

# Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Doclean Laundry di Kota Pekanbaru

Zulfitri<sup>1\*</sup>, Martinus Halawa<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Institut Teknologi dan Bisnis Master, Pekanbaru

---

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan laundry Doclean di kota Pekanbaru. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Doclean Laundry Pekanbaru yang berjumlah 246 orang dan sampel sebanyak 71 responden dengan menggunakan teknik sampling insidental. Analisis data dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan metode regresi linier sederhana dan data dianalisis dengan menggunakan program SPSS versi 16.0. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Doclean Laundry di kota Pekanbaru memiliki pengaruh yang signifikan dengan nilai koefisien determinasi R<sup>2</sup> sebesar 0,328. Artinya variabel kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan (X) sebesar 32,8% sedangkan sisanya sebesar 67,2% dijelaskan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh penulis. Variabel kualitas pelayanan (x) mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (y) dengan koefisien regresi sebesar 0,649 yang menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan meningkat sebesar 1 satuan maka variabel kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,649, hal ini berarti semakin tinggi kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan. Hasil uji hipotesis menunjukkan nilai thitung (5,802) > ttabel (1,667) yang berarti H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima. Dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

---

## ARTIKEL HISTORI

Accepted 30 Oktober 2022

## KATA KUNCI

Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

## 1. Pendahuluan

Kehidupan masyarakat sekarang sudah berbeda dengan kehidupan masyarakat yang dulu. Seperti mencuci pakaian, dulu bagi beberapa orang mencuci pakaian adalah hal yang melelahkan dan buang-buang waktu terutama bagi orang yang sibuk beraktifitas diluar rumah, namun seiring perkembangan zaman dimana teknologi serba bermunculan membuat semua menjadi serba mudah dan praktis. Salah satunya ialah mesin cuci pakaian, karena harga mesin cuci yang cukup mahal membuat sebagian orang enggan untuk membelinya. Dan karena hal inilah, banyak bermunculan usaha-usaha yang menawarkan produk atau jasa mencuci pakaian menggunakan mesin cuci.

Jasa laundry merupakan salah satu bentuk jasa yang sangat berkembang pesat di era sekarang, apa lagi di pusat kota seperti kota Pekanbaru. Dimana sebagian penduduknya adalah Mahasiswa dan perantau yang datang dari berbagai daerah, yang melakukan semua aktifitasnya sendiri. Baik itu mengerjakan tugas perkuliahan bahkan memenuhi kehidupan sehari-hari. Sehingga banyak yang memutuskan untuk mencuci pakaian menggunakan jasa laundry.

Perilaku pelanggan adalah perilaku yang ditunjukkan oleh pelanggan dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, dan menghentikan konsumsi produk, jasa, dan gagasan (Daryanto, dan Ismanto Setyobudi, 2014: 86).

\* CORRESPONDING AUTHOR. Email: zulfitri@gmail.com

Produk dengan kualitas terbaik selalu menjadi pilihan pelanggan. Sebelum melakukan pembelian, pelanggan pasti akan membanding-bandingkan produk sejenis. Pilihan pasti jatuh pada produk yang berkualitas. Produk yang berkualitas baik akan memberikan nilai kepuasan yang tinggi pada pelanggan (Novitasari Dyna: 136). Karena disini produk yang ditawarkan adalah jasa mencuci, maka pihak perusahaan harus memiliki kualitas jasa atau pelayanan yang baik. Misalnya pakaian menjadi bersih dan sangat wangi dan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan sehingga apa yang dirasakan dan diharapkan pelanggan pun sesuai dan terpenuhi. Karena yang dicari pelanggan adalah pelayanan yang dapat memuaskan keinginan dan kebutuhannya.

Fandy Tjiptono (2014: 118) kualitas pelayanan adalah sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Andriani & Ramadanni, 2021; Fitri & Febriyani, 2021; Tafano, 2021). Menurut Engel, et al (Fandy Tjiptono, 2014: 354) kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli di mana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil (*outcome*) tidak memenuhi harapan (Andriani & Ramadanni, 2021; Feri et al., 2020; Tafano, 2021).

Harapan pelanggan dalam layanan laundry misalnya pakaian ingin bersih dan rapih setelah menggunakan jasa laundry, tempat parkir yang nyaman, pemilik laundry yang ramah, dan ruangan yang rapih tidak berantakan.

Masyarakat kini mulai selektif dan cerdas dalam memilih produk atau jasa yang akan mereka gunakan. Ketatnya persaingan dalam bisnis laundry saat ini membuat para pemilik usaha tersebut bersaing dalam banyak hal agar dapat merebut pangsa pasar atau menciptakan peluang pasar baru untuk meningkatkan penjualan. Dalam menciptakan suatu produk atau jasa tidaklah mudah. Banyak faktor yang dapat mempengaruhi hal itu.

Doclean Laundry merupakan usaha dagang yang bergerak pada bidang jasa mencuci di kota Pekanbaru. Ud. Doclean Laundry sebagai salah satu jasa mencuci pakaian merasakan adanya tingkat persaingan yang semakin ketat dengan jasa laundry lainnya. Persaingan yang terjadi bukan saja dari sisi teknologi peralatan laundry saja, tetapi persaingan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas. Sehingga Ud. Doclean Laundry harus memberikan pelayanan yang berkualitas yang melebihi pesaingnya agar pelanggan lebih tertarik menggunakan jasa di perusahaannya. Kualitas pelayanan di Ud. Doclean Laundry menurut pantauan penulis yang didapatkan dari data Ud. Doclean Laundry kurang maksimal seperti kurangnya tanggapan dari pihak laundry ketika adanya keluhan dari pelanggan, dan pakaian yang baru masuk terlihat menumpuk di ruangan CS (*customer service*) sehingga mengganggu kenyamanan pelanggan yang berakibat kurangnya minat pelanggan untuk menggunakan jasa laundry di Doclean Laundry tersebut. Kualitas pelayanan perlu ditingkatkan dalam rangka untuk memenuhi harapan pelanggan sebagai pengguna jasa laundry, sehingga apakah pelanggan merasa puas terhadap pelayanan yang di dapatkan karena pelayanan yang berkualitas dapat menciptakan kepuasan pelanggan yang berakibat pelanggan akan datang kembali ke Doclean Laundry untuk menggunakan jasa Laundry tersebut, sehingga menjadi pelanggan tetap dan kemungkinan mereka akan merekomendasikan kepada orang lain atau teman-teman mereka. Sebaliknya pelayanan yang buruk membuat pelanggan jenuh sehingga lari ke pesaing. Karena kepuasan pelanggan merupakan indikator keberhasilan usaha dalam hal ini jasa Laundry.

Berikut ini tabel standar kualitas pelayanan di perusahaan jasa laundry “Doclean Laundry”.

Tabel 1 Standar kualitas pelayanan di perusahaan jasa laundry “Doclean Laundry”

Keandalan	Daya Tanggap	Jaminan	Empati	Bukti langsung
Pakaian menjadi bersih dan wangi, pakaian di setrika dengan rapih, pakaian dapat di ambil sesuai waktu yang sudah ditentukan.	Pelanggan tidak menunggu lama ketika pakaian hendak di ambil.	Karyawan laundry bersikap ramah ketika menerima pakaian yang hendak dicuci, serta cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan, pakaian tertukar akan segera di periksa kembali, pakaian yang kotor akan dicuci kembali secara gratis, pakaian yang hilang akan diganti 3 kali lipat dari harga laundryannya.	Karyawan laundry mengenal nama pelanggan dan memahami kebutuhan pelanggan	Tempat parkir yang nyaman, ada tempat duduk, tempatnya bersih, karyawannya rapih, sesuai tepat waktu.

Sumber: Doclean Laundry

Dari standar kualitas pelayanan Doclean Laundry ada beberapa keluhan pelanggan, dimana dapat kita lihat di tabel 1 data ulasan keluhan pelanggan Doclean Laundry yang diambil dari 3 tahun terakhir.

Tabel 2 Data ulasan keluhan pelanggan yang diambil dari 3 tahun terakhir

Tahun	Jumlah Keluhan	Standar Perusahaan	Keluhan
2018	62	a. Pakaian menjadi bersih dan wangi b. Pakaian di setrika dengan rapih c. Pakaian dapat diambil sesuai waktu yang sudah ditentukan.	a. Pakaian tertukar b. Pakaian hilang c. Pakaian kurang bersih b. Tidak tepat waktu.
2019	57	a. Pakaian menjadi bersih dan wangi b. Pakaian di setrika dengan rapih c. Pakaian dapat diambil sesuai waktu yang sudah ditentukan.	a. Strikaan kurang rapi b. <i>Costumer service</i> kurang ramah c. Pakaian masih ada yang bau apek. c. Pakaian tertukar.
2020	84	a. Pakaian menjadi bersih dan wangi b. Pakaian di setrika dengan rapih c. Pakaian dapat diambil sesuai waktu yang sudah ditentukan.	a. Farfum kurang wangi b. Pakaian robek c. Strikaan tidak rapi d. Pakaian tertukar d. Pakaian hilang.

Sumber: Doclean Laundry

Dari tabel 2 terlihat ada beberapa keluhan pelanggan dimana pakaian tertukar menjadi obyek keluhan yang timbul setiap tahunnya

## 2. Tinjauan Pustaka

### Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan John F. Welch Jr., dalam Kotler dan Keller (2008) mengatakan “kualitas adalah jaminan terbaik kami atas loyalitas pelanggan, pertahanan terkuat kami menghadapi persaingan luar negeri, dan satusatunya untuk mempertahankan pertumbuhan dan penghasilan”. Menurut ISO 9000 dalam Lupiyoadi (2014) mengatakan kualitas adalah “*degree to which a set of inherent characteristics fulfils requirements*” (derajat yang di capai oleh karakteristik yang inheren dalam memenuhi persyaratan). Sedangkan menurut Supranto (2006) kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pengertian pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan apa yang diperlukan orang lain. Kemudian menurut Kotler mengatakan “*A Service essentially intangible and does not result in the Ownership of anything, its production may or may no be to a physical product*”. Yang artinya ialah bahwa pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun (dalam Laksana, 2008). Kriteria lain yang dapat digunakan untuk mengukur persepsi pelanggan yang meliputi lima dimensi yaitu:

- a. Bukti Fisik (*Tangibles*) Bukti fisik meliputi penampilan fisik, peralatan, karyawan, mekanik, media komunikasi dan teknologi yang di pergunakan dalam memberikan pelayanan.
- b. Keandalan (*Reliability*) Kemampuan untuk melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan sikap yang akurat dan dapat diandalkan.
- c. Daya Tanggap (*Responsiveness*) Kesiediaan dan kesiapan karyawan dalam memberikan pelayanan, ketepatan waktu dan memberikan pelayanan dengan cepat
- d. Jaminan (*Assurance*) Mencakup kompetensi, kesopanan, kredibilitas dan keamanan, kesadaran dan kesopanan karyawan dan kemampuan karyawan untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pelanggan.
- e. Empati (*Emphaty*) Memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan dengan berupaya memahami keinginannya.

### Kepuasan Pelanggan

Menurut Cambridge International Dictionaries pelanggan adalah *a person who buys goods or a service* (seseorang yang membeli suatu barang atau jasa). Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa Latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan biasa diartikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “membuat sesuatu memadai” (dalam Tjiptono & Chandra, 2007) Menurut Sudaryono (2016) kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan di mana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang. Menurut Setyobudi & Daryanto (2014) pelanggan adalah pembeli yang bergantung pada barang atau jasa yang digunakan. Menurut Richard Oliver (dalam Zeithaml., dkk 2018) kepuasan pelanggan adalah respon pemenuhan dari pelanggan terhadap suatu produk atau layanan itu sendiri yang telah memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Definisi kepuasan pelanggan menurut kotler (2014:150) ialah: perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang di pikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Dari definisi tersebut dapat dikatakan apabila kinerja produk tidak

sesuai dengan harapan pelanggan dan bila harapan yang ditetapkan terlalu rendah, maka pelanggan tersebut akan merasa tidak puas dan berujung kecewa, jika kinerja sesuai harapan maka pelanggan akan merasa puas, namun apabila kinerja produk melampaui harapan, maka pelanggan akan merasa gembira dan sangat puas. Menurut rondonuwu dan komalig dalam jurnal purnomo edwin setyo (2017) kepuasan konsumen di ukur dari sebaik apa harapan konsumen atau pelanggan terpenuhi. Menjelaskan indikator kepuasan pelanggan, yaitu:

- a. Terpenuhi harapan konsumen. Konsumen merasakan kepuasan akan terpenuhinya keinginan dan kebutuhan dari sebuah produk barang atau jasa
- b. Merekomendasikan kepada pihak lain. Konsumen akan selalu merekomendasikan hasil pengalamannya kepada orang lain atas apa yang di peroleh dari suatu kualitas produk yang di tawarkan oleh perusahaan.
- c. Kualitas layanan. Dapat di wujudkan melalui pemenuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan menyampaikan untuk mengimbangi harapankonsumen.
- d. Loyal. Konsumen memiliki berbagai alasan untuk tidak mengembangkan loyalitas terhadap produk atau jasa tertentu, yang mampu memberikan manfaat atau harapan mereka terpenuhi.
- e. Lokasi. Tempat dimana perusahaan memperjual belikan produk barang/jasa yang di tawarkan kepada konsumen tertentu.

### 3. Metode

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian kuantitatif merupakan salah satu jenis penelitian yang spesifikasinya adalah sistematis, terencana dan terstruktur dengan jelas sejak awal hingga pembuatan desain penelitiannya. Menurut Sugiyono (2013: 13), metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif dengan tujuan untuk mendeskriptifkan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum.

Sumber data yang dimaksud dalam penelitian adalah subjek dari mana data tersebut dapat diperoleh dan memiliki informasi kejelasan tentang bagaimana mengambil data tersebut dan bagaimana data tersebut diolah. Sumber data terdiri dari:

- a. Data Primer  
Menurut Husein umar (2013: 42) data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuesioner yang biasa dilakukan oleh peneliti. Data primer merupakan informasi yang dikumpulkan peneliti langsung dari sumbernya. Data primer dalam penelitian ini menggunakan kuesioner berupa pernyataan atau pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk isi dan selanjutnya di olah dengan alat ukur statistik untuk mendapatkan data kuantitatif dengan skala likert. Dan wawancara langsung kepada pemilik laundry untuk mendapatkan informasi mengenai profil usaha jasa laundry “Doclean Laundry”.

b. Data Sekunder

Menurut Husein umar (2013: 42) data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram-diagram. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data jumlah pelanggan di Doclean Laundry selama tahun 2020.

Menurut Sugiyono (2017: 148) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Maka populasi yang dipakai dalam penelitian ini adalah semua pelanggan jasa laundry di Doclean Laundry pada tahun 2020 yaitu berjumlah 246 orang.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Iman Muhammad, 2012: 14). Sedangkan sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik Sampling Insidental, Menurut Sugiyono, (2016; 124) Sampling Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu mengambil siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel. Bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok menjadi sumber data. Untuk menentukan jumlah sampel penulis menggunakan rumus Slovin sebagai berikut: (Sofyan Siregar, 2010: 149)

$n = \frac{N}{1 + N \cdot (e)^2}$  setelah dilakukan perhitungan sampel yang didapat dengan hasil menggunakan rumus slovin sebanyak 71,098. Untuk itu jumlah sampel ditetapkan sebanyak 71 orang.

#### 4. Hasil dan Pembahasan

Data-data yang dianalisis diperoleh melalui kuisioner yang ditujukan kepada seluruh pelanggan yang berkunjung pada Doclean Laundry di Kota Pekanbaru. Sebelum melakukan analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Doclean Laundry, maka terlebih dahulu akan dianalisis hal-hal yang bersangkutan dengan identitas responden yang menjadi sampel pada penelitian ini. Hal-hal tersebut antara lain mencakup mengenai jenis kelamin dan usia yang menjadi responden dalam penelitian ini.

Berdasarkan identifikasi menurut jenis kelamin akan dilihat jumlah distribusi karyawan laki-laki dan perempuan, yang hasilnya dapat dilihat pada tabel 3 dibawah ini.

Tabel 3 Jenis Kelamin Responden

NO	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	21	29,58
2.	Perempuan	50	70,42
<b>Jumlah</b>		<b>71</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Olahan

Dari data di atas di ketahui bahwa responden perempuan lebih banyak dengan jumlah 50 orang dan dengan persentase (70,42%), sedangkan reponden laki-laki hanya berjumlah 21 orang

dengan persentase (29,58%). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden yang terbanyak adalah responden yang berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 50 orang dengan persentase 70,42%.

Berdasarkan identifikasi menurut usia, umur responden penelitian dapat diketahui dari hasil pengelompokkan responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4:

Tabel 4 Umur Responden

<b>NO</b>	<b>Umur</b>	<b>Jumlah Responden</b>	<b>Persentase (%)</b>
1.	18 – 25 Tahun	12	16,90
2.	26 – 30 Tahun	15	21,13
3.	31 – 32 Tahun	20	28,17
4.	36 – 40 Tahun	22	30,98
5.	41 – 45 Tahun	2	2,82
<b>Jumlah</b>		<b>71</b>	<b>100</b>

Sumber : Data Olahan

Berdasarkan tabel 4 dapat diketahui tingkat usia responden di Doclean Laundry di Kota Pekanbaru yaitu sebanyak 12 orang atau sebesar 16,90% merupakan responden yang berusia 18 – 25 tahun, sedangkan sebanyak 15 orang atau sebesar 21,13% merupakan responden yang berusia 26 – 30 tahun, kemudian sebanyak 20 orang atau sebesar 28,17% merupakan responden yang berusia 31 – 32 tahun, lalu kemudian sebanyak 22 orang atau sebesar 30,98% merupakan responden berusia 36 – 40 tahun. Dan sebanyak 2 orang atau sebesar 2,82% merupakan responden berusia 41 – 45 tahun Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa responden yang terbanyak adalah responden yang berusia 36 – 40 tahun.

Tanggapan responden tertinggi terdapat pada pernyataan pernyataan 3, dimana terdapat pernyataan “Pakaian/cucian selalu bersih dan wangi setelah menggunakan jasa Doclean Laundry.” sebesar 4,197 atau setuju, Dan tanggapan responden terendah terdapat pada pernyataan 1, dimana terdapat pernyataan bahwa “Layanan antar jemput Doclean Laundry selalu tepat waktu.” sebesar 3,732 atau setuju.

Rata-rata untuk variabel Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 3,933 atau setuju. Hal ini dapat disimpulkan responden mempunyai tanggapan yang setuju mengenai variabel kepuasan pelanggan. Tanggapan responden pada pernyataan 1, dimana terdapat pernyataan “Pelanggan merasa puas karena pakaian/cucian menjadi bersih dan wangi setelah menggunakan jasa Doclean Laundry.” sebesar 4,070 atau setuju. Tanggapan responden pada pernyataan 2 dimana terdapat pernyataan “Pelanggan merasa puas karena harga yang diberikan murah.” sebesar 4,056 atau setuju. Tanggapan responden pada pernyataan 3 dimana terdapat pernyataan “Pelanggan merasa puas karena karyawan laundry selalu cepat dalam menangani keluhan pelanggan.” sebesar 3,831 atau setuju. Dan Tanggapan responden pada pernyataan 4 dimana terdapat pernyataan “Pelanggan merasa puas karena layanan antar jemput Doclean Laundry selalu tepat waktu.” sebesar 3,775 atau setuju.

## 5. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Doclean Laundry Di Kota Pekanbaru dan untuk mengetahui pengaruh terbesar dari variabel independen. Dari rumusan masalah penelitian yang telah diajukan, maka analisis yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Berdasarkan hasil penelitian membuktikan bahwa Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Doclean Laundry Di Kota Pekanbaru terbukti valid dan reliabel.
- b. Berdasarkan hasil penelitian uji normalitas didapatkan hasil penelitian variabel Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan berdistribusi dengan normal dengan hasil bukti hasil noktah (titik) menyebar dalam garis diagonal serta mengikuti arah garis diagonal.
- c. Berdasarkan analisis secara parsial, hasil uji hipotesis menunjukkan nilai thitung ( $5,802 > t_{tabel} (1,667)$ ) yang berarti  $H_0$  dan  $H_a$  diterima. Maka dapat disimpulkan variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan Doclean Laundry Di Kota Pekanbaru.
- d. Berdasarkan perhitungan koefisien Determinasi ( $R^2$ ) diketahui bahwa nilai R Square sebesar 0,328. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan dan Kepuasan Pelanggan mampu mempengaruhi Kepuasan Pelanggan yaitu sebesar 32,8% sedangkan sisanya sebesar 67,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti variabel *reliability, responsiveness, assurance, empathy, tangible* dan lain sebagainya.

## Referensi

- Abdullah, Thamrin & Francis, Tantri, 2012, "Manajemen Pemasaran", Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Alma, Buchari, 2013, "Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa", Bandung : Alfabeta.
- Arikunto, 2012, "Prosedur Penelitian Satuan Pendekatan Praktik", Jakarta: Rineka Cipta.
- Azuar Juliandi, Irfan dan Saprinal Manurung, 2014, "Metode Penelitian Bisnis". Medan: UMSU Press.
- Andriani, D., & Ramadanni, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Layanan Akademik terhadap Kepuasan Mahasiswa di Lembaga Pendidikan Smart Fast Global Education Pekanbaru*. 1(1), 28–34.
- Daryanto, dan Ismanto Setyobudi, 2014, "Konsumen dan Pelayanan Prima".
- Dyna, Novitasari, "145 Q & A Start Your Own Bussiness – Pasti Bisa Buka Usaha", Yogyakarta: Gmedia.
- Feri, S., Rahmat, A., & Supeno, B. (2020). Pengaruh Motivasi, Gaya Kepemimpinan Transformasional Dan Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Melalui Kepuasan Kerja Sebagai Variabel Intervening Studi Pada PT. Champion Kurnia Djaja Technologies. *INOBIIS: Jurnal Inovasi Bisnis dan Manajemen Indonesia*, 4(1), 134–151. <https://doi.org/10.31842/jurnalinobis.v4i1.172>
- Fitri, Z., & Febriyani, D. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA PENGIRIMAN BARANG TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN DI PT. INTI DUTA LOGISTIK PEKANBARU*. 2.
- Ghozali, Imam, 2011, "Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19", Semarang: Badan Penelitian Universitas Diponegoro.
- Hermi, 2019, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Malomo Laundry Terhadap Kepuasan Pelanggan". Skripsi. Institut Agama Islam Negeri Palopo.
- Husein, Umar, 2011, "Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis", Edisi 11. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Husein Umar. 2013. "Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis". Jakarta: Rajawali
- Irawan, Handi, 2002, "10 Prinsip Kepuasan Pelanggan", Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramadia.
- Juliandi, Azuar dan Irfan Saprinal Manurung, 2014, "Metodologi Penelitian Bisnis: Konsep dan Aplikasi", Medan: Umsu Pers
- Kotler, Philip dan Keller Kevin, 2009, "Manajemen Pemasaran", Edisi 13 Jilid 1 dan jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dkk, 2012, "Manajemen Pemasaran Perspektif Asia", Edisi Pertama. Yogyakarta: Andy



- Kotler, Philip & Gary, Amstrong, 2014, "Principles of Marketing. 14th Edition 14", England: Person Horizon Edition.
- Muhammad, Iman, 2012, "Pemanfaatan SPSS dalam Penelitian Bidang Kesehatan", Bandung: Citapustaka Media Perintis.
- Nugroho, Bhuono Agung, 2005, "Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan Spss", Yogyakarta: Andi.
- Pujawan, 2010, "Riset Pemasaran Kontemporer", Edisi Pertama, Jakarta: Salemba Empat.
- Priyatno, Duwi, 2010, "Paham Analisis Statistik Data dengan SPSS", Yogyakarta: Mediakom.
- Priyatno, Duwi, 2013, "Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution)". MediaKom, Yogyakarta.
- Siregar, Sofyan, 2010, "Statistika Deskriptif Untuk Penelitian", Jakarta.
- Sugiyono, 2010, Metode Penelitian Administrasi. Cetakan XVIII, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono, 2013. "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D". Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2014, "Metode Penelitian Manajemen", Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2015, "Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)", Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2016, "Metode Penelitian Kuantitatif dan R & D", Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, 2017, "Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D", Bandung: Alfabeta, CV.
- S. Samadi, Firdaus, 2018, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT.JNE Cabang Gorontalo". Skripsi. Universitas Negeri Gorontalo.
- Tafano, A. (2021). *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Masyarakat di Kelurahan Air Dingin Kecamatan Bukitraya Pekanbaru*. 1–7.
- Tjiptono, Fandy, 2008, "Strategi Pemasaran", Edisi III, Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Tjiptono, Fandy, 2014, "Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian", Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2015, "Strategi Pemasaran", edisi 4, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2016, "Service, Quality & satisfaction". Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius, Chandra, 2017, "Pemasaran Strategik", Edisi ke-3. Yogyakarta: Andi (Anggota IKAPI).
- Ubaedillah, 2017, "Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Salwa Laundry di Kota Serang". Skripsi. Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten.