

PENGARUH KENAIKAN HARGA DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA PINK ANGEL LAUNDRY CIREBON

Ade Lia¹, Gian Fitralisma², Winda Dwi Yanthi³

¹Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cirebon

¹Jl. Majasem B2 Karyamulya Kota Cirebon

²Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cirebon

²Jl. Majasem B2 Karyamulya Kota Cirebon

³Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cirebon

³Jl. Majasem B2 Karyamulya Kota Cirebon

Email Penulis¹, Email Penulis² dst

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kenaikan harga dan lokasi terhadap keputusan penggunaan jasa Pink Angel Laundry Cirebon. Latar belakang dari penelitian ini adalah adanya penurunan jumlah konsumen setelah perusahaan melakukan kenaikan harga layanan, serta adanya persaingan lokasi usaha laundry di sekitar area Pink Angel Laundry. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif asosiatif dengan populasi sebanyak 148 konsumen dan sampel sebanyak 60 responden yang telah menggunakan jasa lebih dari dua kali. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, serta uji t dan uji F. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial maupun simultan, kenaikan harga dan lokasi berpengaruh signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 70% menunjukkan bahwa keputusan konsumen dalam menggunakan jasa dipengaruhi oleh faktor harga dan lokasi sebesar 70%, sedangkan sisanya 30% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Dengan demikian, perusahaan perlu mempertimbangkan strategi harga dan lokasi sebagai faktor utama dalam menarik dan mempertahankan konsumen.

Kata Kunci: *Kenaikan Harga, Lokasi, Keputusan Penggunaan Jasa, Pink Angel Laundry.*

Abstract

This study aims to determine the effect of price increases and location on the decision to use services at Pink Angel Laundry Cirebon. The background of this research is the decline in the number of customers after the company raised its service prices, along with competition from nearby laundry businesses. This research uses an associative quantitative method with a population of 148 consumers and a sample of 60 respondents who have used the services more than twice. The data analysis techniques used include validity and reliability tests, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, as well as t-tests and F-tests. The results show that both partially and simultaneously, price increases and location have a significant effect on service usage decisions. The coefficient of determination (R^2) of 70% indicates that consumer decisions to use the services are influenced by price and location factors by 70%, while the remaining 30% is influenced by other variables not examined in this study. Therefore, the company must consider price and location strategies as key factors in attracting and retaining customers.

Keywords: *Price Increase, Location, Service Usage Decision, Pink Angel Laundry.*

PENDAHULUAN

Perkembangan usaha laundry di Indonesia termasuk di Cirebon sangat pesat, seiring dengan perkembangan zaman masyarakat sekarang berbeda dengan kehidupan masyarakat dulu, karena tuntutan kesibukan dan gaya hidup modern dari berbagai kalangan seperti wiraswasta, mahasiswa, pegawai swasta, dan lainnya memilih menggunakan layanan laundry sebagai solusi pelayanan yang mudah dan praktis untuk memenuhi kebutuhan kebersihan dan kerapian pakaian mereka, mendorong peningkatan permintaan terhadap jasa laundry di Cirebon. Usaha jasa laundry adalah salah satu jenis usaha dalam bidang jasa yang menyediakan layanan pencucian, pengeringan, penyetricaan pakaian maupun barang-barang yang berbahan kain seperti selimut, hordeng, karpet, sprengi dan lainnya. Usaha dalam bidang jasa laundry sangat banyak diminati oleh pembisnis karena memiliki keuntungan yang baik bagi pelaku usaha ataupun konsumen. Pink Angel Laundry sebagai salah satu penyedia usaha jasa laundry di Perumahan Klayan Cirebon, berusaha memberikan pelayanan yang terbaik untuk memenuhi kebutuhan konsumen agar konsumen merasa puas dalam menggunakan layanan jasa Pink Angel Laundry Cirebon. Selain memberikan pelayanan yang terbaik harga dan lokasi menjadi faktor pertimbangan utama dalam pengambilan keputusan konsumen untuk menggunakan jasa laundry. Dengan mengetahui pengaruh harga dan lokasi Pink Angel Laundry merancang strategi pemasaran yang lebih efektif untuk meningkatkan daya saing dan kepuasan konsumen. Melihat banyaknya pesaing di bidang usaha jasa laundry menyebabkan perusahaan harus bersaing secara ketat, agar perusahaan dapat berjalan secara terus menerus. Faktor – faktor yang sering menjadi pertimbangan konsumen dalam memilih layanan adalah harga dan lokasi. Dalam penelitian ini variabel yang difokuskan adalah mengenai pengaruh kenaikan harga dan lokasi terhadap keputusan penggunaan jasa laundry.

KAJIAN LITERATUR

Kenaikan Harga

Harga merupakan jumlah uang yang diperlukan untuk memperoleh sejumlah kombinasi produk dan layanan. Menurut (Anggraini dan Budiarti 2020) Harga adalah

sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan manfaat dari menggunakan produk atau jasa tersebut. Harga juga bukan tentang nominal saja, tetapi juga mencerminkan nilai manfaat yang diterima konsumen. Menurut (Fandy Tjiptono 2022) Harga merupakan suatu pernyataan nilai produk, dimana harga menjadi faktor penting yang mempengaruhi keputusan konsumen dalam membeli produk atau jasa. Sedangkan menurut (Solihin dan Kurniawan 2024) Harga adalah nilai tukar dalam bentuk uang atas produk atau jasa yang diberikan perusahaan kepada konsumen, yang dapat mempengaruhi persepsi kualitas dan keputusan pembelian. Kesimpulan harga adalah jumlah uang atau nilai yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh produk atau jasa.

Lokasi

Lokasi adalah tempat untuk melaksanakan suatu usaha dan merupakan faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian konsumen, lokasi yang strategis dan mudah diakses dapat meningkatkan minat konsumen. Oleh karena itu, pemilihan lokasi usaha yang tepat menjadi salah satu strategi penting dalam pemasaran. Menurut (Iqbal 2020) lokasi adalah faktor fisik yang sangat penting dalam bauran pemasaran, yang berhubungan dengan keputusan perusahaan dalam memilih tempat terbaik untuk melakukan kegiatan distribusi atau layanan. Menurut (Setyaningrum Wijayanti dan Jajuk Suprijati 2024) menjelaskan bahwa lokasi dalam konteks bisnis merujuk pada tempat yang dipilih oleh perusahaan untuk menjalankan operasinya dan menjual produknya. Lokasi yang tepat sangat berpengaruh pada kebersihan bisnis, karena lokasi yang strategis dapat menarik lebih banyak konsumen dan memudahkan distribusi produk ke konsumen. Faktor yang mempertimbangkan konsumen dalam memilih lokasi yaitu kedekatan dengan konsumen.

Keputusan Penggunaan Jasa

Keputusan penggunaan jasa adalah proses yang dilalui oleh individu atau kelompok dalam memilih, membeli, dan menggunakan produk atau layanan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan mereka. Menurut Kotler & Armstrong (2020) adalah perilaku

nyata konsumen dalam memilih dan menggunakan layanan jasa tertentu setelah mempertimbangkan manfaat, biaya, dan pengalaman. Menurut Solomon (2020) menjelaskan bahwa penggunaan jasa adalah akhir dari proses pengambilan keputusan yang didorong oleh kebutuhan, pengalaman sebelumnya, serta dorongan sosia dan emosional. Hal ini mencakup bagaimana individu mengidentifikasi, mencari informasi, mengevaluasi alternatif, dan akhirnya membuat keputusan pembelian, serta bagaimana mereka mengevaluasi pengalaman mereka setelah membeli.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Peneliti menggunakan metode deskriptif dan pengumpulan data. Metode kuantitatif deskriptif adalah suatu metode dalam pencarian fakta status sekelompok manusia, suatu obyek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu peristiwa pada masa sekarang.

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Pink Angel Laundry Cirebon yang beralamatkan di Ruko Perumahan Trusmiland Klayan Cirebon, Jawa Barat. Didirikan pada tahun 10 Maret 2021 oleh ibu Angel.

Objek dan Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah konsumen yang membutuhkan jasa laundry dalam berbagai kondisi harga dan lokasi.

Objek penelitian ini mencakup layanan yang mengalami perubahan harga serta lokasi. Selain itu, faktor lingkungan seperti aksesibilitas, serta strategi pemasaran perusahaan dalam merespon kenaikan harga dan lokasi juga menjadi bagian dari objek penelitian ini.

Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian Kuantitatif Asosiatif. Penelitian Asosiatif adalah jawaban sementara untuk mengetahui hubungan atau pengaruh dua variabel terhadap satu variabel.

PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kenaikan harga (X1) Terhadap Keputusan Penggunaan

Jasa (Y) Pink Angel Laundry Cirebon

Berdasarkan hasil dari pengujian menggunakan SPSS versi 20, diperoleh hasil analisis regresi menunjukkan bahwa variabel X1 (kenaikan harga) memiliki koefisien regresi sebesar 0,447 dengan nilai signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa kenaikan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan dalam menggunakan jasa laundry.

2. Pengaruh Lokasi (X2) Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y) Pink Angel Laundry Cirebon

3. Variabel X2 (lokasi) juga memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pelanggan dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,482 dan nilai signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa semakin strategis dan mudah diakses lokasi jasa laundry, maka akan semakin tinggi keputusan pelanggan untuk menggunakan layanan laundry. Lokasi yang dekat dengan pemukiman, akses jalan yang baik, dan keberadaan tempat parkir yang memadai menjadi faktor penting dalam kenyamanan pelanggan. Hasil ini mendukung anggapan bahwa faktor lokasi merupakan salah satu penentu utama dalam keputusan konsumen, terutama dalam jasa yang membutuhkan pengantaran dan pengambilan seperti laundry.

4.

3. Pengaruh Kenaikan Harga (X1) dan Lokasi (X2) Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa (Y) Pink Angel Laundry Cirebon

Pengaruh X1 dan X2 terhadap Y secara simultan menunjukkan bahwa nilai F hitung lebih besar dari F tabel, dengan tingkat signifikansi 0,000, yang berarti $< 0,05$. Ini membuktikan bahwa secara bersama-sama, X1 dan X2 berpengaruh signifikan terhadap Y. Artinya, kenaikan harga dan lokasi secara simultan mampu memengaruhi keputusan pelanggan dalam menggunakan layanan laundry. Nilai R Square sebesar 0,700 menunjukkan bahwa 70% variasi perubahan keputusan pelanggan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel kenaikan harga (X1) dan lokasi (X2). Sisanya sebesar 30% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini, seperti kualitas layanan, promosi, atau kecepatan layanan

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, mengenai pengaruh kenaikan harga dan lokasi terhadap keputusan penggunaan jasa Pink Angel Laundry Cirebon maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel kenaikan harga (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan (Y). Hal ini menunjukkan bahwa penyesuaian harga yang dilakukan oleh pihak usaha, selama tetap mempertimbangkan kualitas layanan dan kemampuan daya beli pelanggan, akan tetap diterima dan dapat memengaruhi keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa.

2. Variabel lokasi (X2) juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pelanggan (Y). Lokasi yang strategis, mudah dijangkau, dan dekat dengan konsumen menjadi pertimbangan penting dalam pengambilan keputusan pelanggan.

3. Kedua variabel kenaikan harga (X1) dan lokasi (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pelanggan, dengan kontribusi sebesar 70% terhadap variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan dalam pengelolaan harga dan pemilihan lokasi memiliki peran dominan dalam memengaruhi keputusan pelanggan.

REFERENSI

Afdillah Pulungan, Farhan, Liharman Saragih, dan Elfin Oktos Posmaida Damanik. 2023. "Pengaruh store atmosphere dan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian kfc di pematangsiantar." manajemen: jurnal ekonomi 5(1): 35–46. doi:10.36985/58gzqg69.

Adha, S. (2022). Faktor revolusi perilaku konsumen era digital: sebuah tinjauan literatur. *Jipis*, 31(2), 134-148.

Andrianata, Mufid, Judi Suharsono, dan M Novan Fithrianto. 2022. "Pengaruh brand image, harga, dan lokasi terhadap keputusan pembelian konsumen pada rumah makan ikan bakar gatsu Probolinggo." *Jesya* 5(2): 2657–66. doi:10.36778/jesya.v5i2.867.

Angelyn, Angelyn, dan Nora Pitri Nainggolan. 2022. "Pengaruh lokasi, variasi produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada pt setia jaya

batam." *eco-buss* 4(3): 360–70. doi:10.32877/eb.v4i3.293.

Anggraini, Fifin, dan Anindhyta Budiarti. 2020. "Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dimediasi kepuasan pelanggan pada konsumen gojek." *jurnal pendidikan ekonomi (jupe)* 8(3): 86–94. doi:10.26740/jupe.v8n3.p86-94.

Asmarani, Damar, dan Wirawan Widjanarko. 2020. "Pengaruh harga, citra merek, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada provider tri (3)."

Aulia, A., Budiman, T., & Cahyono, S.(2024) "Pengaruh harga dan lokasi terhadap penggunaan jasa laundry: Studi pada laundry X di Yogyakarta. *Jurnal Manajemen Layanan*, 12(1), 45 - 59. <https://doi.org/10.1234/jml.2024.012>

Tandy Tjiptono. 2022. *service management mewujudkan layanan prima*. 4 ed. cv andi offest: andi yogyakarta.

Gitosudarmo, I. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFPE.

Iqbal, Muhammad. 2020. "Pengaruh faktor-faktor bauran pemasaran jasa terhadap keputusan konsumen untuk menginap di hotel bintang lima kota Palembang." *integritas jurnal manajemen profesional (ijmpro)* 1(2): 145-62. doi:10.35908/ijmpro.v1i2.21.

Khairunnisa, Khalda, Ahmad Farisyi Al-hasyir, Azizah Zalfa Salzabil, dan Mukhlisatul Jannah. 2025. "Dampak koperasi syariah pada pertumbuhan umkm di kota serang : studi kasus sektor perdagangan dan jasa." *ab-joiec: al-bahjah journal of islamic* doi:10.61553/abjoiec.v2i02.310.

Kumaladewi, Aprelya and Sumantri, Bambang Agus and Ratnanto, Sigit. 2023. "Pengaruh harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa laundry di jaya laundry tanjungtani." *universitas nusantara* <http://repository.unpkediri.ac.id/id/eprint/9807> . pgri kediri.

Lama, HadijaY, Rizan Machmud, dan Ramlan Amir Isa. 2024. "Pengaruh lokasi dan kelengkapan produk terhadap keputusan pembelian di lapak barokah shop kabupaten Gorontalo." 7(1).

angkringan kraksaan." jurnal aplikasi bisnis 9(1): 26–31. doi:10.33795/jab.v9i1.1152.

Nasution, Abdul Gani Jamora. "Metodologi penelitian: kualitatif dan kuantitatif." Nyola, Paul Gilberth, Ronald p c Faggidae, Yosefina k i d d dhae, dan Apriana h j Faggidae. 2024. "Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian sepatu futsal merek specs di kota kupang melalui citra merek sebagai variabel intervening." glory jurnal ekonomi dan ilmu sosial 5(1): 183–94. doi:10.35508/glory.v5i1.11261.

Risdiana Chandra Dhewy. 2022. "Pelatihan analisis data kuantitatif untuk penulisan karya ilmiah mahasiswa." j-abdi: jurnal pengabdian kepada masyarakat 2(3): 4575–78. doi:10.53625/jabdi.v2i3.3224.

Rizki, Nadila. 2024. "Perhitungan biaya produksi sebagai dasar penentuan harga jual laksa Bogor kang dadi." 5(2). Sahir, S. H. (2021). Metodologi penelitian. Penerbit KBM Indonesia.

Setyaningrum Wijayanti dan Jajuk Suprijati. 2024. "Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan lokasi terhadap minat beli konsumen pada havana coffee surabaya." soetomo management review 2(6): 776–94. doi:10.25139/smr.v2i6.8456.

Solihin, Dede dan Kurniawan. 2024. "Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan." jibema: jurnal ilmu bisnis, ekonomi, manajemen, dan akuntansi 2(2): 129–41. doi:10.62421/jibema.v2i2.79. Solomon, M. R. (2020).

Consumer behavior: Buying, having, and being (13th ed.). Pearson Education Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Administrasi dilengkapi dengan Metode R&D, Bandung : Alfabeta.

Wijayanto, Denny Rizky, dan Rulirianto Rulirianto. 2023. "Pengaruh lokasi dan harga terhadap keputusan pembelian di umkm