

# IDENTIFIKASI VARIABEL YANG MEMOTIVASI KONSUMEN MENGUNAKAN JASA LAUNDRY KILOAN (Studi kasus di Kota Madya Madiun)

ML Endang Edi Rahaju<sup>1)</sup>, Sumarlan<sup>2)</sup>

<sup>1)2)</sup>, Dosen Fakultas Ekonomu Universitas Merdeka Madiun

## Abstract

*As a housewife sometimes busy with various activities. For example: wash clothes problems .They does not have time to do it. The clothes laundry or dry cleaning service make the housewife get the greatly benefit. That is any kind of laundry clothes, cheap, and easy. This study aims to determine what variable affect consumer use laundry service. Other derive the goal is which of the variable that have the most dominant influence. Research location is in Municipality of Madiun. Samples were examining as many as 100 respondents. The analysis uses Multiple Regressions. The result showed: The factor that affect to the consumer is economic condition, life style, and natural factors. Among the three factors that life style factor has a dominant influence than the other factors. With the simulation test showed that economic, life style and natural factor have a significant influence to the consumer motivation. From the determination test showed that the economic, lifestyle, and natural factor have accounted contribution for 88,30 % to the consumer motivation to use laundry service. Of the remaining 11,70 % being influence by other factor such as competition, economic condition, population, priority needs, etc.*

**Key Words: economic, life style, natural factor, motivation, laundry service**

## PENDAHULUAN

Di jaman serba modern ini, kebutuhan manusia akan segala sesuatu semakin meningkat. Ternyata meningkatnya kebutuhan juga diiringi dengan meningkatnya kebutuhan dalam hal keuangan. Tingginya biaya hidup di jaman sekarang harus diikuti juga dengan terobosan-terobosan untuk mencari penghasilan tambahan. Maka dibutuhkan kreativitas yang tinggi agar mampu mencukupi kebutuhan sehari-hari. Salah satunya dengan usaha rumahan yang khususnya untuk ibu rumah tangga sebagai penghasilan tambahan. Sebagai ibu rumah tangga yang tugas utamanya adalah mengurus kebutuhan rumah, memasak, emgurus anak, mencuci dan lain sebagainya, bukan berarti tak ada peluang untuk membuat atau mengelola sebuah usaha kecil. Bisnis rumahan, terbuka peluang

lebar yang dapat kita jalankan di rumah, tanpa harus mengabaikan tugas utama sebagai seorang ibu rumah tangga.

Laundry adalah salah satu bisnis yang berpeluang dan makin marak. Pada tahun 2011 bisnis laundry ini menjadi bisnis kiloan. Kalau kita lihat beberapa tahun yang lalu, bisnis laundry perkembangannya memang begitu pesat dan menjamur disemua kalangan. Pada saat ini laundry tidak hanya jadi bisnis rumahan saja, tetapi banyak sekali pelaku usaha yang telah mengembangkan bisnis ini semakin berpotensi menjadi bisnis *franchise* atau waralaba.

Kalau kita lihat minat konsumen terhadap jasa laundry menunjukkan peningkatan yang cukup signifikan dalam setiap tahunnya. Perlu kita sadari bahwa ini jadi peluang usaha tepat yang potensial bagi ibu rumah tangga

yang ingin memiliki penghasilan tambahan. Bagi ibu-ibu yang ingin memulai mengambil peluang bisnis rumahan maka laundry kiloan ini, perlu mengetahui informasi tentang apa saja yang kita butuhkan untuk memulai merintis usaha laundry kiloan agar semakin mantap dan yakin.

Semakin sibuk kehidupan dikota-kota besar membuat peluang usaha laundry menjadi bisnis yang semakin menjanjikan untung besar. Kondisi tersebut lalu dijadikan sebuah contoh peluang usaha rumahan. Secara umum, banyak sekali masyarakat yang tinggal di kota terkadang kesulitan dalam menyelesaikan masalah pencucian pakaian.

Biasanya konsumen dari usaha laundry kiloan ini adalah anak-anak kost, mahasiswa, pegawai kantoran, dan juga masyarakat umum yang tidak punya cukup waktu untuk mencuci pakaiannya sendiri di rumah. Sejauh ini bisnis laundry kiloan tak hanya dicari oleh masyarakat menengah ke atas saja, harga yang murah jasa laundry kiloan ini juga dapat dijangkau konsumen menengah ke bawah.

Beberapa hal yang menjadi penyebabnya yaitu masalah waktu yang tak banyak karena tersita untuk menyelesaikan urusan pekerjaan. Juga masalah sulitnya ketersediaan air bersih di wilayah kota, terkadang menjadikan banyak orang enggan untuk mencuci pakaian sendiri. Juga masalah tempat menjemur pakaian yang terbatas juga kerap menjadi kendala saat mereka hendak menjemur pakaian. Tingginya angka pencemaran udara juga menjadi faktor pertimbangan karena kerap terkena dampak polusi. Juga gaya hidup mahasiswa pada saat ini, cenderung tidak mau repot dengan urusan mencuci baju mereka. Selain karena dianggap tidak praktis, kehidupan kampus pada saat ini juga sangat menyita waktu, sehingga

mereka lebih memilih menggunakan jasa laundry untuk urusan perawatan pakaian mereka.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka permasalahan dapat dirumuskan sebagai berikut :Variabel apa saja yang menjadi motivasi konsumen menggunakan jasa Laundry Kiloan di Kota madya Madiun. Diantara variabel motivasi tersebut, variabel manakah yang berpengaruh dominan terhadap penggunaan jasa Laundry Kiloan di Kota Madya Madiun.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Pengertian Motivasi**

Banyak ahli yang memberikan batasan tentang motivasi. Jika dipandang dari arti katanya, motivasi berarti pemberian motiv, penimbulan motiv atau hal yang menimbulkan dorongan atau keadaan yang menimbulkan dorongan. Motivasi dapat pula diartikan sebagai energi untuk membangkitkan dorongan dalam diri. Jadi motivasi merupakan kondisi yang menggerakkan seseorang agar mampu mencapai tujuan dan motifnya. Motivasi merupakan keseluruhan dorongan, keinginan, kebutuhan dan daya yang sejenis.

Dorongan individu dalam bertingkah laku dapat dirasakan apabila individu tersebut mempunyai kebutuhan dan akhirnya kebutuhan tersebut mampu memacu individu untuk berperilaku. Dan lingkungan disekitar individu dapat memberikan semangat pada diri individu yang akan memperkuat intensitas dorongan.

### **Teori Hirarkhi Kebutuhan dari A. Maslow**

Ada banyak Teori Motivasi yang bisa dikemukakan. Namun yang menyangkut manusia pada umumnya ( bukan spesifik dalam organisasi ) dapat dikemukakan disini adalah Teori

Kebutuhan A. Maslow. Beberapa pertimbangan adalah sebagai berikut :

- a. Teori Maslow merupakan salah satu teori yang berbentuk hirarki kebutuhan secara individu.
- b. Bersifat aplikatif yaitu bisa diterapkan pada setiap individu baik dalam organisasi formal maupun non formal.

Maslow menyatakan bahwa kebutuhan manusia berjenjang. Manusia memenuhi terlebih dahulu kebutuhan pada jenjang pertama, dan setelah kebutuhan tersebut terpenuhi maka kebutuhan tersebut tidak menjadi motivasi lagi dan kemudian manusia dimotivasi oleh kebutuhan pada jenjang berikutnya, demikian seterusnya.

Adapun jenjang kebutuhan Maslow tersebut adalah sebagai berikut :

a. Kebutuhan Fisiologis

Kebutuhan fisiologis merupakan kebutuhan pokok manusia yang bersifat fisik, seperti makan, minum, pakaian, perumahan dsb. Kebutuhan ini merupakan kebutuhan yang sangat pokok, karena kebutuhan ini telah ada sejak manusia dilahirkan. Seorang karyawan bersedia bekerja apabila karyawan tersebut mempunyai harapan jika penghasilan yang didapatnya dapat digunakan untuk mencukupi kebutuhan hidup secara layak dari waktu ke waktu.

Manusia akan berusaha semaksimal mungkin untuk bisa memenuhi fisiologisnya, hingga manusia termotivasi untuk bekerja agar terpenuhi kebutuhan tersebut. Dengan bekerja maka orang akan mendapatkan gaji/upah.

b. Kebutuhan Keselamatan Kerja

Keselamatan dan keamanan kerja merupakan kebutuhan yang fundamental pula. Keselamatan kerja dalam hal ini merupakan keselamatan

selama bekerja, terbebas dari ancaman kecelakaan kerja. Para pekerja dalam melaksanakan pekerjaannya perlu mendapatkan perlindungan agar pekerja merasa aman dalam menjalankan tugasnya. Selain hal tersebut, rasa aman juga aman dari pemecatan sewaktu-waktu. Pekerja akan merasa aman jika bekerja pada perusahaan atau bidang yang dapat terjamin kelangsungan kerja/usahanya.

c. Kebutuhan Sosial

Pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial, yang cenderung menjalin hubungan dengan orang lain. Yang termasuk kebutuhan sosial adalah :1.Kebutuhan akan perasaan diterima oleh orang lain dimana mereka hidup dan bekerja/berusaha.2.Kebutuhan untuk memasuki organisasi tertentu, agar bisa berpartisipasi dalam masyarakat.Perilaku manusia seringkali dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial tertentu seperti kelompok referensi, keluarga, dan kelompok lain dalam masyarakat .

d.Kebutuhan Penghargaan

Manusia memiliki kebutuhan untuk dihargai, misalnya rasa hormat, harga diri, pujian, dsb. Pemenuhan akan harga diri bisa membawa perasaan percaya pada diri sendiri, nilai, kekuatan, perasaan dibutuhkan dan bermanfaat bagi orang lain.

e.Kebutuhan Aktualisasi Diri

Manusia ingin mengembangkan kemampuan mentalnya dan kemampuan kerjanya melalui pengembangan pribadi. Oleh sebab itu pada tingkatan kebutuhan ini orang cenderung untuk selalu siap mengembangkan diri dan berbuat yang paling baik. Kebutuhan aktualisasi diri adalah kebutuhan pemenuhan diri,

untuk menggunakan potensi diri, mengembangkan diri dan melakukan apa yang paling cocok serta menyelesaikan pekerjaan itu sendiri

### **Prospek Bisnis Laundry Kiloan.**

Laundry merupakan salah satu kebutuhan yang sangat dibutuhkan oleh karyawan/karyawati, ibu rumah tangga, mahasiswa/i, anak kost, yang memiliki tingkat kesibukan yang cukup padat dan tidak ada habisnya. Misalnya di sekitar lokasi perumahan pasti membutuhkan fasilitas pendukung mereka misalnya jasa laundry. Mereka memiliki waktu yang terbatas dan merasa lebih praktis jika mereka menggunakan jasa laundry. Mereka tidak perlu dipusingkan dengan tidak adanya tenaga pembantu rumah tangga.

Beberapa hal yang menjadi penyebab menggunakan jasa laundry antara lain: : kesulitan masalah waktu karena disibukkan dengan urusan pekerjaan, masalah sulitnya ketersediaan air bersih di kota-kota besar, masalah tempat menjemur pakaian yang terbatas. Selain hal tersebut udara yang mengandung polusi memungkinkan mengotori pakaian yang dijemur. Dengan menggunakan jasa laundry terasa lebih praktis dan bersih. Hasil laundry beraroma wangi dan segar, dan terlebih konsumen tak perlu membayar tenaga pembantu rumah tangga.

Dengan banyaknya kaum muda misalnya karyawan/i dan mahasiswa/i yang kost juga berakibat meningkatnya permintaan akan jasa laundry. Mereka ini cenderung tidak mau repot dengan urusan cuci setrika baju, dan juga kehidupan kampus/pekerjaan yang cukup menyita waktu.

### **Hal-hal Yang Diperhatikan Pada Usaha Laundry**

#### **a. Lokasi.**

Lokasi yang dipilih sebaiknya dekat dengan kawasan yang padat penduduk, misalnya perumahan dan daerah yang banyak terdapat tempat kost-kost an. Juga perlu diperhatikan kondisi disekitar lokasi tersebut apakah sudah banyak kompetitornya ataukah belum.

b.Promosi.

Untuk lebih menunjang tersebarnya informasi yang meluas maka diperlukan usaha promosi agar dikenal oleh konsumen. Dapat melakukan promosi misalnya lewat koran lokal/ Radar, Radio, selebaran, dan juga informasi dari mulut ke mulut atau gethok tular.

#### **c.Kualitas Jasa.**

Kualitas jasa laundry adalah kualitas cuci, kualitas setlika. Usaha laundry yang dipilih kebanyakan konsumen adalah keharuman pakaian yang dicuci dan setlika. Konsumen lebih menyukai jasa laundry yang tidak terlalu menghemat pemberian pengharum pakaian. Dan konsumen menyukai juga kualitas setlika yang halus.

#### **d.Ketepatan janji.**

Janji yang dimaksud adalah janji tentang lama penyelesaian pekerjaan cuci setlika. Diharapkan tidak mengumbar janji kepada konsumen tentang berapa lama penyelesaian pekerjaan jika tak mampu menyelesaikan tepat waktu. Karena hal tersebut akan mengundang kekecewaan konsumen.

#### **e.Tarip Jasa.**

Konsumen lebih memilih jasa laundry yang mengenakan tarip yang murah tetapi kualitas pekerjaan tetaplah baik. Penetapan tarip sangat diharapkan yang dapat bersaing dengan laundry lain. Konsumen lebih memilih jasa laundry dengan tarip yang terjangkau.

#### **f. Layanan antar jemput.**

Layanan antar jemput juga merupakan layanan istimewa untuk wilayah tertentu. Ini dilakukan demi memfasilitasi pelanggan yang tak punya waktu untuk datang ke tempat laundry

untuk mengantar atau menjemput cucian mereka.

### **Kendala Dalam Bisnis Laundry**

Dalam setiap bisnis dimungkinkan timbulnya komplain atau keluhan dari konsumen. Demikian juga dalam bisnis laundry, keluhan konsumen mungkin juga timbul. Adapun faktor penyebab timbulnya keluhan konsumen disebabkan karena faktor antara lain :

- a. Kurang tepatnya waktu penyelesaian pekerjaan
- b. Baju tertukar atau baju hilang.
- c. Baju mengalami kerusakan karena gosong atau robek saat menyetelika baju.

Faktor-faktor tersebut diatas kiranya perlu menjadi perhatian utama dalam bisnis laundry. Maka konsumen perlu lebih jeli dalam memilih perusahaan jasa laundry

### **Hipotesa**

1. Variabel yang memotivasi konsumen dalam menggunakan jasa laundry kiloan adalah : ekonomi, gaya hidup dan alam.
2. Ekonomi merupakan variabel yang berpengaruh dominan dan signifikan dalam memotivasi konsumen menggunakan jasa laundry kiloan.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Batasan Penelitian**

Dalam penelitian ini, yang diteliti adalah konsumen yang menggunakan jasa laundry kiloan di Madya Madiun. Konsumen bervariasi statusnya, mereka bisa wanita atau pria, lajang atau berumah tangga.

### **Populasi Penelitian dan Teknik Pengambilan Sampel**

#### **a. Populasi Penelitian**

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari satu satuan atau individu yang menjadi subyek penelitian. Dalam

penelitian ini populasi adalah seluruh konsumen yang menggunakan jasa laundry kiloan di Kota Madya Madiun.

#### **b. Teknik Pengambilan Sampel**

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang akan dijadikan obyek penelitian ( Algifari : 2003 ). Penetapan besarnya sampel secara pasti belum ada keseragaman dari para ahli statistik. Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 orang dengan asumsi bahwa tidak ada perbedaan probabilitas pada responden maka strata sampling bersifat homogen. Cara pengambilan sampel adalah secara Quota Sampling sedang pemilihan sampel dilakukan secara acak.

### **Difinisi Operasional Dan Pengukuran Variabel.**

Adapun variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Variabel Dependen ( Y ) : Motivasi konsumen menggunakan jasa laundry kiloan.
- b. Variabel Independen ( X ) :
  1. Ekonomi ( X<sub>1</sub> ) : kondisi ekonomi keluarga antara lain adalah : pendapatan keluarga yang meningkat, tarif jasa laundry yang murah, sulit mencari pembantu rumah tangga.
  2. Gaya Hidup ( X<sub>2</sub> ) adalah gaya hidup masyarakat kini yang meliputi : kesibukan , rasa agak malas, tidak punya waktu untuk mencuci.
  3. .Alam ( X<sub>3</sub> ), merupakan kondisi alam misalnya : musim penghujan pakaian sulit kering, pakaian mudah kotor, udara dingin/mendung.

Adapun pengukuran terhadap variabel tersebut diatas adalah dengan menggunakan Skala Likert. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen

yang berupa sebuah statement. Jawaban setiap indikator diberi nilai yang berupa skor. Adapun skor dari jawaban adalah :

Sangat setuju = 5; setuju = 4; netral = 3; tidak setuju = 2 dan sangat tidak setuju = 1.

### **Metode Analisa Data**

Untuk mengetahui sejauh mana pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka digunakan model analisa linier berganda.

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Dimana :

Y= Motivasi konsumen menggunakan jasa laundry kiloan

$X_1$  = Ekonomi

$X_2$  = Gaya hidup

$X_3$  = Alam

$b_0$  = Konstanta regresi

$b_1, b_2, b_3$ = Koefisien regresi

$e$  = Standart error

Uji signifikansi yang digunakan untuk menguji hubungan masing-masing variabel adalah : uji t, uji F ,dan uji  $R^2$ .

### **Uji Statistik**

Uji statistik ini dilakukan untuk membuktikan ada tidaknya korelasi antara variabel bebas dengan variabel terikat. Beberapa tahap pengujian yang dilakukan adalah :

#### **Uji t ( uji statistik secara individual )**

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan variabel bebas dengan variabel terikat secara individual.

Uji statistik t sebagai berikut :

Ho:  $\beta = 0$  ( variabel bebas secara individual tidak berpengaruh signifikan terhadap

Variabel terikat )

H<sub>1</sub>:  $\beta \neq 0$  ( variabel bebas secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat )

Sedangkan hipotesis diterima atau ditolak dengan cara membandingkan nilai t hitung dengan t tabel.

Ho akan ditolak atau H<sub>1</sub> diterima jika

$$t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}} \text{ atau } -t_{\text{tabel}} > t_{\text{hitung}}$$

Ho akan diterima atau H<sub>1</sub> ditolak jika

$$-t_{\text{tabel}} < t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$$

### **Uji F ( uji statistik secara keseluruhan )**

Uji F dilakukan untuk menguji signifikansi hubungan variabel bebas dengan variabel terikat secara bersama-sama.

Uji statistik F sebagai berikut :

Ho:  $\beta = 0$  ( variabel bebas secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat )

H<sub>1</sub>:  $\beta \neq 0$  ( variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat )

Sedangkan hipotesis diterima atau ditolak dengan cara membandingkan F hitung dengan F tabel.

Ho akan ditolak atau H<sub>1</sub> diterima jika F hitung > F tabel

Ho akan diterima atau H<sub>1</sub> ditolak jika F hitung < F tabel

### **Uji Determinasi ( $R^2$ )**

Uji  $R^2$  digunakan untuk mengukur besarnya sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat.  $R^2$  mempunyai nilai antara 0 – 1 (  $0 < R^2 < 1$  ). Semakin tinggi nilai  $R^2$  maka akan semakin besar sumbangan variabel bebas terhadap variabel terikat.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Jumlah responden yang di teliti sebesar 100 orang. Questionaire yang dibagikan lebih dari 100 buah, diberikan kepada konsumen yang menggunakan jasa laundry kiloan di Kota Madya Madiun. Responden yang dipilih adalah konsumen yang telah beberapa kali menggunakan jasa laundry kiloan. Hal ini didasari pemikiran bahwa kalau beberapa kali mengajukan menggunakan jasa laundry berarti orang tersebut merasa adanya

kecocokan dengan perusahaan laundry tersebut. Questionaire yang kembali ada beberapa diantaranya yang dinilai kurang memenuhi syarat misalnya kurang lengkap dsb. Akhirnya ditentukan responden yang diteliti dan dianalisa

datanya sebanyak 100 orang. Data tentang identitas responden dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran tentang kondisi responden.

### Usia Responden

**Tabel 1.Usia Responden**

Usia	Jumlah	%
19 – 24 tahun	20	20
25 – 30 tahun	31	31
31 – 40 tahun	33	33
➤ 40 tahun	16	16

Sumber : Data Primer Diolah

Dari data diatas nampak bahwa kelompok usia 19 – 24 tahun sebanyak 20 % menjadi pelanggan jasa laundry kiloan. Termasuk dalam kelompok ini adalah para mahasiswa/i. Sedang kelompok usia 25 – 30 tahun sebanyak 31 %. Termasuk dalam kelompok ini adalah karyawan muda, dan keluarga muda. Sedang kelompok usia 31 – 40 tahun sebanyak 33 %.

Jumlah ini cukup besar. Kelompok ini adalah para ibu rumah tangga. Sedang kelompok diatas usia 40 tahun sebanyak 16 %. Jumlah ini relatif kecil karena usia mereka sudah mapan, rata-rata mereka ini mempunyai pembantu, jadi tak banyak menggunakan jasa laundry kiloan.

### Tingkat Pendidikan Responden

**Tabel 2.Tingkat Pendidikan Responden**

Pendidikan	Jumlah	%
Tamat SMA	20	20
Sarjana Muda	56	56
Sarjana	34	34

Sumber : Data Primer Diolah

Dari tabel diatas nampak bahwa konsumen terbesar adalah kelompok Sarjana Muda yakni 56 %. Disusul kelompok pendidikan sarjana dan yang

terakhir paling kecil adalah mereka yang tamat SMA.

### Pekerjaan Responden

**Tabel 3. Pekerjaan Responden**

Pendidikan	Jumlah	%
Mahasiswa/i	16	16
Karyawan/ti single	22	22
PNS/Peg. Swasta	45	45
Pensiun	17	17

Sumber : Data Primer Diolah

Responden terbesar adalah berprofesi sebagai PNS/Peg Swasta yakni 45 %, kemudian pegawai

karyawan/ti single sebesar 22 %. Hal ini menunjukkan bahwa cukup besar konsumen pegawai yang menggunakan

jasa laundry kiloan. Kenyataan ini disebabkan mereka sibuk, waktu tersedia terbatas, dan mempunyai tingkat ekonomi yang cukup mapan.

### Frekuensi Responden Memakai Jasa Laundry Kiloan

Tabel 4. Frekuensi Responden Memakai Jasa Laundry Kiloan

Frekuensi per bulan	Jumlah	%
4 kali	15	15
6 kali	25	25
8 kali	48	48
>8 kali	12	12

Sumber : Data Primer Diolah

Jika dilihat dari frekuensi responden menggunakan jasa laundry kiloan, maka kebanyakan mereka dalam 1 bulan menggunakan jasa laundry sebanyak 8 kali atau 2 kali seminggu. Kebanyakan mereka ini para ibu rumah tangga yang mempunyai anak lebih dari 1. Sedang yang frekuensi 6 kali dalam sebulan juga cukup besar yakni 25 %. Konsumen agaknya merasakan keuntungan dan kepuasan dari penggunaan jasa laundry kiloan.

### Analisa Regresi Linear Berganda.

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS. Yang menjadi variabel terikat ( Y ) adalah : motivasi masyarakat menggunakan jasa laundry kiloan. Adapun sebagai variabel bebas nya adalah : ekonomi ( X<sub>1</sub> ), gaya hidup ( X<sub>2</sub> ), faktor alam ( X<sub>3</sub> ). Hasil estimasi antara variabel bebas dengan variabel terikat dapat digambarkan dalam tabel di bawah ini :

Tabel 5. Hasil Analisa Regresi Linear Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients ( B )	Standarized Coefficients ( B )	Sig	Keterangan
Constanta	2,980		0,140	
Ekonomi ( X <sub>1</sub> )	0,450	0,168	0,090	Signifikan
Gaya ( X <sub>2</sub> )	0,675	0,340	0,123	Signifikan
Alam ( X <sub>3</sub> )	0,455	0,135	0,109	Signifikan
R	= 0,940			
R <sup>2</sup>	= 0,883			
F <sub>hitung</sub>	= 24,368			

Model persamaan regresi linear berganda berdasar analisis diatas adalah :

$$Y = 2,980 + 0,450 X_1 + 0,675 X_2 + 0,455 X_3$$

### Pengujian Hipotesis Uji F

Langkah selanjutnya adalah membuktikan apakah semua variabel yang diteliti dalam model ( ekonomi, gaya hidup, dan faktor alam )

mempunyai pengaruh signifikan secara simultan terhadap motivasi konsumen menggunakan jasa laundry kiloan. Untuk keperluan tersebut digunakan uji F. Dari hasil analisis diperoleh bahwa nilai F<sub>hitung</sub> = 24,368. Nilai ini lebih besar



dari nilai  $F_{tabel} = 2,70$  ( $24,368 > 2,70$ ). Dengan tingkat signifikansi sebesar  $F_{hitung}$  sebesar 0,000, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa variabel ekonomi ( $X_1$ ), gaya hidup ( $X_2$ ), faktor alam ( $X_3$ ), secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap motivasi konsumen menggunakan jasa laundry kiloan di kota Madya Madiun.

### Uji t

Selanjutnya akan dilakukan pengujian ada tidaknya pengaruh secara individual antara variabel bebas dengan variabel terikat. Untuk keperluan ini maka digunakan pengujian secara partial yakni dengan menggunakan uji t. Adapun hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 6. Hasil Uji Parsial**

Variabel	Koef-Regresi	T - hitung	T - tabel	Sig
$X_1$	0,450	2,455	1,96	0,090
$X_2$	0,675	3,612	1,96	0,123
$X_3$	0,455	2,043	1,96	0,109

Adapun hubungan antara motivasi konsumen dalam menggunakan jasa laundry kiloan dengan variabel-variabel yang mempengaruhinya dapat dijelaskan sebagai berikut :

### Uji Parsial antara ekonomi ( $X_1$ ) dengan motivasi konsumen menggunakan jasa laundry kiloan (Y)

Variabel ekonomi ( $X_1$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,455. Nilai ini lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yakni 1,96 ( $2,455 > 1,96$ ). Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,090 ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hasil perhitungan ini menunjukkan bahwa variabel ekonomi berpengaruh secara signifikan terhadap motivasi konsumen menggunakan jasa laundry kiloan.. Konsumen tertarik menggunakan jasa laundry kiloan karena kondisi ekonomi keluarga sangat baik yang ditandai dengan meningkatnya pendapatan keluarga. Selain hal tersebut ternyata tarif jasa laundry dirasakan cukup ekonomis, dan cukup membantu pekerjaan rumah tangga.

### Uji Parsial antara gaya hidup ( $X_2$ ) dengan motivasi konsumen

### menggunakan jasa laundry kiloan (Y)

Variabel gaya hidup ( $X_2$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 3,612. Nilai ini lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yakni 1,96 ( $3,612 > 1,96$ ). Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,123 ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Konsumen memilih menggunakan jasa laundry karena dipengaruhi oleh gaya hidup masing-masing keluarga atau individu. Kesibukan yang dihadapi konsumen kiranya membuat konsumen semakin tidak memiliki waktu untuk mencuci dan menyetelika sendiri pakaiannya. Selain itu konsumen juga dihindangi rasa agak malas untuk mencuci pakaiannya sendiri.

### Uji Parsial antara alam ( $X_3$ ) dengan minat konsumen menggunakan jasa laundry kiloan (Y)

Variabel alam ( $X_3$ ) memiliki nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2,043. Nilai ini lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  yakni 1,96 ( $2,043 > 1,96$ ). Dengan tingkat signifikansi sebesar 0,109 ini berarti  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Konsumen tertarik menggunakan jasa laundry kiloan karena kondisi alam yang kadang kurang menguntungkan. Misalnya di musim penghujan, udara

dingin/mendung maka hasil cucian akan sulit kering. Bahkan tidak jarang hasil cucian akan berbau kurang sedap. Dan biasanya do musim penghujan pakaian mudah basah terkena air hujan sehingga pakaian akan mudah kotor.

### Uji Determinasi ( $R^2$ )

Dari hasil analisis Regresi tersebut diatas dapat dilihat bahwa nilai  $R^2$  adalah sebesar 0,883. Artinya bahwa variasi variabel motivasi konsumen menggunakan jasa laundry kiloan yang sebesar 88,30 % dijelaskan oleh faktor-faktor : ekonomi (  $X_1$  ), gaya hidup (  $X_2$  ), dan alam (  $X_3$  ). Sedang sisanya, 11,70 % dijelaskan oleh variabel lain diluar penelitian ini. Variabel tersebut mungkin adalah : persaingan, kondisi perekonomian, jumlah penduduk, prioritas kebutuhan , dan sebagainya.

### KESIMPULAN

Dari hasil analisis terhadap data yang diperoleh dan interpretasi yang telah dikemukakan pada bab terdahulu maka dapat diberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Faktor yang mempengaruhi motivasi konsumen menggunakan jasa laundry kiloan adalah : faktor ekonomi, gaya hidup, dan faktor alam.
2. Secara parsial faktor ekonomi (  $X_1$  ), gaya hidup (  $X_2$  ), dan faktor alam (  $X_3$  ) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap motivasi konsumen menggunakan jasa laundry kiloan (  $Y$  ). Artinya  $t_1$  ,  $t_2$ , dan  $t_3 > t_{tabel}$ . Atau 2,455; 3,612; dan 2,043 > 1,96.
3. Diantara ketiga faktor tersebut diatas maka faktor gaya hidup mempunyai pengaruh yang paling dominan. Hal ini terlihat dari nilai standadized coeficient beta adalah yang paling besar yakni sebesar 0,340 , paling tinggi dibanding dengan yang lain.

4. Secara simultan, maka ekonomi (  $X_1$  ), gaya hidup (  $X_2$  ), dan faktor alam (  $X_3$  ), mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap motivasi konsumen menggunakan jasa laundry kiloan. Hal ini bisa di lihat dari nilai F yakni nilai F hitung sebesar 24,368 yang mana nilai tersebut lebih besar dari nilai F tabel yakni sebesar 2,70.
5. Berdasar uji Determinasi maka variasi variabel motivasi konsumen menggunakan jasa laundry kiloan ,sebesar 88,30 % nya dijelaskan oleh variabel ekonomi (  $X_1$  ), gaya hidup (  $X_2$  ), dan faktor alam (  $X_3$  ). Sedang sisanya yakni 11,70 % nya dijelaskan oleh variabel lain yang tidak termasuk dalam penelitian misalnya kondisi persaingan, jumlah penduduk, prioritas kebutuhan dan sebagainya.

### SARAN

1. Nilai variasi variabel independent terhadap variabel dependet hanya berkisar antara nilai 88,30 %, mengharuskan perusahaan mencari cara yang lebih baik dan inovasi – inovasi baru lainnya yang akan bisa menarik minat masyarakat lebih besar lagi.
2. Perusahaan lebih meningkatkan kinerja variabel harga, pelayanan, ketepatan waktu dan kualitas cucian/setlikaan lebih besar sehingga dapat menarik konsumen lebih banyak lagi.
3. Untuk peneliti selanjutnya mungkin penelitian bisa dikembangkan misalnya dengan melakukan analisa komparasi atau perbandingan antara perusahaan laundry satu dengan yang lain. Unsur komparasi yang diukur bisa tentang tarip/harga, kualitas pelayanan, kecakapan pegawai, dan sebagainya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Algifari, 2003, Metodologi Penelitian Ekonomi, Universitas Indonesia, UI, Press, Jakarta
- Augusty Ferdinand , 2006, Metode Penelitian Manajemen, Badan Penerbit Universitas Diponegoro Semarang.
- Damodar Gujarati, 1999, Ekonometrika Dasar, Terjemahan, Sumarno Zain, Penerbit Erlangga , Jakarta
- Djarwanto & Pangestu Subagyo, Statistik Induktif,1998, Badan Penerbit Fakultas Ekonomi, Yogyakarta
- Fandy Tjiptono, 2002, Strategi Pemasaran, Edisi Kedua, Cetakan Keenam, Andi, Yogyakarta
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2005, Service, Quality, and Satisfaction, Andi Yogyakarta
- Imam Ghozali, 2007, Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Indriyo G & I Nyoman S, 2000, Perilaku Keorganisasian, BPFE UGM, Yogyakarta.
- Kotler Philip, 2001, Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian, Erlangga, Jakarta.
- Mudrajad Kuncoro, 2003, Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi, Erlangga, Jakarta
- Napa J Awat,1995, Metode Statistik Dan Ekonometrika, Liberty, Yogyakarta
- Sentot Imam Wahjono, 2012, Perilaku Organisasi, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Sri Mulyono, 1998, Statistika Untuk Ekonomi, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, Jakarta
- Suharsini Arikunto, 2010, Prosedure Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek, Rineka Cipta , Jakarta
- Sunardi & Anita P,2012, Bisnis Pengantar,CAPS ,Yogyakarta
- <http://pengusahamuslim.com/kiat-memulai-bisnis-laundry>
- <http://yodiahadishtis.blogspot.com/2011/09/membaca-peluang-pasar...>
- <http://peluangusaha-barunews.com/2012/08/bisnis-laundry-kiloan...>
- <http://rumahanbisnis.com/contoh-wiraswasta-membuka-usaha-laundry...>
- <http://contohpeluangusaha.com/contoh-peluang-usaha-rumahan-bisnis...>