

PENGARUH *TANGIBLE* TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DI AULINA LAUNDRY BATAM.

Wan Abdurrahman

Manajemen Devisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam

wanabdurrahman07@gmail.com

Andri Wibowo

Manajemen Devisi Kamar, Politeknik Pariwisata Batam

andri@btp.ac.id

ABSTRACT

This research aims to determine the effect of tangible on customer loyalty at Aulina laundry Batam. The research method used is a quantitative research method. The data collection technique used is a survey technique with research instruments in the form of a questionnaire. The sample used was based on the slovin formula from a population of 297 and a sample of 84 customers from the entire population who were considered to represent the research data. Data analysis used quantitative descriptive analysis and simple linear analysis. The results of the research show that all statement items are valid and reliable. Hypothesis testing shows the significance value of the coefficients table, obtained T count $0.000 > 0.05$ also the distribution list and a real level of 5% obtained Tcount $6.694 > T$ table 1.989 stating H_a is accepted H_0 is rejected. The R2 test shows that the tangible variable has an effect of 0.604 or 60.4% on customer loyalty, the remaining 39.6% is influenced by other variables. So it can be concluded that the tangible variable (X) has a significant effect on customer loyalty (Y).

Keywords: Tangible, Customer Loyalty

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tangible terhadap loyalitas pelanggan di Aulina laundry Batam. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian kuantitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah teknik survei dengan instrumen penelitian berupa kuesioner. Sampel yang digunakan berdasarkan rumus slovin dari populasi sebanyak 297 dan sampel sebanyak 84 pelanggan dari seluruh populasi yang dianggap mewakili data penelitian. Analisis data menggunakan analisis deskriptif kuantitatif dan analisis linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua item pernyataan valid dan reliabel. Pengujian hipotesis menunjukkan nilai signifikansi tabel koefisien, diperoleh Thitung $0,000 > 0,05$ juga daftar distribusi dan taraf nyata 5% diperoleh Thitung $6,694 > T$ tabel 1,989 yang menyatakan H_a diterima H_0 ditolak. Uji R2 menunjukkan bahwa variabel tangible berpengaruh sebesar 0,604 atau 60,4% terhadap loyalitas pelanggan, sisanya sebesar 39,6% dipengaruhi oleh variabel lain. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Tangible (X) berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

Kata Kunci: Tangible, Loyalitas Pelanggan

PENDAHULUAN

Batam merupakan salah satu kota dengan pertumbuhan terpesat di Indonesia. Ketika dibangun pada tahun 1970-an oleh Otorita Batam (saat ini bernama BP Batam), kota ini hanya dihuni sekitar 6.000 penduduk dan dalam tempo 40 tahun penduduk Batam bertumbuh hingga 158 kali. Saat ini Badan Pusat Statistik Kota Batam mencatat jumlah kepadatan penduduk pertahun 2020 yaitu 1.196.396. Jumlah masyarakat Kota Batam yang banyak dan sebagai kota yang mendapat julukan Kota industri membuat masyarakat

yang menjadi sangat sibuk dari berbagai kalangan contohnya seperti para ibu rumah tangga, mahasiswa, karyawan negeri maupun karyawan swasta. Waktu yang terpakai lebih banyak untuk melakukan kesibukannya masing-masing, membuat masyarakat menjadi tidak bisa memenuhi kebutuhannya seperti mencuci pakaian. Semakin berkembangnya sektor industri maka permintaan pada sektor pelayanan khusus nya pelayanan *laundry* juga meningkat. Jaringan Dokumentasi dan Informasi Hukum Pemerintah Kota Batam (2015).



Meningkatnya permintaan pelayanan dalam jasa *laundry* ini membuat para pelaku usaha harus memberikan pelayanan yang berkualitas agar pelanggan lebih tertarik menggunakan jasa di perusahaanya. Pelayanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun Kotler dan Keller dalam Dirgantari (2016). Aulina Laundry adalah objek penelitian yang akan penulis teliti. Aulina laundry beralamat di Jalan SMAN 4 Tiban Lama, Batam, dimana usaha *laundry* ini berdiri pada tanggal 2 mei 2019, yang di dirikan oleh bu Yeni. Aulina laundry menyediakan jasa cuci kiloan diantaranya jasa cuci dan kering, cuci dan kering dan setrika, cuci *bed cover*, cuci selimut tipis sampai selimut tebal dan melayani pencucian boneka. Aulina laundry memberikan harga yang relatif bersaing dengan kualitas produk dari hasil pencucian yang bermutu. Kualitas pelayanan *tangible* perlu ditingkatkan dalam rangka memenuhi harapan dan loyalitas sebagai pengguna jasa *laundry*, sehingga apakah pelanggan merasa puas terhadap pelayanan hasil produk yang di dapatkan karena pelayanan yang berkualitas akan mendorong konsumen untuk datang kembali ke Aulina laundry untuk melakukan pembelian ulang sehingga menjadi loyalitas pelanggan tetap dan kemungkinan mereka akan merekomendasikan kepada orang lain atau teman-teman mereka. Sebaliknya pelayanan hasil produk yang buruk membuat pelanggan jenuh sehingga lari ke pesaing. kualitas pelayanan merupakan indikator keberhasilan usaha jasa *laundry*.

Tabel 1.1Jumlah Pelanggan Aulina laundry

Bulan	Jumlah Pelanggan
Januari	41
Februari	44
Maret	48
April	55
Mei	59
Juni	50

Berdasarkan tabel di atas, bahwa pada tahun 2021 jumlah pelanggan Aulina laundry Batam, mengalami ketidakstabilan jumlah pelanggan. Terjadinya penurunan jumlah pelanggan Aulina laundry Batam dikarenakan pandemi virus corona yang tak kunjung usai dan banyaknya pesaing yang membuka usaha *laundry* kiloan. Dalam hal ini kualitas pelayanan *tangible* atau bukti fisik merupakan hal yang penting dari sektor pelayanan jasa *laundry* yang harus ditingkatkan. Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui pengaruh *tangible* terhadap loyalitas pelanggan di Aulina laundry Batam.

METODE PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian adalah proses belajar atau usaha untuk menemukan atau mengembangkan dan menguji suatu kebenaran, atau untuk memperoleh jawaban atas suatu masalah. Namun demikian, setiap orang bisa saja mendefinisikan penelitian berbeda-beda, tetapi substansinya adalah usaha untuk menemukan, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu pengetahuan, serta memperoleh jawaban suatu masalah menurut Tanjung dalam Sukma (2021). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Penelitian kuantitatif yang informasi atau datanya dianalisis menggunakan statistik, mulai dari pengumpulan data, validasi, dan sebagainya. Jenis penelitian ini adalah penelitian dengan metode survei. Karena dalam penelitian ini informasi yang dikumpulkan mengambil sampel dan populasi serta menggunakan angket sebagai alat pengumpulan data yang pokok. Adapun desain penelitian yang digunakan yaitu menggunakan metode deskriptif analisis, metode yang berusaha mencari gambaran menyeluruh tentang data, fakta, peristiwa yang sebenarnya mengenai objek penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

Ada beberapa teknik pengumpulan data yang digunakan penulis untuk membuktikan kebenaran hipotesis yang telah diuraikan diatas maka penulis melakukan penelitian untuk mendapatkan data, informasi dan bahan yang diperlukan dengan menggunakan

beberapa metode, salah satunya Teknik pengumpulan data dengan menyebarkan daftar pertanyaan-pertanyaan kepada responden dengan cara memilih alternatif jawaban yang tersedia. Format kuesioner terdiri dari dua bagian utama, bagian pertama menyangkut pertanyaan-pertanyaan umum mengenai karakteristik dari para responden, seperti data mengenai jenis kelamin, umur, pekerjaan serta bagian kedua berisi pertanyaan mengenai masalah pokok penelitian, adapun pada bagian kedua ini responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan yang berkaitan dengan pengaruh tangible terhadap loyalitas pelanggan dengan menggunakan skala likert (likert scale).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil Wawancara yang telah penulis lakukan terhadap 5 Narasumber yang berdasarkan Data primer penelitian ini diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi dengan lima orang yang bertugas di front office department. Berikut hasil temuan data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi yang peneliti lakukan mengenai analisis efektifitas penggunaan *wristband* dengan teknologi *radio frequency identification* dalam proses *check in* terhadap tamu di Hotel Club Med Bintan, Kepulauan Riau.

Tabel 2. Hasil Uji R² (Koefisien Determinan)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.777 ^a	.604	.598	2.886
a. Predictors: (Constant), tangible				
b. Dependent Variable: loyalitas Pelanggan				

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi di atas maka dapat dinyatakan bahwa besar kontribusi variabel *tangible* berpengaruh sebanyak 60.4% terhadap loyalitas pelanggan sedangkan

sisanya yaitu 39.6% dipengaruhi oleh variabel lainnya.

Pembahasan

Setelah menganalisa berbagai perhitungan di atas, maka langkah selanjutnya adalah menghitung nilai signifikansi regresi. Dalam menentukan adanya pengaruh yang signifikan antara variabel tangible dan loyalitas pelanggan ditentukan hipotesis. Hipotesis penelitian ini adalah:

Ho: *Tangible* tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Aulina laundry Batam

Ha: *Tangible* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan di Aulina laundry Batam.

Berdasarkan hasil perhitungan maka Ho (hipotesis nol) dinyatakan ditolak dan Ha (hipotesis alternatif) dalam penelitian dinyatakan diterima. Dapat dikatakan *tangible* berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Aulina laundry Batam. Menurut hasil studi lapangan, benar adanya bahwa *tangible* mempengaruhi loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan tangible yang diterapkan Aulina laundry sesuai dengan hasil produk dan jasa yang diinginkan, sehingga pelanggan loyal dan berminat ingin berkunjung kembali ke Aulina laundry Batam.

KESIMPULAN

Nilai koefisien determinasi (r^2) sebesar 0.604, yang artinya variabel *tangible* berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan sebesar 60.4%. Sisanya sebesar 39.6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diamati. Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel *coefficients*, diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *tangible* (X) berpengaruh secara signifikansi terhadap loyalitas pelanggan (Y). Melalui uji hipotesis yang telah dilakukan dengan melihat daftar distribusi dan taraf nyata sebesar 5% diperoleh diketahui nilai t_{hitung} sebesar 6,694 dan t_{tabel} 1,989. Sehingga diperoleh $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $6,694 > 1,989$ dengan demikian Ho ditolak dan Ha diterima.

5. SARAN

Variabel *tangible* merupakan variabel yang sangat dominan bagi terbentuknya

loyalitas pelanggan, oleh karena itu hendaklah perusahaan memperhatikan, serta terus meningkatkan faktor tersebut. Aulina laundry Batam sudah sangat baik, namun masih ada yang perlu diperhatikan dan ditingkatkan khususnya salah satu indikator *tangible*, penampilan fisik pada bangunan bersih dan rapi, berdasarkan data yang di peroleh jumlah responden sebanyak 40 responden (47%) lebih kecil di bandingkan dengan indikator lainnya.

DAFTAR PUSTAKA

- BPS. 2021. Kota Batam dalam Angka (Batam Municipality in Figures). Batam:Badan Pusat Statistik Kota Batam.
- Jill, Griffin. 2020. Customer Loyalty.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandi. 2018. Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi Offset.
- Anjardiansyah, dkk. 2019. Pengaruh Lokasi, Hargersitaa, Dan Physical Evidence Terhadap Loyalitas Konsumen Menggunakan Lapangan Griya Futsal di Kota Pontianak. Jurnal Produktivitas. Vol 6.
- Aptaguna dan Pitaloka. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Minat Beli Jasa Go-jek. Jurnal Widyakala. Vol 3.
- Bambang, dkk. 2020. Penurunan Kadar Fosfat Air Limbah Laundry Menggunakan Kolom Adsorpsi Media Granular Activated Carbon. Jurnal SDA dan Lingkungan. Vol 7. No 1.
- Basyir, Muhammad. 2020. Pengaruh Physical Evidence Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah: Peran Kepuasan Sebagai Variabel Pondasi. Jurnal Ekonomi dan Manajemen Teknologi. Vol 4. No 2.
- Cucu dan Dini. 2019. Analisis Kepuasan Konsumen Untuk Meningkatkan Volume Penjualan Kedai Kopi Kala Senja. Jurnal Ekonomi Bisnis. Vol 3. No 2.
- May Sara, dkk. 2017. Pengaruh Physical Evidence Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Café Infinito Culinary Bandung. Jurnal Gastronomi Pariwisata. Vol 3. No 2.
- Muhammad Ifan, dkk. 2018. Pengaruh Proses dan Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Konsumen di Hotel Santika Bandung. Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen. Vol 8. No 2.
- Muhammad, Tha. 2019. Standard Operating Procedure Guest Laundry di Harris Hotel & Conventions Surabaya. Jurnal Penelitian.
- Mujiati, Hanif. 2014. Analisis dan Perancangan Sistem Informasi Stok Obat Pada Apotek Arjowinangun. Speed Journal Sentra Penelitian Engineering dan Edukasi. Vol 11. No 2.
- Suciati, Lia Anjani. 2019. Analisis Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Industri Kecil Menengah Batik (Studi Kasus Pada CV. Batik Marem, Lumajang)
- Sulaksono, Agung. 2011. Pengaruh Physical Evidence Terhadap Loyalitas Konsumen Café Rocketz Solo. Skripsi. Universitas Sebelas Maret.
- Susanti dan Angelia. 2021. Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Produk Sabun Lifebuoy di Kota Pontianak. Jurnal Ekonomi Pembangunan, Manajemen dan Bisnis Akuntansi. Vol 1. No 2.
- Trisno, Musanto. 2005. Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan : Studi Kasus Pada CV Sarana Media Advertising Surabaya.

Website

- Jaringan Dokumentasi dan Informasi hukum Pemko Batam. 2019. Sejarah Batam. 2019.(<https://jdih.batam.go.id/?cat=3>

