



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi Unggul*

*SK BAN –PT NO. 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022*

**Pengaruh *Sales Promotion* dan Kualitas Pelayanan  
terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya pada  
Minat Penggunaan Ulang Jasa *Laundry K-GLA***

Skripsi

Oleh

Karentifa Nabila Putri

6081801131

Bandung

2022



**Universitas Katolik Parahyangan**  
**Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**  
**Program Studi Administrasi Bisnis**

*Terakreditasi Unggul*

*SK BAN –PT NO. 1598/SK/BAN-PT/AK-ISK/S/III/2022*

***Pengaruh Sales Promotion dan Kualitas Pelayanan***  
**terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya pada**  
**Minat Penggunaan Ulang Jasa *Laundry K-GLA***

Skripsi

Oleh

Karentifa Nabila Putri

6081801131

Pembimbing

Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D.

Bandung

2022

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Jurusan Administrasi Bisnis  
Program Studi Administrasi Bisnis Program Sarjana



**Tanda Pengesahan Skripsi**

Nama : Karentifa Nabila Putri  
Nomor Pokok : 6081801131  
Judul : Pengaruh *Sales Promotion* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya pada Minat Penggunaan Ulang Jasa *Laundry K-GLA*

Telah diuji dalam Ujian Sidang jenjang Sarjana  
Pada Jum'at, 24 Juni 2022  
Dan dinyatakan **LULUS**

**Tim Penguji**  
**Ketua sidang merangkap anggota**  
Yosefa, S.T., M.M.

7 Juli 2022  
: Pengesahan 6081801131  
a.n. Karentifa Nabila Putri

**Sekretaris**  
Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D.

: \_\_\_\_\_

**Anggota**  
Dr. James Rianto Situmorang, Drs., M.M.

: \_\_\_\_\_

Mengesahkan,  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si

## PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan dibawah ini :

Nama : Karentifa Nabila Putri

NPM : 6081801131

Program Studi : Administrasi Bisnis

Judul : Pengaruh *Sales Promotion* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya pada Minat Penggunaan Ulang Jasa *Laundry K-GLA*

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi ini merupakan hasil karya tulis ilmiah sendiri dan bukanlah merupakan karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar akademik oleh pihak lain. Adapun karya atau pendapat lain yang dikutip, ditulis sesuai dengan kaidah penulisan ilmiah yang berlaku. Selain itu, pengumpulan dan penggunaan data di penelitian ini telah diketahui dan seijin dari pihak yang menjadi sumber data.

Pernyataan ini saya buat dengan penuh tanggung jawab dan bersedia menerima konsekuensi apapun sesuai aturan yang berlaku apabila dikemudian hari diketahui bahwa pernyataan ini tidak benar.

Bandung, 14 Juni 2022



Karentifa Nabila Putri

## ABSTRAK

Nama : Karentifa Nabila Putri  
NPM : 6081801131  
Judul : Pengaruh *Sales Promotion* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan serta Dampaknya pada Minat Penggunaan Ulang Jasa *Laundry* K-GLA

---

Pada masa pandemi ini jumlah UMKM pada tahun 2021 meningkat mencapai 64,2 juta. Salah satu bisnis UMKM yang menawarkan layanan jasa yaitu, bisnis *Laundry*. Usaha *laundry* ini pun banyak diminati oleh masyarakat khususnya di Kota Bandung dengan peningkatan jumlah permintaan jasa *Laundry* sebesar 50% pada masa pandemi. Namun, *Laundry* K-GLA mengalami penurunan jumlah pelanggan sehingga berdampak pada pendapatan *laundry* yang juga menurun. Penurunan tersebut diduga karena kurangnya penawaran *sales promotion* dan pemberian kualitas pelayanan yang dirasa kurang baik. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari *sales promotion* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya pada minat penggunaan ulang.

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian eksplanatori dengan pendekatan kuantitatif dan metode survei. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara kepada pemilik *Laundry* K-GLA dan menyebarkan kuesioner menggunakan *google form* yang diberikan kepada 110 responden pelanggan *Laundry* K-GLA.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *sales promotion* dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan terdapat pengaruh yang signifikan juga antara *sales promotion*, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap minat penggunaan ulang pada jasa *Laundry* K-GLA.

**Kata Kunci:** *Sales Promotion*, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Minat Penggunaan Ulang.

## **ABSTRACT**

*Name* : Karentifa Nabila Putri

*Student ID* : 6081801131

*Title* : *The Influence of Sales Promotion and Service Quality to Customer Satisfaction and Its Impact to Repurchase Intention Laundry K-GLA Service*

---

*During the pandemic, the growth number of MSME in 2021 has reached until 64,2 million. One of examples of MSME that offers a service is Laundry business. The laundry business is popular among Bandung citizens that caused the increasing number of demand up to 50% in this pandemic situation. However, K-GLA Laundry has experienced the decreasing number of customers which caused the downward of business income. The downward of income presumably caused by lack of sales promotion and lack of quality service. Therefore, this study analyzed the influence of sales promotion and service quality towards customer satisfaction also its impact to service reuse.*

*This study used explanatory with quantitative approach and survey method. The data collection was gained by interviewing the owner of K-GLA Laundry and distributing questionnaire through Google Form to 110 respondents of K-GLA Laundry customers.*

*The results showed that there was a significant impact between sales promotion and quality service against customer satisfaction. There was also a significant impact among sales promotion, quality service, and customer satisfaction towards the reuse of K-GLA Laundry service.*

***Keywords : Sales Promotion, Service Quality, Customer Satisfaction, Repurchase Intention***

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena berkat rahmat dan karunianya kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi berlangsung hingga akhirnya skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Sales Promotion* dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan serta dampaknya pada minat penggunaan ulang jasa *Laundry K-GLA*”** ini dapat terselesaikan dengan baik dan tepat waktu. Tak lupa, penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah memberikan bantuan dan dukungan dalam bentuk apapun kepada penulis.

Penelitian ini dilakukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Strata-1 Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Katolik Parahyangan.

Penulis menyadari bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna yang disebabkan karena adanya keterbatasan pengetahuan, waktu dan juga pengalaman yang dimiliki. Maka dari itu, penulis menerima dengan lapang dada segala masukan, saran, dan komentar atas penelitian ini. Dengan adanya masukan, saran, dan komentar yang membangun, diharapkan penulis memperoleh ilmu baru yang dapat berguna bagi penulis dikemudian hari.

Bandung, 14 Juni 2022

Karentifa Nabila Putri

## UCAPAN TERIMA KASIH

*Selama proses penulisan skripsi ini penulis memperoleh do'a, motivasi, bimbingan, dan saran dari berbagai pihak yang membuat penulis dapat menyelesaikan penulisan ini hingga selesai. Dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih dengan penuh rasa hormat kepada mereka yang selalu ada sejak hari pertama dan mereka yang hadir menjadi bagian dari kehidupan penulis selama 4 tahun terakhir.*

Kepada Allah SWT – terima kasih atas kelancaran, kemudahan, rahmat, dan anugerah yang diberikan sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Kepada kedua orang tua, Bapak Lukman dan Ibu Nia – terima kasih telah menjadi penguat dan memberikan do'a dan semangat moral sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini.

Kepada Bapak Gandhi Pawitan, Ir., M.Sc., Ph.D. selaku dosen pembimbing – terima kasih telah bersedia menyediakan waktu, tenaga, memberikan ilmu, dan telah sabar dalam membantu untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.

Kepada Bapak Dr. Pius Sugeng Prasetyo, M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Kepada Bapak Yoke Pribadi Kornarius, S.AB.,M.Si. selaku ketua Program Studi Jurusan Administrasi Bisnis.

Kepada jajaran dosen serta seluruh petugas yang bekerja di Universitas Katolik Parahyangan – terima kasih telah membimbing, membantu, dan melayani penulis semasa perkuliahan.

Kepada pihak *Laundry K-GLA* – terima kasih telah membantu memberikan informasi dan mengizinkan penulis untuk menjadikan *Laundry K-GLA* sebagai bagian dari objek penelitian.

Kepada *Hagies Akbar* selaku teman terdekat – terima kasih selalu menemani, membantu, memotivasi dan menghibur penulis selama proses penyusunan skripsi ini.

Kepada teman sekaligus sahabat seperjuangan penulis yaitu, *Nabila Khansa, Stani Sahala, dan Afaa Sezara* – terima kasih telah memberikan bantuan, diskusi, motivasi, dan hiburan selama proses pengerjaan skripsi ini.

Kepada *BTS (Kim Nam-joon, Kim Seok-jin, Min Yoon-gi, Jung Ho-seok, Park Jimin, Kim Tae-hyung, Jeon Jung-kook)* – terima kasih telah memberikan semangat dan hiburan kepada penulis selama proses pengerjaan skripsi ini.

Kepada seluruh keluarga besar, teman-teman, serta seluruh pihak yang mungkin belum sempat tersebut – terima kasih telah berpartisipasi dalam membantu, menemani, menghibur, dan memberikan semangat kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi dan perkuliahan yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	iii
<i>ABSTRACT</i> .....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMA KASIH.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB 1 PERMASALAHAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
1.5 Objek Penelitian .....	8
1.6 Cakupan Penelitian .....	11
BAB 2 KERANGKA PEMIKIRAN DAN METODOLOGI.....	12
2.1 Kerangka Teori .....	13
2.1.1 Karakteristik Bisnis Jasa .....	13
2.1.2 Manajemen Pemasaran .....	15
2.1.3 Perilaku Konsumen.....	16
2.1.4 Minat Penggunaan Ulang dan Dimensinya.....	20
2.1.5 <i>Sales Promotion</i> dan Alat-alatnya .....	22
2.1.6 Kualitas Pelayanan dan Dimensinya.....	24
2.1.7 Kepuasan Pelanggan dan Dimensinya .....	25
2.2 Hipotesis .....	27
2.2.1 Pengaruh <i>Sales Promotion</i> terhadap Kepuasan Pelanggan.....	27
2.2.2 Pengaruh <i>Sales Promotion</i> terhadap Minat Penggunaan Ulang .....	28
2.2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan .....	28
2.2.4 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Minat Penggunaan Ulang .....	29
2.2.5 Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Penggunaan Ulang ....	30

2.4 Metodologi .....	30
2.4.1 Model Penelitian .....	31
2.4.2 Operasional Variabel .....	32
2.4.3 Teknik Pengumpulan Data.....	37
2.4.4 Instrumen Penelitian .....	40
2.4.5 Teknik Analisis Data.....	43
<b>BAB 3 HASIL DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>49</b>
3.1 Hasil.....	49
3.1.1 Profil Perusahaan .....	49
3.1.2 Profil Responden.....	51
3.1.3 Tabulasi Silang Antara Usia dan <i>Gender</i> Konsumen <i>Laundry</i> K-GLA	53
3.1.4 Tabulasi Silang Antara Gender dan Frekuensi Pembelian Konsumen <i>Laundry</i> K-GLA.....	54
3.1.5 Hasil Uji Validitas.....	55
3.1.6 Hasil Uji Reliabilitas.....	56
3.1.7 Deskripsi Variabel Penelitian .....	57
3.1.8 Hasil Model Regresi .....	61
3.1.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	65
3.1.10 Hasil Uji Hipotesis (Uji T).....	69
3.1.11 Hasil Koefisien Determinasi .....	72
<b>3.2 Pembahasan Hasil .....</b>	<b>72</b>
<b>3.3 Temuan .....</b>	<b>77</b>
<b>BAB 4 KESIMPULAN, REKOMENDASI, IMPLIKASI .....</b>	<b>78</b>
<b>4.1 Kesimpulan .....</b>	<b>78</b>
<b>4.2 Rekomendasi .....</b>	<b>80</b>
<b>4.3 Implikasi.....</b>	<b>81</b>
<b>REFERENCES .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>86</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Pelanggan <i>Laundry</i> K-GLA Tahun 2020 Hingga 2022 ....	3
Tabel 1. 2 Hasil Survei Konsumen <i>Laundry</i> K-GLA.....	4
Tabel 2. 1 Definisi Operasional Variabel.....	32
Tabel 3. 1 Profil Responden <i>Laundry</i> K-GLA.....	51
Tabel 3. 2 Tabulasi Silang Antara Usia dan Gender Konsumen <i>Laundry</i> K-GLA	53
Tabel 3.3 Tabulasi Silang Antara Gender dan Frekuensi Pembelian Konsumen <i>Laundry</i> K-GLA.....	54
Tabel 3. 4 Hasil Uji Validitas.....	55
Tabel 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas .....	56
Tabel 3. 6 Skor Variabel <i>Sales Promotion</i> .....	57
Tabel 3. 7 Skor Variabel Kualitas Pelayanan.....	58
Tabel 3. 8 Skor Variabel Kepuasan Pelanggan .....	59
Tabel 3. 9 Skor Variabel Minat Penggunaan Ulang .....	60
Tabel 3. 10 Rangkuman Hasil Skor Setiap Variabel.....	60
Tabel 3. 11 Hasil Uji Normalitas Model 1 .....	61
Tabel 3. 12 Hasil Uji Normalitas Model 2 .....	62
Tabel 3. 13 Hasil Uji Multikolinearitas Model 1 .....	64
Tabel 3. 14 Hasil Uji Multikolinearitas Model 2 .....	65
Tabel 3. 15 Tabel Regresi Linier Berganda Model 1 .....	66
Tabel 3. 16 Tabel Regresi Linier Berganda Model 2.....	67
Tabel 3. 17 Tabel Koefisien Determinasi.....	72

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Lokasi <i>Laundry</i> K-GLA .....	9
Gambar 1. 2 Proses Pengerjaan <i>Laundry</i> .....	10
Gambar 2. 1 Kerangka Berpikir .....	<b>Error! Bookmark not defined.</b> 13
Gambar 2. 2 Model Penelitian .....	31
Gambar 3.1 Logo <i>Laundry</i> K-GLA.....	48
Gambar 3. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas Model 1.....	63
Gambar 3. 3 Hasil Uji Heterokedastisitas Model 2.....	64

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian.....	84
Lampiran 2 Tabulasi Induk.....	87

# **BAB 1**

## **PERMASALAHAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Pada awal masa pandemi tahun 2020, siklus perekonomian Indonesia mengalami penurunan yang cukup signifikan yaitu sebesar 2,07% (Badan Pusat Statistik, 2021). Namun, pada tahun 2021, perekonomian Indonesia mengalami peningkatan sebesar 3,69%, lebih tinggi dibandingkan tahun sebelumnya (Badan Pusat Statistik, 2022). Salah satu penyebab peningkatan tersebut adalah karena maraknya masyarakat yang mendirikan UMKM. Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) memiliki peran penting dalam pemulihan perekonomian Indonesia. Hal tersebut didasarkan atas data Kementerian dan UKM yang menyebutkan bahwa jumlah UMKM pada tahun 2021 mencapai 64,2 juta dengan kontribusi terhadap PDB sebesar 61,07% atau senilai 8.573,89 triliun rupiah dan UMKM mampu menyerap 97% tenaga kerja serta dapat mengumpulkan hingga 60,4% dari total investasi (Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia, 2021).

Dunia bisnis dituntut untuk dapat menyediakan layanan barang atau jasa dengan efektif dan efisien sesuai dengan permintaan konsumen. Salah satu bisnis yang menawarkan layanan jasa yaitu bisnis *Laundry*. *Laundry* merupakan salah satu UMKM yang menyediakan layanan untuk mencuci dan menyetrika pakaian



dengan metode-metode khusus. Selain itu, jasa laundry pun bisa untuk merawat pakaian agar lebih wangi tahan lama, awet, dan menghilangkan noda-noda membandel lainnya.

Usaha *laundry* ini pun banyak diminati oleh masyarakat khususnya di Kota Bandung. Menurut Ketua Umum Asosiasi *Laundry* Indonesia (ASLI), peningkatan jumlah permintaan jasa *laundry* di Kota Bandung pada masa pandemi naik hingga 50% (Idris, 2020). Peningkatan tersebut disebabkan karena usaha *laundry* memberikan luaran yang bermanfaat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat di tengah masa pandemi ini, yaitu dengan mencuci pakaian menggunakan deterjen anti bakteri dengan menggunakan mesin pengering yang rata-rata bersuhu diatas 90 derajat celcius (Idris, 2020). Menurut Unicef (2020), virus Covid-19 dapat mati pada suhu 70 derajat celcius. Hal tersebut membuktikan bahwa virus Covid-19 akan mati dengan menggunakan mesin pengering karena rata-rata suhunya 90 derajat celcius. Maka dari itu, dengan adanya usaha *laundry* juga sekaligus dapat memutus rantai penyebaran virus Covid-19 karena, dengan mesin pengering yang memiliki rata-rata suhu 90 derajat yang digunakan *laundry* dapat membuat virus Covid-19 mati.

Salah satu usaha *laundry* yang berada di Kota Bandung yaitu *Laundry K-GLA*. Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada tanggal 8 Maret 2022 dengan pemilik *Laundry K-GLA*, pada pertengahan tahun 2020 hingga akhir tahun 2021, *Laundry K-GLA* mengalami peningkatan jumlah permintaan jasa *laundry*. Namun, pada awal tahun 2022, *Laundry K-GLA* mengalami penurunan jumlah pelanggan sehingga berdampak pada pendapatan *laundry* yang juga menurun.

Berikut adalah data pelanggan *Laundry* K-GLA mulai dari bulan Maret 2020 hingga Februari 2022.

Tabel 1. 1  
Data Jumlah Pelanggan *Laundry* K-GLA Tahun 2020 Hingga 2022

Bulan	Jumlah Pelanggan		
	2020	2021	2022
Januari	-	277	297
Februari	-	260	268
Maret	150	290	-
April	123	315	-
Mei	116	308	-
Juni	132	341	-
Juli	248	291	-
Agustus	202	322	-
September	213	334	-
Oktober	228	398	-
November	264	376	-
Desember	279	405	-
<b>Total</b>	<b>1955</b>	<b>3917</b>	<b>565</b>
<b>Rata-rata</b>	<b>195</b>	<b>326</b>	<b>282</b>

Sumber: *Laundry* K-GLA yang Didapatkan pada 14 Maret 2022

Berdasarkan tabel 1.1, *Laundry* K-GLA mulai mengalami peningkatan jumlah pelanggan pada bulan Juli 2020. Peningkatan tersebut terus berlanjut hingga tahun 2021. Namun, pada awal Januari hingga Februari tahun 2022, *Laundry* K-GLA mengalami penurunan. Berdasarkan wawancara yang dilakukan pada tanggal 8 Maret 2022 dengan pemilik *Laundry* K-GLA, penurunan tersebut dikarenakan terdapat beberapa pelanggan yang mengeluh karena pelayanan *laundry* yang kurang baik seperti cucian *laundry* yang tertukar dan waktu penjemputan dan

pengantaran *laundry* yang tidak tepat waktu. Hal itu dikarenakan jumlah permintaan cucian *laundry* yang meningkat di bulan sebelumnya, khususnya pada bulan Oktober hingga Desember seperti yang terlihat pada tabel 1.1 sehingga membuat pegawai kewalahan dalam proses pengerjaan *laundry*. Selain itu, faktor lain yang berdampak pada penurunan jumlah pelanggan *Laundry* K-GLA ialah, kurangnya penawaran promosi penjualan yang diberikan *Laundry* K-GLA kepada konsumen.

Hal tersebut juga sesuai dengan hasil survei penulis menggunakan kuesioner dalam bentuk *google form* yang disebarakan kepada 110 orang responden konsumen *Laundry* K-GLA. Berikut adalah hasil surveinya yang dicantumkan dalam bentuk tabel

Tabel 1.2  
Hasil Survei Konsumen *Laundry* K-GLA

<i>Sales Promotion</i>					
Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
<i>Laundry</i> K-GLA cukup sering memberikan promosi penjualan seperti kupon atau pengurangan harga.	8	26	11	37	28
Dengan adanya pengurangan harga yang ditawarkan <i>Laundry</i> K-GLA membuat saya menjadi tertarik.	4	10	23	46	27
Saya memakai promo penjualan yang ditawarkan <i>Laundry</i> K-GLA.	10	20	8	45	27
<i>Kualitas Pelayanan</i>					
Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
Proses penjemputan dan pengantaran <i>Laundry</i> K-GLA cepat dan tepat waktu.	9	21	9	38	33

Sumber : Hasil Olahan Penulis, 2022

Berdasarkan tabel 1.2 dapat ditemukan bahwa terdapat 8 orang yang menjawab sangat tidak setuju, 26 orang yang menjawab tidak setuju, dan 11 orang yang menjawab kurang setuju pernyataan bahwa *Laundry* K-GLA cukup sering memberikan promosi penjualan seperti kupon atau pengurangan harga. Padahal, dengan adanya promosi penjualan seperti kupon atau pengurangan harga, konsumen *Laundry* K-GLA menjadi tertarik untuk menggunakan jasa *Laundry* K-GLA dan memakai promo tersebut. Hal tersebut juga sesuai dengan hasil survei yang dihasilkan bahwa terdapat 46 orang responden menjawab setuju dan 27 responden menjawab sangat setuju pernyataan bahwa dengan adanya pengurangan harga yang ditawarkan *Laundry* K-GLA membuat konsumen menjadi tertarik. Sebanyak 45 orang responden menjawab setuju dan 27 responden menjawab sangat setuju pernyataan bahwa konsumen *Laundry* K-GLA memakai promo penjualan yang ditawarkan *Laundry* K-GLA. Hal tersebut membuktikan bahwa konsumen dominan untuk memakai promo penjualan yang ditawarkan *Laundry* K-GLA.

Selain itu, berdasarkan hasil survei juga terdapat 9 orang yang menjawab sangat tidak setuju, 21 orang yang menjawab sangat tidak setuju, dan 9 orang yang menjawab kurang setuju pernyataan bahwa proses penjemputan dan pengantaran *Laundry* K-GLA cepat dan tepat waktu.

Berdasarkan hal tersebut, maka *Laundry* K-GLA perlu memperbaiki kualitas pelayanannya dan meningkatkan kembali promosi penjualan agar permintaan jasa *laundry* kembali meningkat.

## 1.2 Identifikasi Masalah

Banyak perusahaan yang sama-sama menawarkan barang atau jasa yang sama dengan sedikit atau tidak adanya perbedaan sama sekali yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan masyarakat. Para pelaku UMKM yang bergerak di bidang layanan jasa laundry perlu menerapkan strategi pemasaran yang tepat.

Salah satu faktor dalam penentu keberhasilan pemasaran yaitu promosi penjualan. Promosi yang menarik dan jelas dalam penyampaian informasinya dapat membuat pelanggan merasa puas dengan informasi dan penawaran yang diberikan oleh suatu perusahaan. Selain itu, memberikan kualitas pelayanan yang baik menjadi salah satu strategi perusahaan agar pelanggan merasa nyaman dan puas atas pelayanan jasa yang diberikan. Sehingga, hal tersebut akan berdampak pada minat penggunaan ulang layanan jasa oleh konsumen.

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut, maka identifikasi masalah yang dapat diambil adalah sebagai berikut:

1. Apakah promosi penjualan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan jasa *Laundry* K-GLA?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan jasa *Laundry* K-GLA?
3. Apakah promosi penjualan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat penggunaan ulang jasa *Laundry* K-GLA?
4. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat penggunaan ulang jasa *Laundry* K-GLA?

5. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan dan positif terhadap minat penggunaan ulang jasa *Laundry* K-GLA?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah sebagai berikut:

1. Untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh promosi penjualan terhadap kepuasan pelanggan *Laundry* K-GLA
2. Untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan *Laundry* K-GLA
3. Untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh promosi penjualan terhadap minat penggunaan ulang jasa *Laundry* K-GLA
4. Untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap minat penggunaan ulang jasa *Laundry* K-GLA
5. Untuk dapat mengetahui seberapa besar pengaruh kepuasan pelanggan terhadap minat penggunaan ulang jasa *Laundry* K-GLA

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah dan tujuan penelitian di atas, maka penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak, antara lain bagi *Laundry* K-GLA penelitian ini dapat memberikan wawasan mengenai strategi pemasaran yang tepat untuk dilakukan kedepannya, mengetahui seberapa besar faktor kualitas pelayanan dan promosi penjualan mempengaruhi kepuasan pelanggan serta berdampak pada keputusan dalam menggunakan jasa *laundry*.

Bagi penulis dengan penelitian ini dapat memberikan wawasan lebih lanjut mengenai pengaruh dari promosi penjualan dan kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan dan dampaknya pada penggunaan jasa *laundry* sebagai kasus nyata dari *Laundry K-GLA*. Lalu, bagi pembaca penelitian ini dapat menjadi referensi dan tambahan informasi terkait dengan pengaruh promosi penjualan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya pada keputusan penggunaan jasa.

### **1.5 Objek Penelitian**

Menurut Sugiyono (2013), objek penelitian merupakan suatu atribut atau sifat atau nilai orang, objek atau kegiatan dan mempunyai variasi tertentu dan ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan ditarik kesimpulannya. Maka dari itu, objek penelitian yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah *Laundry K-GLA*.

*Laundry K-GLA* merupakan usaha yang bergerak dalam bidang jasa yang berlokasi di Jalan Topografi No.143 B, Komplek KPAD, Gegerkalong, Kota Bandung. *Laundry K-GLA* ini didirikan oleh Nia Kurniawati pada tanggal 15 Februari 2020.

Saat ini, *Laundry K-GLA* memiliki 3 orang pegawai, 1 orang dibagian pencucian, *packing*, dan antar jemput *laundry*, 1 orang dibagian setrika konsumen tunggal, dan 1 orang lagi dibagian pencucian dan setrika konsumen hotel. *Laundry K-GLA* menawarkan jasa untuk mencuci dan menyetrika pakaian, selimut, *bed cover*, sprei, sepatu, gordyn, tas, boneka hingga perlengkapan hotel. *Laundry K-GLA* menyediakan cucian dalam jumlah kiloan maupun satuan. Selain itu,

*Laundry K-GLA* juga menawarkan layanan antar jemput cucian pelanggan. Perlengkapan mesin yang disediakan oleh *Laundry K-GLA* antara lain, 4 mesin cuci yang berkapasitas 10 kg, 12kg, 16,5kg, dan 19,5kg, 3 mesin pengering yang berkapasitas 15kg dan 30kg, 2 setrika uap, dan 3 setrika listrik.

Hingga saat ini, *Laundry K-GLA* sudah memiliki lebih dari 200 konsumen dan sudah bekerjasama dengan 2 hotel di Bandung yaitu Cottonwood dan Sutami, 2 villa yaitu Cipaku dan Banyu, dan 1 *apartment* yaitu Jade.

Berikut merupakan gambar dokumentasi lokasi dan proses pengerjaan dari *Laundry K-GLA*:



Gambar 1. 1  
Lokasi *Laundry K-GLA* (Sumber: Difoto oleh Penulis pada 14 Maret 2022)





Gambar 1. 2  
Proses Pengerjaan *Laundry* (a) Cucian pelanggan; (b) Proses pencucian karpet pelanggan; (c) Proses setrika laundry; (d) Proses *packing laundry* (Sumber: Difoto oleh Penulis pada 14 Maret 2022)

## **1.6 Cakupan Penelitian**

Cakupan penelitian ini bertujuan untuk membatasi pembahasan pokok pada penelitian agar pembahasannya tidak meluas dan menyimpang. Maka dari itu, ruang lingkup objek yang dibahas dalam penelitian ini adalah pelanggan yang menggunakan jasa *Laundry* K-GLA minimal satu kali.