

FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PENGGUNAAN JASA LAUNDRY BANDAR LAMPUNG

FACTORS THAT INFLUENCE THE DECISION TO USE LAUNDRY SERVICES IN BANDAR LAMPUNG

Bimo Gondo Kusumo¹, Nur Efendi², Prasetya Nugraha³

¹²³ Ilmu Administrasi Bisnis Universitas Lampung

*Email: gkbimo@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, promosi, dan proses terhadap keputusan penggunaan jasa Plaza Laundry di Bandar Lampung. Jenis penelitian adalah kuantitatif dengan pendekatan eksplanasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh member Plaza Laundry. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling* dengan sampel 58 responden. Data tersebut diperoleh dari kuesioner menggunakan skala likert. Analisis data penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian menjelaskan secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan jasa. Proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap penggunaan jasa. Secara simultan, harga, promosi, dan proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa. Implikasi dalam penelitian ini sebaiknya Plaza Laundry secara bertahap mulai memberikan inovasi-inovasi yang berkaitan dengan promosi produk jasa agar jangkauan konsumen menjadi lebih luas.

Kata Kunci: Keputusan Penggunaan Jasa, Harga, Promosi, Proses

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of price, promotion, and process on the decision to use Plaza Laundry services in Bandar Lampung. This type of research is quantitative with an explanatory approach. The population in this study were all members of Plaza Laundry. The sampling technique used is simple random sampling with a sample of 58 respondents. The data was obtained from a questionnaire using a Likert scale. The data analysis of this research used multiple linear regression analysis. The results of the study partially explain that the price has a positive and significant effect on the decision to use services. The promotion has a positive and significant effect on service use. The process has a positive and significant effect on the use of services. Simultaneously, price, promotion, and process have a positive and significant effect on the decision to use services. The implication of this research is that Plaza Laundry should gradually start providing innovations related to the promotion of service products so that the reach of consumers becomes wider.

Key Words: Service Usage Decisions, Price, Promotion, Process

PENDAHULUAN

Kebutuhan ekonomi masyarakat yang semakin tinggi menuntut masyarakat untuk meningkatkan pendapatannya, sehingga mau tidak mau masyarakat dituntut untuk lebih efisien dalam memanfaatkan waktu atau pun jam kerjanya. Situasi dan

kondisi kesibukan masyarakat Kota Bandar Lampung yang terus meningkat sebagai upaya pemenuhan kebutuhan hidup menyebabkan mereka tidak sempat lagi menyelesaikan pekerjaan domestik terutama mencuci dan menyetrika pakaian, sebagian masyarakat beranggapan bahwa mencuci dan menyetrika banyak memakan waktu, dengan pertimbangan *opportunity cost* maka mereka menggunakan jasa *laundry*. Hal ini membuat sektor bisnis berkembang ke ranah primer rumah tangga di bidang jasa, yaitu *laundry*.

Usaha yang saat ini banyak dilakukan dan memerlukan adanya pemasaran jasa, khususnya di daerah Kota Bandar Lampung adalah usaha jasa *laundry*. Perkotaan merupakan area potensial untuk membuka jasa *laundry* kiloan. Hal ini dikarenakan daerah tersebut merupakan area pemukiman penduduk dan pendidikan. Jasa *laundry* menjadi pilihan tersendiri bagi sebagian konsumen yang saat ini tengah disibukkan dengan berbagai macam aktivitas. Data Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung tahun 2020 menunjukkan bahwa total populasi sebesar 1.166.066 jiwa dengan tingkat partisipasi angkatan kerja sebesar 67,79% yang berjenis kelamin laki-laki maupun perempuan, termasuk didalamnya mahasiswa di universitas. Hal ini menunjukkan peluang bagi penyedia jasa untuk membuka usaha yang berkaitan dengan padatnya aktivitas masyarakat.

Plaza Laundry merupakan salah satu usaha *laundry* yang ada di Kota Bandar Lampung, tepatnya di Jalan Ratu Dibalau Kecamatan Tanjung Senang. *Laundry* ini termasuk memiliki jumlah pelanggan yang cukup banyak hal ini dikarenakan oleh jasa yang ditawarkan memiliki fasilitas yang memadai dan hasil *laundry* memuaskan konsumen. Plaza Laundry telah memiliki banyak pelanggan, karena sudah cukup dikenal oleh masyarakat luas. Hal ini dibuktikan dengan kenaikan jumlah pelanggan setiap bulannya. Saat ini, Plaza Laundry telah memiliki 270 pelanggan dengan 140 member aktif.

Kenaikan jumlah pelanggan diakibatkan salah satunya oleh adanya pelanggan yang puas. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor yang menentukan konsumen dalam memilih atau memutuskan menggunakan suatu produk atau jasa. Hal ini dikarenakan, apabila terdapat konsumen yang tidak puas, maka mereka akan beralih ke pihak pesaing dan akan mengakibatkan penurunan laba dan pada akhirnya akan menyebabkan kerugian. Oleh sebab itu, penyedia jasa harus mampu mengevaluasi faktor apa saja yang dapat menentukan konsumen untuk bersedia menggunakan jasa yang ditawarkan.

Keputusan penggunaan jasa adalah proses pengintegrasian yang mengkombinasi sikap pengetahuan untuk mengevaluasi dua atau lebih perilaku alternatif dan memilih salah satu diantaranya (Nugroho, 2005:48). Dalam menentukan keputusan menggunakan suatu jasa, konsumen akan melalui lima tahapan yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku setelah pembelian (Kotler dan Keller, 2016:161). Kotler dan Armstrong (2016:140) memaparkan bahwa dalam menentukan keputusan pembelian konsumen akan menentukan beberapa hal, diantaranya harga, promosi, dan proses.

Faktor yang dianggap mampu memengaruhi keputusan penggunaan adalah harga. Harga merupakan suatu bagian yang penting bagi pembeli dan penjual. Pertukaran jasa akan terjadi apabila terjadi kesepakatan harga antara pembeli dan penjual. Menurut Kotler dan Amstrong (2016:150) harga adalah jumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa. Disamping itu, harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat fleksibel, artinya dapat diubah dengan cepat. Jasa laundry yang ditawarkan oleh Plaza Laundry yaitu cukup murah, hanya sebesar Rp 4.000/kg. dimana harga tersebut lebih murah dibandingkan dengan jasa laundry yang berada di sekitar area jalan Ratu Dibalau.

Selain harga, promosi juga merupakan faktor yang mendukung kesuksesan sebuah usaha. Promosi adalah aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, memengaruhi atau membujuk, dan atau meningkatkan pasar sasaran atas perusahaan dan produknya agar bersedia menerima, membeli, dan loyal pada produk yang ditawarkan (Hurriyati, 2015:52). Promosi yang baik adalah promosi yang mampu memberikan informasi mengenai produk serta manfaat dari produk bagi konsumen, membujuk untuk mengikuti pesan yang disampaikan dalam promosi, serta menciptakan kesan positif di benak konsumen. Saat ini, Plaza Laundry melakukan kegiatan promosi dengan membagikan brosur atau selebaran, membuat *banner*, dan melakukan promosi dengan metode *word of mouth*. Hal ini dirasa cukup efektif, namun tidak mampu menjangkau area yang lebih luas.

Faktor lain yang turut memengaruhi keputusan penggunaan jasa adalah proses. Proses adalah mutu layanan yang bergantung pada penyampaian jasa kepada konsumen. Salah satunya adalah penyedia jasa *laundry* yang memiliki proses untuk mencapai tempat usaha yang diminati oleh masyarakat. Proses untuk mendapatkan segala informasi yang dibutuhkan konsumen haruslah cepat agar keinginan konsumen terhadap suatu produk jasa tidak berkurang. Proses yang baik, mudah dan cepat akan memudahkan konsumen untuk mendapatkan suatu produk jasa dan hal tersebut dapat menimbulkan minat untuk menggunakan kembali suatu produk jasa.

Alasan peneliti memilih Plaza Laundry dalam penelitian ini adalah karena Plaza Laundry merupakan pelopor dalam bisnis jasa *laundry* di area Kecamatan Tanjung Senang. Namun, saat ini citra Plaza Laundry belum banyak dikenal oleh masyarakat luas dan masih kalah oleh pesaingnya, meskipun harga yang ditawarkan cukup murah berbanding lurus dengan kualitas hasil *laundry* yang diberikan. Oleh karena itu, menarik untuk lebih diteliti dan dikaji lebih dalam mengenai apa yang menjadi alasan konsumen memilih melakukan pembelian jasa di Plaza Laundry.

METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan *eksplanatory research*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan skala likert. Populasi dalam penelitian yang diambil peneliti adalah pengguna jasa yang telah menjadi member di Plaza Laundry. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian ini adalah sebanyak 58 responden yang menjadi member di Plaza Laundry.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Harga terhadap Keputusan Penggunaan Jasa

Menurut Kotler & Keller (2016:67) harga adalah salah satu bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan, elemen lain menghasilkan biaya. Berdasarkan hasil analisis regresi berganda yang telah dilakukan dapat diinterpretasi nilai t hitung $>$ t tabel, yaitu $3,958 > 1,676$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_0 ditolak berarti secara parsial dapat dikatakan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa sebesar 70,1%.

berdasarkan hasil analisis, Plaza Laundry memiliki harga *laundry* yang terjangkau. Hal ini mengindikasikan bahwa mencuci di Plaza Laundry memiliki harga yang relatif lebih murah dibanding harga *laundry* yang ditawarkan oleh *laundry* di sekitarnya. Selain itu, konsumen merasa bahwa apa yang didapat sesuai dengan harga yang telah dibayarkan. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, harga menjadi salah satu hal penting yang menjadi pertimbangan konsumen Plaza Laundry dalam memutuskan penggunaan sebuah produk. Semakin tinggi harga produk atau jasa, maka semakin rendah minat beli konsumen. Sebaliknya, semakin rendah harga produk atau jasa, maka akan semakin tinggi minat beli konsumen. Hal ini dikarenakan konsumen menginginkan produk dengan harga terjangkau tetapi memiliki nilai beli yang baik.

Disaat tempat *laundry* lain menawarkan harga Rp 5.000 – Rp 8.000 per kg, Plaza Laundry mampu menawarkan harga yang relatif lebih murah, yaitu hanya berkisar Rp 4.000 per kg dengan kualitas hasil cucian yang memuaskan. Artinya harga menjadi pertimbangan konsumen dalam penggunaan jasa, konsumen cenderung memilih harga yang lebih terjangkau dengan kualitas yang cukup baik. Selain itu, konsumen juga akan memilih harga yang lebih terjangkau sesuai dengan manfaat yang didapatkan. Hal ini dikarenakan konsumen sering menggunakan jasa untuk kegiatan sehari-harinya. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa harga yang ditawarkan oleh Plaza Laundry memiliki kesesuaian kualitas dan manfaat yang didapatkan, sehingga konsumen melakukan pembelian dan merasa puas. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya konsumen yang akhirnya melakukan pembelian ulang dan menjadi member tetap di Plaza Laundry.

Hermawan (2015:63) menyatakan bahwa penetapan harga turut berperan dalam memutuskan konsumen untuk menggunakan suatu jasa atau tidak. Dalam penelitian ini, konsumen memilih menggunakan jasa di Plaza Laundry karena tertarik akan harganya yang murah, dimana hal tersebut merupakan faktor pribadi, yang dimaksud adalah keadaan ekonomis. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Lempoy, Mandey, dan Loindong (2015) dengan judul “Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas Terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut Sonder” yang menjelaskan bahwa harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa.

Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Penggunaan Jasa

Promosi merupakan aktivitas mengkomunikasikan produk dan membujuk pelanggan sasaran untuk membeli produk yang ditawarkan (Kotler dan Armstrong, 2016:76).

Berdasarkan hasil uji dapat diinterpretasi thitung > ttabel, yaitu $2,064 > 1,676$ dan nilai signifikansi $0,044 < 0,05$. Maka H_0 ditolak berarti secara parsial dapat dikatakan bahwa promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa sebesar 40,5%.

Promosi yang dilakukan oleh Plaza Laundry bertujuan untuk menyebarluaskan produk kepada target pasar potensial, yaitu konsumen yang memerlukan jasa laundry untuk mengefisienkan kegiatan kesehariannya. Menurut peneliti, semakin gencar informasi yang disebarluaskan melalui promosi baik dari mulut ke mulut maupun melalui media, maka kesempatan konsumen mengetahui produk tersebut akan semakin tinggi. Maka dari itu, saat ini Plaza Laundry menyisihkan alokasi anggarannya untuk promosi dengan tujuan meluaskan pasar potensial.

Dalam dunia jasa, promosi yang sering diberikan kepada konsumen adalah promosi pada harga dan promo penggunaan jasa yang diperbanyak. Dikarenakan hal tersebut menarik konsumen dan pelanggan potensial untuk menggunakan jasa yang ditawarkan. Saat ini, Plaza Laundry melakukan kegiatan promosi dengan membagikan brosur atau selebaran, membuat banner, dan melakukan promosi dengan metode word of mouth. Promosi harga yang diberikan oleh Plaza Laundry adalah dengan memberikan diskon tambahan bagi konsumen yang mendaftar menjadi member, yaitu dengan memberikan special diskon potongan harga pada saat perayaan hari libur nasional, seperti perayaan hari kemerdekaan Indonesia. Selain itu, terdapat promo berupa gratis mencuci 1kg untuk setiap 10 kali transaksi. Untuk meningkatkan kepercayaan konsumen, Plaza Laundry memberikan jaminan berupa uang kembali dan uang ganti rugi untuk barang rusak atau hilang.

Strategi promosi lainnya yang saat ini sedang dijalankan oleh Plaza Laundry adalah dengan memberikan diskon tambahan apabila ada konsumen yang mengajak atau merekomendasikan untuk laundry di Plaza Laundry. Dengan strategi tersebut, akhirnya konsumen Plaza Laundry mulai naik setiap bulannya. Menurut peneliti, hal ini lebih efektif dibanding menyebarkan brosur seperti yang telah dilakukan sebelumnya. Sehingga, sesuai dengan hasil data yang didapatkan bahwa strategi promosi yang saat ini dilakukan memiliki kualitas yang baik. Strategi promosi yang berkaitan dengan promo harga lebih menarik dan menjangkau pasar yang lebih luas dibanding hanya dengan menyebarkan brosur. Hal ini dikarenakan tujuan untuk menyebarkan brosur hanya untuk mengenalkan saja, tidak ada review langsung dari konsumen yang telah melakukan pembelian jasa secara langsung di Plaza Laundry.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfah (2013) dengan judul "Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Rumah Sakit Bina Sehat Jember" yang menyebutkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa.

Pengaruh Proses terhadap Keputusan Penggunaan Jasa

Proses adalah gabungan semua aktivitas dimana jasa dihasilkan dan disampaikan dimana jasa dihasilkan dan disampaikan kepada konsumen. Berdasarkan hasil analisis regresi dapat diinterpretasi thitung > ttabel, yaitu $3,139 > 1,676$ dan nilai

signifikansi $0,003 < 0,05$. Maka H_0 ditolak berarti secara parsial dapat dikatakan bahwa proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa sebesar 61,4 %.

Konsumen memilih menggunakan produk yang memiliki proses yang cepat dan mudah. Hal ini untuk menghemat waktu dan tenaga. Pada saat ini, orang-orang memiliki mobilitas yang tinggi, dituntut produktivitas tinggi dan efisiensi waktu sehingga makin mudah dan cepat sebuah proses menghasilkan produk maka semakin banyak yang berminat untuk membeli atau menggunakan. Proses yang cepat, efektif dan efisien dapat menarik konsumen karena konsumen selalu mencari jasa yang dapat menghemat waktu dan membantu konsumen untuk menyelesaikan pekerjaan dan tugas yang dimiliki. Konsumen dapat melanjutkan aktivitas, menghemat biaya dan bisa lebih santai karena pekerjaan sudah selesai dengan tempo yang sedikit.

Dalam usaha jasa *laundry*, bidang pelayanan menjadi berarti karena konsumen adalah hal utama, yang artinya harus melakukan pelayanan dengan sebaik mungkin karena persaingan pasar yang semakin luas dan semakin menjamurnya bidang usaha serupa. Apabila keinginan konsumen sudah terpenuhi, maka pelayanan yang diberikan kepada konsumen telah menjadi sebuah usaha yang berhasil. Hal ini dikarenakan pelayanan berhubungan erat dengan keputusan konsumen untuk menggunakan suatu produk jasa. Artinya, semakin baik memberikan pelayanan, maka konsumen akan merasa senang sehingga memutuskan untuk memakai produk jasa yang ditawarkan. Sebaliknya, jika memberikan pelayanan yang buruk, maka konsumen akan kecewa dan memutuskan untuk tidak lagi menggunakan produk jasa yang ditawarkan.

Menurut peneliti, saat ini proses yang dilakukan oleh Plaza Laundry telah menunjukkan kinerja yang baik, hal ini dibuktikan dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh Plaza Laundry yang tidak menunda-nunda pekerjaan. Sehingga setiap pekerjaan dapat dilakukan dengan efektif dan efisien. Dalam prosesnya, karyawan Plaza Laundry saat ini dapat dinilai memiliki keandalan, koresponsifan atau daya tanggap yang baik dalam hal pelayanan konsumen.

Payne (2000) menyatakan bahwa apabila proses-proses yang dilakukan mendukung penyampaian jasa yang baik, maka akan mengakibatkan kepuasan konsumen. Dalam hal ini, dengan ketangkasan dan kecakapan pekerja di Plaza Laundry maka akan membuat konsumen memilih menggunakan jasa tersebut. Penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Ulfah (2013) dengan judul "Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Rumah Sakit Bina Sehat Jember" yang menyebutkan bahwa terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara proses terhadap keputusan menggunakan jasa.

Pengaruh Harga, Promosi, Proses terhadap Keputusan Penggunaan Jasa

Peter dan Olson (2013:163) mengungkapkan keputusan penggunaan sebagai suatu proses integrasi yang digunakan untuk menggabungkan pengetahuan dan mengevaluasi dua atau lebih alternatif dan memilih satu diantaranya. Dari hasil *output* data komputer SPSS koefisien korelasi harga, promosi, dan proses terhadap keputusan penggunaan jasa secara simultan sebesar 0,746 dan hubungan yang terjadi

termasuk kuat dan positif. Adapun hubungan ketiga variabel bebas yang terjadi adalah sebesar 0,557 atau 55,7%. Sedangkan sisanya 44,3% dijelaskan oleh variabel lainnya.

Besarnya nilai Fhitung pada penelitian ini adalah 22,592 lebih besar dibanding F tabel 2,47 dan nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dibanding 0,05. Artinya hubungan harga, promosi, dan proses terhadap keputusan penggunaan jasa adalah signifikan. Hal ini tidak sesuai dengan penelitian Ulfah yang berjudul "Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Rumah Sakit Bina Sehat Jember (2013). Hal ini dikarenakan untuk masalah kesehatan, konsumen tidak akan berpikir ulang untuk biaya berobat, selama kualitas jasa yang diberikan adalah yang terbaik maka konsumen akan terus menggunakan jasa tersebut. Dalam penelitian ini, hasil yang didapatkan adalah signifikan dikarenakan Plaza Laundry mengedepankan kualitas jasa sebaik mungkin sehingga konsumen tidak kecewa dan menjadi pelanggan tetap *laundry*.

Harga, promosi dan proses menjadi pertimbangan konsumen dalam mengonsumsi atau menggunakan suatu produk. Dalam bidang jasa sendiri untuk harga, promosi dan proses yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan dapat menarik minat konsumen untuk menggunakan jasa tersebut. Konsumen juga dapat loyal dan membantu mempromosikan jasa yang sudah digunakan kepada khalayak lainnya sehingga pasar lebih luas dan membantu meningkatkan penggunaan jasa. Bagi produsen, menjaga konsumen loyal sangat penting sehingga produsen sangat perlu untuk meningkatkan jasa yang ditawarkan kepada konsumen.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial, harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa sebesar 70,1%. Harga yang ditawarkan oleh Plaza Laundry relatif terjangkau dibanding dengan laundry yang ada di sekitar wilayah Tanjung Senang. Selain itu, konsumen merasa bahwa harga yang dibayarkan sesuai dengan apa yang didapatkan, sehingga konsumen tidak ragu untuk menggunakan jasa Plaza Laundry.
 2. Secara parsial, promosi berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa sebesar 40,5%. Promosi yang dilakukan oleh Plaza Laundry memiliki kualitas yang baik dengan melakukan kegiatan promosi yang efektif, mudah dimengerti, dipahami, serta menarik untuk dilihat.
 3. Secara parsial, proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa sebesar 61,4%. Pelayanan yang diberikan oleh Plaza laundry memuaskan konsumen, hal ini dikarenakan konsumen merasa karyawan menghargai waktu yang dimiliki dengan tidak mengulur banyak waktu untuk bekerja.
 4. Secara simultan, harga, promosi, dan proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa sebesar 55,7%. Koefisien korelasi variabel harga, promosi, dan proses terhadap keputusan menggunakan jasa adalah termasuk kuat dan positif, dimana pengaruh yang ditimbulkan sebesar 0,746. Sehingga, harga, promosi, dan proses sama-sama memiliki pengaruh yang kuat terhadap keputusan menggunakan jasa di Plaza Laundry.
-

SARAN

Setelah mengetahui simpulan dari penelitian, maka saran yang dapat direkomendasikan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Implikasi praktis penelitian ini adalah setelah diketahui bahwa harga, promosi, dan proses berpengaruh signifikan terhadap keputusan menggunakan jasa, maka sebaiknya Plaza Laundry secara bertahap mulai memberikan inovasi-inovasi yang berkaitan dengan harga, promosi, dan proses layanannya. Sebaiknya dalam promosi pemasaran penyedia *laundry* dapat memberikan diskon yang beragam mulai dari diskon membership maupun diskon di setiap pencucian 10 kali mendapatkan potongan harga. Plaza Laundry dapat menambahkan alternatif produk lain untuk ditawarkan kepada konsumen, seperti jasa mencuci boneka, jasa mencuci karpet, jasa mencuci sepatu dan lainnya. Plaza Laundry memungkinkan dapat menyesuaikan harga yang lebih konsisten dengan keadaan lingkungan masyarakat sekitar yang berupa perumahan. Serta dapat menambahkan layanan antar jemput cucian milik konsumen sehingga memudahkan konsumen untuk *laundry* di Plaza Laundry.
2. Implikasi teoritis penelitian ini adalah setelah diketahui bahwa harga, promosi, dan proses berpengaruh terhadap penggunaan jasa, maka bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk lebih berfokus terhadap variabel tersebut dengan objek yang berbeda agar hasil penelitiannya lebih sempurna dan dapat digeneralisasikan.

DAFTAR PUSTAKA

Badan Pusat Statistik Kota Bandar Lampung tahun 2020.

Hermawan, Aksan. 2015. *Proses Kreatif Menulis Cerpen*. Bandung: Nuansa. Cendekia.

Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: Alfabetha.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.

Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2016. *Prinsip – prinsip Pemasaran*. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.

Lempoy, Nicklouse Christian, Silvy L. Mandey, Dan Sjendry S.R. Loindong. 2015. Pengaruh Harga, Lokasi, dan Fasilitas terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Taman Wisata Toar Lumimuut (Taman Eman) Sonder. *Jurnal EMBA*. Vol 3 No. 1.

Nugroho, Agung. 2005. *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi.

Payne, Adrian. 2000. *Pemasaran Jasa (The Essence of Service Marketing)*. Andi Offset: Yogyakarta.

Peter, J Paul dan Jerry C Olson. 2013. *Perilaku Konsumen dan Strategi*. Jakarta: Erlangga.

Ulfah, Maria, Asih Tri Rachmi, dan Agung Yuniarinto. 2013. Pengaruh Bauran Pemasaran (Marketing Mix) terhadap Keputusan Menggunakan Jasa Rumah Sakit Bina Sehar Jember. *Jurnal Aplikasi Manajemen*. Vol 11 No.3.
