

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dengan semakin padat dan dinamisnya kinerja seseorang, menuntut untuk dapat mengatur waktunya sebaik mungkin. Sedikit sekali orang memiliki kemampuan manajerial dalam membagi waktunya, apalagi untuk hal-hal yang dianggap sepele namun berpengaruh besar. Aktivitas yang kecil namun membawa pengaruh besar tersebut yaitu mencuci pakaian. Baik konsumen maupun pemilik laundry merasa saling diuntungkan. Bagi konsumen biaya yang dikeluarkan sebanding dengan hasil yang diperoleh, terlebih biaya jasa laundry juga relative murah, sesuai kantong siswa/siswi, yang merupakan mangsa pasar terbesar untuk PW laundry di Kotapinang. Bagi pengusaha laundry pun sama merasa diuntungkan, karena dengan harga yang terjangkau dapat menarik konsumen yang begitu banyak. Maka tidak heran jika usaha jasa laundry sangat menggiurkan dan tidak ada matinya.

Keberadaan jasa laundry kiloan tersebut, mampu menunjang kebutuhan para pelanggan untuk mencuci pakaiannya. Usaha laundry kiloan semakin tumbuh dan melejit di berbagai lokasi mulai dari tempat terpencil sampai tempat keramaian. Kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk hasil terhadap ekspektasi mereka tindakan yang dilakukan pelanggan. Perasaan senang atau kecewa tersebut terbentuk di dalam diri pelanggan melalui kualitas pelayanan, lokasi dan kepuasan pelanggan yang dirasakan.

Yang menjadi tujuan utama adalah kepuasan pelanggan bagaimana caranya konsumen mendapatkan pelayanan yang sesuai dengan harapannya. Terciptanya kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dengan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas pelanggan dan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang dapat membuat pelanggan puas adalah pelayanan

yang baik, ramah, dan nyaman agar pelanggan merasa puas dengan apa yang mereka peroleh.

Dengan adanya pelayanan yang baik tentunya akan meningkatkan kepuasan yang diterima dari jasa yang telah terjual. Karyawan laundry apabila mampu memberikan pelayanan yang baik maka pelanggan laundry tersebut merasa puas. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa atau pelayanan yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam melayani maupun memberikan pelayanan untuk kepuasan konsumen. Selain kualitas pelayanan pada jasa cucian laundry kiloan ini juga memerlukan lokasi yang baik dan tentunya strategis. Persepsi yang diperoleh dari interaksi pelanggan dengan lokasi yang dekat dengan fasilitas transportasi serta mudah ditemukan atau mudah dicapai akan berpengaruh terhadap kualitas jasa di mata pelanggan. Keberadaan lokasi yang mudah dijangkau akan menjadi pertimbangan dan faktor pendorong seorang pelanggan.

Lokasi merupakan salah satu faktor dari situasional yang ikut berpengaruh pada keputusan pembelian. Pemilihan lokasi merupakan faktor penting yang berpengaruh terhadap kesuksesan suatu usaha, karena pemilihan lokasi juga berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Untuk itu, dalam proses pemilihan lokasi perusahaan harus mempertimbangkan keputusannya dengan benar agar tidak menimbulkan kerugian dikemudian harinya.

Selain dari kepuasan pelanggan yang harus diperhatikan, Harga juga sangat berpengaruh kepada persaingan usaha laundry. Harga merupakan nilai atau uang yang diberikan pelanggan sebagai imbalan atas penawaran tertentu yang berfungsi untuk memuaskan kebutuhan dan Keinginan mereka. Secara sederhana harga merupakan ukuran nilai yang ditukarkan pelanggan membeli suatu penawaran. Untuk harga perkilo di PW Laundry sendiri sangat bervariasi.

B. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Berdasarkan atas penjabaran diatas maka penulis menyimpulkan batasan

masalah tersebut adalah Pengaruh Harga (X_1), Promosi (X_2), dan Kualitas Pelayanan (X_3) terhadap kepuasan konsumen (Y).

2. Rumusan Masalah

Dengan rumusan masalah tersebut pertanyaan penelitian dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Pratama Laundry ?
2. Apakah Harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Pratama Laundry ?
3. Apakah Promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Pratama Laundry ?
4. Apakah terdapat pengaruh secara simultan kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada pratama Laundry ?

B. Tujuan Penelitian

Sehubungan dengan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Pratama Laundry.
2. Untuk menganalisis apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Pratama Laundry.
3. Untuk menganalisis apakah promosi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Pratama Laundry.
4. Untuk menganalisis pengaruh secara simultan kualitas pelayanan, harga, dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada Pratama Laundry.

C. Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini semoga dapat bermanfaat serta berguna untuk seluruh pihak diantaranya adalah :

1. Bagi Pengusaha

Dapat sebagai masukan atau informasi tambahan bagi Pemilik Usaha dan akan menjadi bahan pertimbangan untuk menetapkan kebijakan baru tempat laundry tentang strategi pemasaran yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2. Bagi Peneliti

Sebagai sarana untuk menambah pengetahuan dan menambah wawasan tentang kualitas pelayanan, harga, promosi dan kepuasan pelanggan.

3. Bagi Lembaga Pendidikan

Penelitian ini diharapkan dapat melengkapi khasanah perpustakaan Universitas Labuhanbatu serta memberikan referensi bagi seluruh mahasiswa dan kalangan akademisi maupun bagi penelitian selanjutnya yang ingin mempelajari masalah yang berhubungan dengan pemasaran khususnya kepuasan pelanggan.