

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Bpw Clean Bandung Tahun 2022

The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at Bpw Clean Bandung in 2022

^{1st} Bunga Sukma Juita
Fakultas Ilmu Terapan
Telkom University
Bandung, Indonesia
bungasukma@student.telkomuniversity.ac.id

² Sri Widianingsih
Fakultas Ilmu Terapan
Telkom University
Bandung, Indonesia
sriwidianingsih@telkomuniversity.ac.id

Abstrak – *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan BPW Clean Bandung tahun 2022 (Pembimbing: Sri Widaningsih). Proyek akhir ini memiliki latar belakang masalah yaitu adanya complain dari konsumen mengenai pelayanan yang diberikan oleh BPW Clean kepada pelanggan. Latar belakang penulis menulis judul proyek ini adalah apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, serta tujuan dari proyek ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Sehubungan dengan metode penelitian yang penulis gunakan adalah kuantitatif dengan analisis deskriptif. Dengan selesainya penulis mengerjakan proyek akhir ini penulis dapat menyampaikan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.*

Kata kunci- *kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, BPW Clean*

Abstract-*The effect of Service Quality on customer satisfaction BPW Clean Bandung year 2022 (supervisor: Sri Widaningsih). This final project has a background problem that is a complaint from consumers about the services provided by BPW Clean to customers. Background the author wrote the title of this project is whether the quality of Service has an influence on customer satisfaction, and the purpose of this project is to determine how much influence the quality of service to customer satisfaction. In connection with the research method that the author uses is a quantitative method with descriptive analysis. With the completion of the final project I can say that the quality of Service has an influence on customer satisfaction.*

Keywords- *quality of service, customer satisfaction, BPW Clean*

I. PENDAHULUAN

Pada tahun 2021 terutama untuk produk sepatu lokal terjadi peningkatan yang sangat tinggi. Disebutkan bahwa pertumbuhan penjualannya lebih dari 100%, dan didominasi oleh penjualan secara online melalui *website* dan *whatsapp*. Dari banyaknya angka penggunaan sepatu dan diisi oleh kelompok usia produktif dimana berkegiatan seperti sekolah, kuliah, kerja dan kegiatan lainnya ditambah juga dengan cuaca Kota Bandung yang sering tiba-tiba hujan membuat banyak pengguna sepatu yang merasa sepatu mereka kotor namun malas mencucinya karena cuaca yang sering berubah yang menyebabkan proses keringnya sepatu menjadi lama. Sehingga pengguna sepatu lebih memilih untuk mencuci sepatu mereka ke jasa cuci sepatu atau biasa disebut dengan *laundry* sepatu.

Salah satu jasa *laundry* sepatu yang ada di Kota Bandung adalah BPW *Clean* yang berada di daerah Telkom University. BPW *Clean* memberikan layanan *laundry* sepatu dengan berbagai pilihan sesuai dengan kebutuhan pengguna sepatu. BPW *Clean* juga memaksimalkan pemberian jasa kepada pelanggan dengan tujuan memberikan kepuasan terhadap pelanggan setelah menggunakan jasa yang disediakan oleh BPW *Clean*.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan salah satu staff BPW *Clean* bagian pelayanan dapat disimpulkan bahwa terjadinya penurunan penjualan yang disebabkan oleh beberapa faktor tertentu. Selain itu alasan lain yang menyebabkan menurunnya penjualan BPW *Clean* yaitu adanya complain mengenai layanan yang diberikan oleh BPW *Clean*. Ada konsumen yang merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh BPW

Clean. Berdasarkan pengalaman pribadi penulis, ketika penulis menggunakan jasa cuci sepatu di BPW *Clean* sepatu itu mengalami kerusakan, namun pihak BPW *Clean* tidak memberikan konfirmasi dan bertanggungjawab atas kerusakan yang terjadi.

Dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting dan tentunya akan mempengaruhi kepuasan pelanggan yang menerima layanan yang diberikan. Menurut Arianto

II. KAJIAN TEORI

A. Pemasaran

Menurut (Sedjati, 2018), mendefinisikan bahwa: Pemasaran mengandung arti segala usaha atau aktivitas dalam menyampaikan barang atau jasa para produsen kepada konsumen, dimana kegiatan tersebut ditujukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan dalam cara tertentu yang disebut pertukaran.

Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Science, 2018:4) “pemasaran sebagai proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan dengan pelanggan yang kuat untuk menangkap nilai dari konsumen sebagai imbalan”.

B. Manajemen Pemasaran

Menurut Buchari Alma dalam Kharisma, I. dkk (2021:38), manajemen pemasaran adalah merencanakan, mengarahkan, serta pengawasan seluruh kegiatan pemasaran dalam perusahaan ataupun bagian pemasaran.

Menurut John W Mullins dalam Kharisma, I. dkk (2021:38), manajemen pemasaran adalah proses menganalisis, menerapkan, mengkoordinasikan dan mengendalikan program, yang melibatkan konsepsi, penetapan harga, promosi, dan distribusi produk, jasa dan ide-ide yang dirancang untuk menciptakan dan memelihara pertukaran yang menguntungkan dengan target pasar untuk tujuan mencapai tujuan organisasi.

C. Kualitas Pelayanan

Menurut Arianto (2018:83) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2011:164) dalam Kasinem, K. (2020:333) “kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

D. Kepuasan Pelanggan

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.

Menurut Sangadji (dalam Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018, 314) memaparkan bahwa “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dalam perbandingan antara kesannya konsumen terhadap

(2018:83) Kualitas Pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Maka dari pernyataan dan fenomena diatas penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BPW CLEAN BANDUNG TAHUN 2022**”.

tingkatan kinerja produk dan jasa ril atau aktual dengan kinerja sesuai harapan”.

Pelanggan Kepuasan dalam hal ini kepuasan pelanggan sebagai konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya (Umar, 2012: 65 dalam Syahidin, S., & Adnan, A., 2022:23).

III. METODE

A. Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kuantitatif. Metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistic.

B. Tahapan Penelitian

Tahapan penelitian ini dimulai dari menentukan topik penelitian yaitu mengukur “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan BPW Clean”. Tahap selanjutnya yaitu sebagai berikut :

1. Tahapan pertama adalah semua penelitian akan dimulai dengan adanya masalah atau fenomena yang terjadi. Dalam penelitian kuantitatif, masalah yang diangkat oleh penulis harus jelas dan setelah itu baru masalah yang ada dapat dirumuskan oleh penulis.
2. Tahapan kedua adalah rumusan masalah dimana pada umumnya dinyatakan dalam kalimat pertanyaan. Dengan pertanyaan yang dibuat ini, penulis akan dipandu untuk kegiatan penelitian selanjutnya.
3. Tahapan ketiga adalah rumusan masalah yang dimana penulis akan menggunakan berbagai teori untuk menjawab rumusan masalah yang ada. Jawaban dari rumusan masalah yang baru menggunakan teori dinamakan hipotesis yang memuat adanya pengaruh antara variabel dependen dan variabel independent.
4. Tahapan keempat adalah hipotesis yang akan dibuktikan kebenarannya secara empiris/nyata. Oleh karena itu penulis perlu melakukan pengumpulan data yang dilakukan pada populasi tertentu yang telah ditetapkan oleh penulis. Apabila populasi pengujian instrument, pengembangan instrument, rumusan masalah, landasan teori, perumusan hipotesis, pengumpulan data, analisis data, populasi & sampel, kesimpulan, dan saran terlalu luas maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dengan teknik random sampling.

5. Tahap kelima adalah pengolahan data yang sudah didapatkan untuk dianalisis dalam penelitian kuantitatif analisis data menggunakan statistik.
6. Tahap terakhir yaitu hasil penelitian yang sudah didapatkan oleh penulis ditarik kesimpulan dan saran yang akan dilanjutkan dengan penyajian laporan penelitian yang telah dilakukan.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2018:130) Populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan wilayah generalisasi. Element Populasi adalah keseluruhan subjek yang akan diukur, yang merupakan unit yang diteliti. Oleh karena itu penulis menyimpulkan bahwa populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan jasa BPW *Clean*. Untuk konsumen BPW *Clean* yang menjadi member sebanyak 90 orang dan untuk konsumen yang tidak menjadi member tidak diketahui jumlahnya.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2018:131) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dan, tenaga dan waktu. Maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

Karena jumlah populasi dalam penelitian ini tidak diketahui secara pasti jumlahnya, teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah rumus *Bernouli*, yang sebagai berikut:

$$n \geq \frac{Z_{\frac{\alpha}{2}} \cdot p \cdot q}{(e)^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel minimum

Z = Nilai distribusi normal

$\frac{\alpha}{2}$ = Tingkat kepercayaan

e = tingkat kesalahan yang dapat diterima

p = perkiraan proporsi keberhasilan

q = perkiraan proporsi kegagalan atau 1-p

Dalam penelitian ini digunakan tingkat kepercayaan 95% sehingga diperoleh nilai Z = 1,96. Tingkat kesalahan ditentukan sebesar 10% ,sementara itu probabilitas kuesioner benar (diterima) atau ditolak (salah) masing-masing adalah 0,5. Setelah dimasukan ke dalam persamaan rumus diatas diperoleh jumlah sampel minimum adalah :

$$n \geq \frac{Z_{\frac{\alpha}{2}} \cdot p \cdot q}{(e)^2}$$

$$n \geq \frac{[1,96]^2 \cdot 0,5 \cdot 0,5}{0,1^2}$$

$$n \geq \frac{[3,8416] \cdot 0,25}{0,01}$$

$$n \geq 96,04$$

Dengan ini disimpulkan bahwa sampel yang diambil sekitar 96,04 dan ditetapkan menjadi 100 agar lebih mewakili populasi. Dengan begitu sampel pada penelitian ini adalah 100 orang responden yang menggunakan jasa cuci sepatu di BPW *Clean*.

3. Teknik sampling

Menurut Sugiyono (2018:133) teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Secara skematis, Teknik sampling dapat dikelompokkan menjadi dua yaitu Probability Sampling dan Nonprobability Sampling. Pada penelitian ini pengambilan sampel menggunakan Propability sampling. Peneliti juga mengambil Simple Random sampling adalah teknik penentuan sampel yang langsung dilakukan pada unit sampling.

D. Pengumpulan Data

1. Sumber Data

Dalam melaksanakan penelitian ini, sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sumber data sekunder. Kedua sumber data tersebut digunakan untuk mendorong proses pengolahan data agar hasilnya relevan. Sumber data tersebut juga menjadi hal yang penting karena akan dijadikan sebagai bahan pertimbangan untuk metode pengumpulan data.

2. Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan oleh penulis adalah kuesioner (angket) menurut Sugiyono (2018:219) menyatakan bahwa kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan terbesar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.

E. Uji Validitas dan Reabilitas

1. Uji Validitas

Valid yang berarti instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Meteran yang valid dapat digunakan untuk mengukur panjang dengan teliti, karena meteran memang alat untuk mengukur panjang. Meteran tersebut menjadi tidak valid jika digunakan untuk mengukur berat menurut Sugiyono (2018:197). Menurut Sugiyono (2019:267), kriteria pengujian validitas adalah sebagai berikut :

a. Jika r hitung > r tabel maka instrumen atau item-item pertanyaan dinyatakan valid

b. Jika r hitung < r tabel maka instrumen atau item-item pertanyaan dinyatakan tidak valid.

Penulis menggunakan n = 100 dengan tingkat signifikansi 5% maka nilai r tabelnya adalah 0,195.

Jika r hitung $>$ r tabel berarti valid dan jika r hitung $<$ r tabel berarti tidak valid.

2. Uji Reabilitas

Menurut Sugiyono (2018:209) menyatakan bahwa instrumen yang reliabel adalah instrumen yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama, agar dapat menghasilkan data yang sama. Untuk dapat menghitung koefisien reliabilitas, maka peneliti menggunakan rumus cronbach alpha antara lain:

$$r_{11} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum Si^2}{\sum St} \right\}$$

Keterangan :

r_{11} = Reliabilitas instrumen

$\sum St$ = Skor tiap-tiap item

k = Banyaknya butir soal

St = Varians total

Menurut (Herlina,2019) secara singkat uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui tingkat kekonsistenan sebuah kuesioner. Metode uji reliabilitas yang sering digunakan adalah *Cronbach's Alpha*.

Secara umum, pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas dapat menggunakan kategori berikut:

- Cronbach's Alpha* $<$ 0,6 menunjukkan bahwa reliabilitas buruk.
- Cronbach's Alpha* 0,6 – 0,79 menunjukkan bahwa reliabilitas diterima.
- Cronbach's Alpha* $>$ 0,8 menunjukkan bahwa reliabilitas baik.

F. Teknik Analisis Data

1. Analisis Statistik Deskriptif

Statistik Statistik Deskriptif menurut Sugiyono (2018:226) menyatakan bahwa statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Maka peneliti hanya mampu mendeskripsikan data sampel dan tidak ingin membuat kesimpulan yang berlaku untuk populasi. Kegiatan ini dilakukan dengan mengambil sampel dari populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data.

2. Uji Normalitas

Uji normalitas menurut Sugiyono (2018:258) adalah gunanya untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Dapat Oleh karena itu sebelum pengujian hipotesis dilakukan maka terlebih dahulu akan dilakukan pengujian normalitas data.

Pengujian normalitas pada penelitian ini dilakukan dengan uji non parametrik. Uji statistik dengan Kolmogorov-Smirnov (Ghozali, 2018). Dasar pengambilan keputusan dengan menggunakan Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov adalah :

- Jika signifikansi \geq 0,05 maka data berdistribusi normal.
- Jika signifikansi \leq 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.
- Analisis Regresi Linear Sederhana

Menurut Sugiyono (2018:300) regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen. Persamaan umum regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Subjek/nilai dalam variabel dependen yang diprediksikan

a = Harga a = Harga Y apabila $X=0$ (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi , yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila $b (+)$ maka naik, dan bila $(-)$ maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel independent yang mempunyai nilai tertentu.

G. Pengujian Hipotesis

Menurut Ghozali (2018:99) Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh suatu variabel independent secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Untuk menentukan nilai t tabel ditentukan dengan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan $dk=(n-k-1)$ dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel. Kriteria pengujian yang digunakan yaitu :

- Jika t hitung $>$ t tabel maka H_0 ditolak dan H_1 diterima
- Jika t hitung $<$ t tabel maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Hipotesis penelitian yang akan digunakan sebagai berikut:

H_0 : $p \neq 0$ kualitas pelayanan tidak mempunyai hubungan yang signifikan dan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen di BPW Clean.

H_1 : $p \pm 0$ kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang signifikan dan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen di BPW Clean.

H. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2018:97) koefisien determinasi (R^2) adalah sebagai berikut: "Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan 1 (satu). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen.". Rumus untuk menghitung R^2 square menurut Sugiyono (2018:257) adalah sebagai berikut:

$Kd = r^2 \times 100\%$ Keterangan:

Kd = Koefisien determinasi.

R = Koefisien relasi variabel bebas dengan variabel terikat.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, data responden diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan masyarakat Kota Bandung yang pernah menggunakan jasa laundry sepatu di BPW Clean tahun

2022. Data responden akan dijelaskan melalui diagram atau grafik untuk mengetahui latar belakang responden yang dapat dijadikan penjelasan dari hasil yang diperoleh dari penelitian. Karakteristik responden yang diteliti yaitu jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan perbulan.

B. Uji Validitas

Penulis melakukan penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan masyarakat Kota Bandung yang menggunakan jasa *laundry* sepatu di BPW *Clean*. Hasil olah data menggunakan IBM SPSS *Statistic* 26 dan menunjukkan bahwa uji validitas variabel X dan Y sudah valid dengan nilai r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,195 ($r_{hitung} > r_{tabel}$) maka pernyataan tersebut valid dan dapat dimnegerti oleh responden.

TABEL 1
TABEL UJI VALIDITAS

Variabel	No. Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X)	1	0,641	0,195	Valid
	2	0,633	0,195	Valid
	3	0,723	0,195	Valid
	4	0,637	0,195	Valid
	5	0,658	0,195	Valid
	6	0,716	0,195	Valid
	7	0,732	0,195	Valid
	8	0,695	0,195	Valid
	9	0,769	0,195	Valid
	10	0,695	0,195	Valid
	11	0,730	0,195	Valid
	12	0,686	0,195	Valid
	13	0,689	0,195	Valid
	14	0,630	0,195	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	15	0,612	0,195	Valid
	16	0,702	0,195	Valid
	17	0,671	0,195	Valid
	18	0,748	0,195	Valid
	19	0,728	0,195	Valid
	20	0,652	0,195	Valid
	21	0,709	0,195	Valid
	22	0,697	0,195	Valid
	23	0,770	0,195	Valid
	24	0,685	0,195	Valid

C. Uji Reliabilitas

TABEL 2
TABEL UJI RELIABILITAS

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan	0,913	14	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,882	10	Reliabel

Dari hasil pengujian reliabilitas menggunakan IBM SPSS *Statistic* 26 menunjukkan hasil bahwa variabel Kualitas Pelayanan memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,913 dengan jumlah pernyataan sebanyak 14 pernyataan dan variabel Kepuasan Pelanggan memiliki nilai *cronbach's alpha* sebesar 0,882 dengan jumlah pernyataan sebanyak 10 pernyataan. Kedua hasil tersebut lebih besar dari nilai yang sudah ditentukan, yaitu 0,6, sehingga dapat disimpulkan bahwa kedua varibel tersebut reliabel.

D. Analisis Deskriptif

1. Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Kualitas Pelayanan (X) memiliki rata-rata persentase 90%. Angka ini diperoleh dari tanggapan responden melalui 14 pernyataan mengenai variabel Kualitas Pelayanan. Rata-rata sebesar 90% menunjukkan tanggapan responden termasuk dalam rentang 84% - 100% yang berarti posisi variabel Kualitas Pelayanan dinilai "Sangat Puas"

2. Tanggapan Responden terhadap variabel Kepuasan Pelanggan(Y)

Kepuasan Pelanggan(Y) memiliki rata-rata persentase sebesar 90%. Angka ini diperoleh dari tanggapan responden termasuk dalam rentang 84% - 100% yang berarti posisi variabel Kepuasan Pelanggan dinilai "Sangat Puas".

E. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.95566930
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.053
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan uji Kolmogrov-Smirnov diperoleh nilai signifikan $0,200 > 0,05$ yang dapat disimpulkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normal Uji normalitas lain yang dapat digunakan adalah berupa plot grafik dimana asumsi normalitasnya terpenuhi titik-titik pada grafik mendekati ke sumbu diagonal.

F. Analisis regresi Linear Sederhana

Dari hasil pengolahan data secara regresi linier sederhana, diperoleh data persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 4,430 + 0,291X$$

Dari hasil persamaan regresi linier sederhana tersebut masing-masing variabel diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta a dalam garis regresi adalah 4,430. Hal ini berarti apabila variabel X (Kualitas Pelayanan) bernilai nol (0), maka variabel Y (Kepuasan Pelanggan) bernilai 4,430.
2. Nilai koefisien regresi (b) sebesar 0,291. Hal ini berarti bahwa penambahan 1% dari variabel X (Kualitas Pelayanan), diprediksi akan meningkatkan variabel Y (Kepuasan Pelanggan) sebesar 0,291 atau sebesar 29,1%. Dalam persamaan regresi diatas menunjukkan bahwa arah pengaruh variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan memiliki hubungan positif.
3. Dari tabel di atas dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan(X) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) karena memiliki nilai signifikansi < dari 0,05 atau ($0,000 < 0,05$).

G. Uji t

Berdasarkan analisis SPSS, dengan berdasarkan nilai hitung dan tabel, maka diperoleh $t_{hitung} = 12,408 > t_{tabel} = 1,984$. Dimana Untuk menentukan nilai t tabel ditentukan dengan tingkat signifikansi 5% dengan derajat kebebasan $dk = (n - k - 1)$ dimana n adalah jumlah responden dan k adalah jumlah variabel. Dan dari hasil pencarian didapatkan nilai t tabel sebesar 1,984. Maka secara parsial, Kualitas Pelayanan(X) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Maka dapat disimpulkan, H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Dan berdasarkan analisis SPSS, Dengan berdasarkan nilai signifikansi, apabila dibawah $< 0,05$ maka dikatakan berpengaruh, dapat dilihat pada tabel 4.7 bahwa nilai signifikansinya adalah 0,000 maka berdasarkan nilai signifikansi dapat diambil kesimpulan bahwa Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan(Y).

H. Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi (R Square) digunakan untuk menerangkan kekuatan dan arah hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0,782 yang berarti terdapat hubungan yang sangat kuat antar variabel dan nilai R square sebesar 0,611 yang berarti Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 61,1% sedangkan 38,9% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dari penyebaran kuesioner kepada 100 orang yang menggunakan jasa BPW Clean dan pengolahan data menggunakan IBM SPSS Statistic 26, hasil penelitian terhadap variabel (X), Kualitas Pelayanan termasuk kedalam kategori "Sangat Baik" dengan rata-rata skor total 90% dan hasil penelitian terhadap variabel (Y), Kepuasan pelanggan termasuk dalam kategori "Sangat Puas" dengan rata-rata skor total 90%.

REFERENSI

Referensi Buku

- Anshori, M., & Iswati, S. (2019). *Metodologi penelitian kuantitatif: edisi 1*. Airlangga University Press.
- Firmansyah, M. Anang. 2018. *Perilaku Konsumen (Sikap dan Pemasaran)*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang.
- Herlina, V. (2019). *Panduan praktis mengolah data kuesioner menggunakan SPSS*. Elex Media Komputindo.
- Iwan Hermawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan*, (Kuningan: Hidayatul Quran Kuningan, 2019), hal. 16.
- Panjaitan, R. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Yayasan Prima Agus Teknik, 1-122.
- Priansa, D. J. (2017). *Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Bandung: CVPustaka Setia.
- Sedjati, R. S. (2018). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif Pendidikan*. Bandung. Alfabeta.
- Tjiptono Fandy, Gregorius Chandra (2019) *Service, Quality dan Satisfaction (Edisi 5)*. Penerbit Andi Yogyakarta
- Widodo, S. (2019). *Strategi Pemasaran Dalam Meningkatkan Siklus Hidup Produk (Product Life Cycle)*. JEpa, 4(1), 84-90.

Jurnal dan Skripsi

- Amin, M. S., & Widaningsih, S. (2021). *Pengaruh Bauran Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (studi Pada Bisnis Jasa Bimbingan Belajar Privat Expert Course Bandung 2020)*. eProceedings of Applied Science, 7(4).
- Arianto, N., Patilaya, E. (2018). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt n Pepper Pada Pt Mitra Busana Sentosa*

- Bintaro*. Jurnal KREATIF: Pemasaran, Sumberdaya Manusia dan Keuangan, Vol. 6, No. 2
- Chulaifi, M. I. A. C. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Konsumen Jasa Travel Umroh Dan Haji Pada Pt. Sebariz Warna Berkah Di Surabaya Periode 2017–2018* (Doctoral Dissertation, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya).
- Hermawan, S. (2018). *Analisis Proses Pelayanan Ijin Mendirikan Bangunan Di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Kota Semarang*. (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Sciences).
- Kasinem, K. (2020). *Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Hotel Bukit Serelo Lahat*. Jurnal Media Wahana Ekonomika, 17(4), 329-339.
- Kharisma, I., Bachtiar, A., Hadistia, A., Savitri, S. I., & Rukmana, I. J. (2021). *Pelatihan Pembuatan Masker Non Medis Manual Serta Sosialisasi Manajemen Pemasaran Pada Era New Normal Di Rumah Pintar Tangerang Raya*. Jurnal Lokabmas Kreatif: Loyalitas Kreatifitas Abdi Masyarakat Kreatif. 2(1), 36-47.
- Lesmana, R. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pt. Radekatama Piranti Nusa*. Jurnal Pemasaran Kompetitif, 2(2), 115-129.
- Prambudi, G. Y. (2022). *Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Pada Waroeng Seafood Kang Djoyo Mustikajaya, Bekasi)*. (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta).
- Rahmah, A., & Wulandari, A. (2020). *Pengaruh Pemasaran Media Sosial Menggunakan Instagram Terhadap Brand Awareness Bpw Clean Bandung Tahun 2020*. eProceedings of Applied Science, 6(2).
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Jurnal Ecodemica, 2(2), 312-318.
- Satyawati, N. M. D. A., & Nellyaningsih, N. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Reparasi Ac Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pt. Frigia Airconditioning Cabang Soekarno Hatta Bandung Tahun 2019*. eProceedings of Applied Science, 5(2).
- Widaningsih, S. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Wisata Terhadap Minat Kunjung Ulang Di Kota Bandung Tahun 2020*. eProceedings of Applied Science, 6(2).

Website

<https://surabaya.liputan6.com/read/4696834/penjualan-sepatu-naik-100-persen-di-masa-pandemi-covid-19-didominasi-online>
<https://kamini.id/tempat-cuci-sepatu-di-bandung/>
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/10/01/jumlah-penduduk-kota-bandung-sebanyak-244-juta-jiwa-pada-2020>