	0.682	Reliabel
2	Bukti fisik (X1)	0.712	Reliabel
3	Kehandalan (X2)	0.623	Reliabel
4	Daya tanggap (X3)	0.721	Reliabel
5	Jaminan (X4)	0.681	Reliabel
6	Empati (X5)	0.909	Reliabel

Sumber : Data primer yang sudah diolah 2019

Dalam penelitian ini uji reliabilitas dilakukan dengan melihat hasil perhitungan nilai *cronbach alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach alpha* (α) > 60% yaitu bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama. Tetapi sebaliknya bila α < 60 maka dianggap kurang handal, artinya bila variabel-variabel tersebut dilakukan penelitian ulang dengan waktu yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda (Ghozali, 2006).

Hasil pengujian reliabilitas dalam tabel 4.7 menunjukkan bahwa semua variabel dalam penelitian mempunyai koefisien *alpha* (α) yang cukup besar yaitu > 0,60 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuisioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuisioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

Analisis Binary Logistik

Model Regresi Logistik

Regresi logistik digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen selain itu juga untuk melihat variabel independen yang dominan dalam mempengaruhi variabel dependen. Dari hasil pengolahan data yang diperoleh dengan model regresi logistik sesuai dengan tampilan *variables in the equation*:

Tabel 4. Variables in the Equation

	B	S.E.	Wald	df	Sig.	Exp(B)
Step 1 ^a Buktifisik	.321	.151	4.535	1	.033	1.378
Kehandalan	.642	.164	4.377	1	.036	1.710
Dayatanggap	.575	.173	11.067	1	.001	.563
Jaminan	.362	.181	4.004	1	.045	1.436
Empati	.386	.221	9.637	1	.002	.986
Constant	5.042	2.937	2.947	1	.086	.006

Sumber: Data primer diolah, 2019

Regresi Logistik dapat di substitusikan kedalam persamaan sebagai berikut :

$$Y = 5,042 + 0,321 X_1 + 0,642 X_2 + 0,575 X_3 + 0,362 X_4 + 0,386 X_5$$

Nilai konstanta adalah sebesar 5,042 satuan yang menjelaskan bahwa apabila kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empati (X5) adalah nol maka kepuasan konsumen pada Deluxe Duo Laundry di Kota Bukittinggi sudah ada sebesar 5,042 satuan dengan asumsi tanpa ada variabel lain.

Penjelasan dari persamaan di atas yaitu bahwa variabel bukti fisik (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Deluxe Duo Laundry di Kota Bukittinggi sebesar 0,321 satuan artinya apabila bukti fisik di naikkan satu satuan maka kepuasan konsumen pada Deluxe Duo Laundry di Kota Bukittinggi juga akan meningkat sebesar 0,321 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

Penjelasan dari persamaan di atas yaitu bahwa variabel kehandalan (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Deluxe Duo Laundry di Kota Bukittinggi sebesar 0,642 satuan artinya apabila kehandalan di naikkan satu satuan maka kepuasan konsumen pada Deluxe Duo Laundry di Kota Bukittinggi akan mengalami peningkatan sebesar 0,642 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

Penjelasan dari persamaan di atas yaitu bahwa variabel daya tanggap (X3) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Deluxe Duo Laundry di Kota Bukittinggi sebesar 0,575 satuan artinya apabila daya tanggap di naikkan satu satuan maka kepuasan konsumen pada Deluxe Duo Laundry di Kota Bukittinggi juga akan meningkat sebesar 0,575 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

Kemudian penjelasan dari variabel jaminan (X4) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Deluxe Duo Laundry di Kota Bukittinggi sebesar 0,362 satuan artinya apabila jaminan di naikkan satu satuan maka kepuasan konsumen pada Deluxe Duo Laundry di Kota Bukittinggi juga akan meningkat sebesar 0,362 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

Kemudian penjelasan dari variabel empati (X5) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen pada Deluxe Duo Laundry di Kota Bukittinggi sebesar 0,386 satuan artinya apabila empati di naikkan satu satuan maka kepuasan konsumen pada Deluxe Duo Laundry di Kota Bukittinggi juga akan meningkat sebesar 0,386 satuan dengan asumsi variabel lain tetap.

Uji Wald

Uji ini merupakan uji signifikansi pengaruh variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empati (X5) terhadap kepuasan konsumen pada Deluxe Duo Laundry di Kota Bukittinggi. Dari hasil analisis binary logistik diketahui bahwa pengujian variabel kualitas pelayanan dapat di lihat pada tabel 4.10 di atas dapat diartikan bahwa secara parsial variabel kualitas pelayanan yang ada berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Deluxe Duo Laundry di Kota Bukittinggi karena nilai $\text{sig} < 0,05$, seperti variabel bukti fisik memiliki nilai signifikan dari uji wald sebesar $0,033 < 0,05$, kemudian variabel kehandalan memiliki nilai signifikan dari hasil uji wald sebesar $0,036 < 0,05$, kemudian variabel ketiga adalah daya tanggap memiliki nilai signifikan sebesar $0,001 < 0,05$ kemudian variabel keempat jaminan memiliki nilai signifikan sebesar $0,045 < 0,05$, kemudian variabel kelima empati memiliki nilai signifikan sebesar $0,002 < 0,05$ sehingga secara parsial dari kelima variabel kualitas pelayanan yang penulis teliti semuanya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Deluxe Duo Laundry di Kota Bukittinggi karena nilai signifikan yang diperoleh dari hasil penelitian lebih kecil dari tingkat

alpha yang ditetapkan yaitu 0,05 sehingga secara parsial variable kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan.

Uji G

Dari hasil pengolahan data dengan program SPSS diperoleh hasil binery logistik dengan uji G artinya pengujian hipotesa secara bersama – sama diperoleh hasilnya seperti tabel 4.15 dibawah ini :

Tabel 5. Hasil Uji G

	Chi-square	df	Sig.
Step 1 Step	27.426	5	.000
Block	27.426	5	.000
Model	27.426	5	.000

Sumber: Data Primer Diolah 2018

Uji hipotesa secara bersama – sama dilakukan dengan menggunakan uji G, dari hasil yang diperoleh bahwa variabel independen yaitu kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empati (X5) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Deluxe Duo Laundry di Kota Bukittinggi karena nilai signifikan dari kelima variabel kualitas pelayanan di atas lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis yang di ajukan secara bersama – sama dapat diterima.

Uji Ekspektasi B

Uji ini dilakukan untuk mengetahui dari kelima variabel yang penulis teliti, variabel manakah yang paling berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada Deluxe Duo Laundry di Kota Bukittinggi. Dari nilai ekspektasi B di atas menunjukkan bahwa variabel kehandalan (X2) mempunyai pengaruh yang lebih besar yaitu dengan nilai ekspektasi B= 1,710 terhadap kepuasan konsumen pada Deluxe Duo Laundry di Kota Bukittinggi dibandingkan dengan variabel yang lain seperti bukti fisik nilai yang diperoleh dari hasil uji ekspektasi B sebesar 1,378 begitu juga dengan variable empati nilai ekspektasi B sebesar 0,986 kemudian variabel daya tanggap 0,563 dan yang terakhir jaminan nilai ekspektasi B nya sebesar 1,436 sehingga dapat disimpulkan bahwa variable yang paling dominan mempengaruhi kepuasan konsumen pada Deluxe Duo Laundry di Kota Bukittinggi adalah variabel kehandalan karena memiliki nilai ekspektasi B yang lebih besar dibandingkan dengan variable kualitas pelayanan lainnya terhadap kepuasan konsumen pada Deluxe Duo Laundry di Kota Bukittinggi.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dari penelitian penulis mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Deluxe Duo Laundry Di Kota Bukittinggi, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Bahwa kualitas pelayanan yang terdiri dari (bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen Deluxe Duo Laundry di Kota Bukittinggi.
2. Variabel yang paling diminan dalam penelitian ini adalah variabel kehandalan karena nilai Ekspektasi B nya lebih besar dari variabel yang lain.

Saran

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, maka penulis dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Bukti fisik dari hasil tingkat capaian responden item yang paling rendah tentang karyawan memakai pakaian yang bersih dan rapi, dalam kenyataan di lapangan tidak sesuai dengan kenyataan nya, sehingga pihak perusahaan laundry Deluxe Duo Bukittinggi harus lebih mendisplinkan karyawan nya dari segi berpakaian yang bersih dan rapi.
2. Kehandalan dari segi hasil tingkat capaian responden, item yang paling rendah tentang karyawan memberikan informasi yang tepat dan akurat dalam melayani konsumen, dalam kenyataan di lapangan tidak sesuai dengan kenyataan nya, sehingga pihak perusahaan Deluxe Duo Laundry harus lebih memperhatikan karyawan nya agar memberikan informasi yang tepat dan akurat dalam melayani konsumen
3. Daya tanggap dari segi hasil tingkat capaian responden, item yang paling rendah tentang kinerja karyawan yang sigap serta tanggap dalam melayani para konsumen nya, dalam kenyataan di lapangan tidak sesuai dengan kenyataan nya, sehingga pihak perusahaan Deluxe Duo Laundry harus lebih memberikan pengarahan yang tepat dalam melayani kosnumen nya.
4. Jaminan dari segi hasil tingkat capaian responden, item yang paling rendah tentang adanya jaminan dari perusahaan terhadap keamanan barang pelanggan, dalam kenyataan di lapangan tidak sesuai dengan kenyataan nya, sehingga pihak perusahaan Deluxe Duo Laudry harus lebih memperhatikan barang para konsumen nya agar lebih aman lagi.
5. Empati dari segi hasil tingkat capaian responden, item yang paling rendah tentang karyawan tidak membedakan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen, dalam kenyataan di lapangan tidak sesuai dengan kenyataan nya, sehingga pihak perusahaan Deluxe Duo Laundry harus memberikan pengarahan terhadap karyawan nya agar tidak membedakan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Zeithaml, V. Parasuraman, A. and L. Berry L. 2011. "Problems and Strategies in Services Marketing". Jurnal of Marketing Vol. 49. (Spring)
- Arikunto, 2006, Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek, Edisi Revisi, PT.Rineka Cipta, Jakarta.
- ASH Shadiq Egim (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan Pada Bank Sinarmas Cabang Padang Perbankan Indonesia Jurnal Marketing Vol . 1 No . 1 2018 E ISSN 2621 – 6647, 1(1).
- Aryani, D. W. I. (2010). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan, 17, 114–126.
- Dwi Wahyu Pril Ranto (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Berbelanja Pada Toko Modern Di Yogyakarta Akademi Manajemen Administrasi YPK Yogyakarta, 15–32.
- Ghozali, Imam. 2006. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 19(edisi kelima).Semarang: Universitas Diponegoro.

- Imelda Tamba, Maria Florida bunga Makin & Laurensius Arliman (2018). Kualitas Pelayanan SDM Mempengaruhi Kepuasan Anggota Koperasi Simpan Pinjam Credit Union Stie Perbankan Indonesia Jurnal Marketing Vol . 1 No . 1 2018 E ISSN 2621 – 6647 STIE Perbankan Indonesia Jurnal Marketing Vol . 1 No . 1 2018, 1(1), 35–40.
- Kotler, Philip Dan Gary Armstrong, 2003. Manajemen Pemasaran Jilid 1 *Edisi II*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Loekito, A. R., & Hukama, L. D. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Laboratorium Klinik (Studi Kasus Laboratorium Klinik X Jakarta), 1(4), 265–270.
- Lubis, A. S., & Andayani, N. R. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan (service quality) terhadap kepuasan pelanggan pt . Sucofindo, 1(2), 86–97.
- Mugiono (2010). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen (pembeli) di pasar kota malang., 13(4), 552–568.
- Noviyanti, I. (2018). Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cv Usaha Mandiri J IMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma) , Vol . 1 , No . 2 , Februari 2018 J IMF (Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma) , Vol . 1 , No . 2 , Februari 2018, 1(1), 21–32.
- Reza Dimas Sigit P, (2016), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Lapangan Futsal (Studi Kasus Pada Ifi Futsal Bandung) *Effect On The Quality Of Customer Satisfaction Futsal Field Service User (Case Study In Ifi Futsal Bandung)*..., 11(2).
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sholeha, L., Djaja, S., & Widodo, J. (2018). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di ahass sumber jaya maha sakti kecamatan rogojampi kabupaten banyuwangi, 12, 15–25. <https://doi.org/10.19184/jpe.v12i1.6465>
- Sirait, J. N. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Waterpark Perum Bumi Sempaja Dikota Samarinda, 4(2), 342–355.
- Tjiptjono, 2011, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian. 2011:23.
- Wijayanto, K. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank, 38–45.
- Yeop Yunus , Azman Ismail , Zubrina Ranee P., & Anggota, K. (2012). Analisis Pengaruh kualitas Pelayanan, dan nilai pelanggan terhadap kepuasan anggota dan calon anggota koperasi simpan JASA Cabang Purwokerto, 2(1).
- Yulianto, E., & Mawardi, M. K. (2015). (Survey Pada Pelanggan Fedex Express Surabaya), 25(2), 1–7.