

**PENGARUH INOVASI LAYANAN, LOKASI USAHA DAN PROMOSI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI JASA LAUNDRY SUPER FRESH
(Studi Kasus 6 Cabang)**

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat-syarat
Guna mencapai Gelar Sarjana Manajemen**



Diajukan Oleh:

MUHAMMAD RONNY SETIAWAN

NPM. 2301110501.P

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

UNIVERSITAS TRIDINANTI

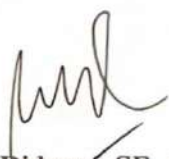
2026

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Ronny Setiawan
Nomor Pokok : 2301110501.P
Jurusan/ Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata I
Mata Kuliah Pokok : Kewirausahaan
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Layanan, Lokasi Usaha dan Promosi Terhadap Keputusan Pembeli Jasa Laundry Super Fresh (Studi Kasus 6 Cabang)

Pembimbing Skripsi :

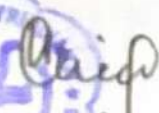
Tanggal... 30 Juli 2026 Pembimbing I : 
M. Ridwan, SE., MM
NIDN : 0219116101

Tanggal... 30 Juli 2026 Pembimbing II : 
Hj. Syahyuni, SE., MM
NIDN : 0226106101

Mengetahui,

Dekan,

Ketua Program Studi,



Dr. H. Msy. Mikial, SE., M.Si., Ak., CA., CSRS
NIDN : 0205026401


Dr. Yolanda Veybitha, SE., M.Si
NIDN : 0226028303

072 /PS/DFEB/2026

UNIVERSITAS TRIDINANTI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Muhammad Ronny Setiawan
Nomor Pokok : 2301110501.P
Jurusan/ Prog. Studi : Manajemen
Jenjang Pendidikan : Strata 1
Mata Kuliah Pokok : Kewirausahaan
Judul Skripsi : Pengaruh Inovasi Layanan, Lokasi Usaha dan Promosi
Terhadap Keputusan Pembeli Jasa Laundry Super Fresh
(Studi Kasus 6 Cabang)

Penguji Skripsi

Tanggal 30 Juli 2026 Ketua Penguji : M. Ridwan, SE., MM
NIDN : 0219116101

Tanggal 30 Juli 2026 Penguji I : Hj. Syahyuni, SE., MM
NIDN : 0226106101

Tanggal 30 Juli 2026 Penguji II : Hj. Nina Fitriana, SE., M.Si
NIDN : 0012116501

Mengesahkan,

Dekan,

Ketua Program Studi,


Dr. Hj. Misy Milial, SE., M.Si., Ak., CA., CSRS
NIDN : 0205026401

Tanggal :


Dr. Yolanda Veybitha, SE., M.Si
NIDN : 0226028303
Tanggal :

07/PSDFEB/2026

HALAMAN MOTO DAN PERSEMBAHAN

Dikehidupan yang Hanya Satu Kali Ini, Jadilah Manusia Bermanfaat

(M.Ronny Setiawan)

“Gagal bukan akhir dari segalanya. Jika hari ini belum berhasil, mungkin Allah sedang mengarahkan mu ke tempat yang jauh lebih tepat. Kamu bukan gagal, kamu sedang dipersiapkan. Percayalah, tak ada usaha yang sia-sia, dan tak ada takdir yang salah memilih orang. Yang terpenting, kamu sudah berani melangkah, jangan menyerah.”

Kupersembahkan Kepada :

- ❖ Allah SWT yang telah memberikan kelancaran dan kemudahan.
- ❖ Kedua orang tua ku yang tercinta Ayahanda Jimat dan Ibunda Julaeha.
- ❖ Semua Teman-teman kuliah ku dan orang-orang baik yang membantu
- ❖ Almamater Universitas Ku

PERNYATAAN BEBAS PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Muhammad Ronny Setiawan

NPM : 2301110501.P

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Judul : PENGARUH INOVASI LAYANAN, LOKASI USAHA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI JASA
LAUNDRY SUPER FRESH (Studi Kasus 6 Cabang)

Menyatakan bahwa skripsi ini telah di tulis dengan sungguh-sungguh dan tidak ada bagian yang merupakan jiplakan karya orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan skripsi dengan konsekuensinya.

Palembang, 25 Juli 2026

Penulis



Muhammad Ronny Setiawan

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas rahmat karunianya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan Judul: **“Pengaruh Inovasi Layanan, Lokasi Usaha dan Promosi Terhadap Keputusan Pembeli Jasa Laundry Super Fresh (Studi Kasus 6 Cabang)”**. Skripsi ini di buat sebagai salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk memperoleh gelar sarjana. Dalam penulisan skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dalam penyajiannya yang mungkin disebabkan oleh keterbatasan serta kemampuan yang penulis miliki. Penulis telah banyak mendapatkan bimbingan dan bantuan, serta doa dari berbagai pihak dalam menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu di kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. H. Edizal AE, M.S selaku Rektor Universitas Tridianti
2. Ibu Dr. Hj. Msy. Mikial S.E., M.Si., Ak., CA., CSRS. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti.
3. Ibu Dr. M. Ima Andriyani, S.E., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti.
4. Ibu Dr. Yolanda Veybitha, SE., M.Si. selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Tridianti.
5. Ibu Mariyam Zanariah, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Akademi.
6. Bapak Muhammad Ridwan, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Hj. Syahyuni S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing II, penulis

ucapkan terima kasih atas bimbingan, pengajaran, serta ilmu-ilmu baru yang penulis dapatkan selama penyusunan skripsi ini. Terima kasih dan mohon maaf bila ada kesalahan yang penulis telah lakukan selama bimbingan.

7. Bapak dan Ibu Dosen, serta Staf Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Tridinanti yang telah memberikan bekal ilmu selama masa perkuliahan.
8. Pemilik Usaha Laundry Super Fresh Palembang yang telah memberikan izin kepada penulis untuk melaksanakan penelitian dan membantu memperoleh data yang diperlukan oleh penulis.
9. Secara khusus, penulis persembahkan rasa hormat dan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada Bapak ku tercinta, Bapak Unsyah Syahri, Seorang pria sederhana yang mungkin tidak memiliki gelar sedikitpun di belakang namanya, namun telah menjadi guru pertama dan teladan terbaik dalam kehidupan penulis beserta Saudara Saudari Penulis. Terima kasih karna Bapak tetap menjadi sosok yang kuat dan penuh tanggung jawab, yang senantiasa berjuang demi masa depan dan keberhasilan anak-anaknya. Skripsi ini penulis persembahkan sebagai salah satu bentuk rasa syukur, bakti, dan terima kasih atas segala perjuangan Bapak yang tidak akan pernah dapat terbalaskan sepenuhnya.
10. Kepada Cinta pertama penulis Ibu Tuti Kurniasih perempuan yang hebat yang sudah membesarkan dan mendidik anak-anaknya hingga mendapatkan gelar sarjana. Serta selalu menjadi penyemangat bagi penulis. Terima kasih untuk doa ibuk yang sangat luar biasa, kasih sayang,

nasihat, motivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini, semoga ibuk sehat selalu dan panjang umur, menualah dalam bahagia bersama lingkungan dan cucu-cucu mu Sabil, Dareen, Aray & Aisyah

11. Untuk Kakak Pertamaku Ricky Rianto dan Istri Anita Ramdani. Kakak Perempuan Renny Putri Anggraini dan Suami Muhammad Andre serta Adik Perempuan penulis tersayang Renata Septi Cahyani terima kasih untuk setiap dukungan, semangat, motivasi dan doa-doa yang telah kalian berikan kepada penulis.
12. Kepada seseorang yang pernah hadir dalam perjalanan penulis yang tidak dapat penulis sebutkan namanya. Kehadiran dan kepergian itu pada akhirnya menjadi bagian penting yang perlahan membentuk penulis menjadi pribadi yang memahami arti pengalaman, pendewasaan, kesabaran, keikhlasan, serta menerima kehilangan sebagai bagian dari proses kehidupan. Segala yang pernah terjadi baik yang indah maupun yang menyakitkan, telah menjadi ruang belajar yang menguatkan penulis hingga berada pada titik ini. Terima kasih telah menjadi bagian dari cerita yang ikut menempa penulis dalam perjalanan pendewasaan ini, pada akhirnya setiap orang ada masanya, dan setiap masa ada orangnya.
13. Penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada PT Asuransi Kredit Indonesia (Askrindo) Branch Office Palembang beserta Rekan-rekan kerja didalamnya yang telah memberikan kesempatan, dukungan, serta fleksibilitas kepada penulis selama menempuh pendidikan hingga proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih

atas kepercayaan, pengalaman, dan lingkungan kerja yang kondusif sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik. Semoga PT Asuransi Kredit Indonesia (Askrindo) senantiasa berkembang, semakin maju, dan terus memberikan kontribusi terbaik bagi dunia perasuransian di Indonesia.

14. Terakhir, penulis mengucapkan terima kasih kepada diri sendiri yang telah mampu bertahan, berjuang, dan tidak menyerah hingga akhirnya dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih karena tetap melangkah di tengah keraguan, ketakutan akan kegagalan, rasa lelah, serta berbagai tantangan yang datang silih berganti. Setiap proses yang dilalui telah mengajarkan arti kesabaran, ketekunan, dan kegigihan dalam meraih tujuan. Meskipun skripsi ini masih memiliki berbagai keterbatasan, karya ini menjadi saksi atas perjalanan panjang, usaha yang tulus, serta bukti bahwa setiap langkah kecil yang dilakukan dengan penuh kesungguhan pada akhirnya akan membawa seseorang menuju garis akhir. Semoga pencapaian ini menjadi awal dari perjalanan yang lebih baik di masa mendatang dan selalu menjadi pengingat bahwa setiap perjuangan tidak pernah sia-sia.

Palembang, 25 Juli 2026

Penulis

Muhammad Ronny Setiawan

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
14.1 Latar Belakang	1
14.2 Rumusan Masalah.....	4
14.3 Tujuan Penelitian	5
14.4 Manfaat Penelitian	5
Manfaat Teoritis	5
Manfaat Praktis.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
2.1 Kajian Teoritis	8
2.1.1 Inovasi Layanan	8
2.1.2 Lokasi Usaha.....	13
2.1.3 Promosi	16
2.1.4 Keputusan Pembeli	17
2.2 Penelitian Terdahulu Yang Relevan	20
2.3 Kerangka Berfikir	23
2.3.1 Kerangka Pemikiran Teoritis.....	23
2.3.2 Penjelasan Kerangka Berpikir	24
2.4 Hipotesis Penelitian	28
BAB III METODE PENELITIAN	30
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian	30
3.1.1 Tempat Penelitian	30
3.1.2 Waktu Penelitian.....	30

3.2	Sumber dan Teknik Pengumpulan Data	31
3.2.1	Sumber Data.....	31
3.2.2	Teknik Pengumpulan Data	32
3.3	Populasi, Sampel dan Sampling	35
3.3.1	Populasi.....	35
3.3.2	Sampel	36
3.3.3	Sampling	37
3.4	Rancangan Penelitian.....	38
3.5	Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel.....	40
3.5.1	Variabel Penelitian	40
3.5.2	Definisi Operasional Variabel	41
3.6	Instrumen Penelitian	45
3.6.1	Uji Instrumen.....	46
3.7	Teknik Analisis Data	47
3.7.1	Analisis Statistik Deskriptif.....	48
3.7.2	Uji Asumsi Klasik.....	48
3.7.3	Analisis Regresi Linear Berganda	49
3.7.4	Uji Hipotesis.....	50
3.7.5	Interpretasi Hasil.....	52
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	54
4.1	Hasil Penelitian.....	54
4.1.1	Sejarah Singkat.....	54
4.1.2	Visi dan Misi	55
4.1.3	Struktur Organisasi	56
4.2	Karakteristik Responden	56
4.3	Hasil Uji Instrumen.....	58
4.3.1	Hasil Uji Validitas	58
4.3.2	Hasil Uji Reliabilitas.....	63
4.4	Hasil Teknik Analisis Data	64

4.4.1 Analisis statistik deskriptif	64
4.4.2 Hasil Uji Asumsi Klasik	65
4.5 Hasil Metode Analisis Data	70
4.5.1 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
4.5.2 Hasil Analisis Koefisien Korelasi (r)	73
4.5.3 Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	75
4.6 Hasil Uji Hipotesis.....	76
4.6.1 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	76
4.6.2 Hasil Uji Parsial (Uji t)	77
4.7 Pembahasan.....	80
4.7.1 Pengaruh Inovasi Layanan terhadap Keputusan Pembeli	80
4.7.2 Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Keputusan Pembeli.....	81
4.7.3 Pengaruh Promosi terhadap Keputusan Pembeli.....	82
4.7.4 Pengaruh Inovasi Layanan, Lokasi Usaha, dan Promosi terhadap Keputusan Pembeli	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	85
5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran	86
DAFTAR PUSTAKA	88
KUESIONER PENELITIAN.....	92

DAFTAR TABEL

Tabel :

2.1 Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	21
3.1 Jadwal Penelitian.....	30
3.2 Populasi Pelanggan Jasa Laundry Super Fresh (6 Cabang).....	35
3.3 Definisi Operasional Variabel.....	41
3.4 Skala Likert Pengukuran.....	45
4.2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Usia	57
4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
4.4 Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi Internal (X_1).....	59
4.5 Hasil Uji Validitas Lokasi Usaha (X_2)	60
4.6 Hasil Uji Validitas Promosi (X_3)	61
4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembeli (Y).....	62
4.8 Hasil Uji Reliabilitas	63
4.9 Hasil Uji Statistik Deskriptif	64
4.10 Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	66
4.11 Hasil Uji Multikolinearitas.....	68
4.12 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	71
4.13 Hasil Analisis Koefisien Korelasi.....	73
4.14 Hasil Analisis Koefisien Koefisien Determinasi (R^2).....	75
4.15 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	76
4.16 Hasil Uji Parsial (Uji t).....	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar :

2.1 Kerangka Berpikir	23
4.1 Hasil Uji Normalitas P-Plot	67
4.2 Hasil Uji Heteoskedasitas	70

ABSTRAK

Muhammad Ronny Setiawan, Pengaruh Inovasi Layanan, Lokasi Usaha dan Promosi Terhadap Keputusan Pembeli Jasa Laundry Super Fresh (Studi Kasus 6 Cabang). Dibawah Bimbingan Bapak Muhammad Ridwan SE, M.M. Dan Ibu Hj Syahyuni SE, M.M.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh inovasi layanan, lokasi usaha, dan promosi terhadap keputusan pembeli jasa Laundry Super Fresh pada enam cabang di Kota Palembang. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin ketatnya persaingan usaha jasa laundry sehingga diperlukan strategi yang tepat untuk meningkatkan keputusan pembeli melalui inovasi layanan, lokasi usaha yang strategis, serta promosi yang efektif.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif. Populasi penelitian adalah pelanggan Laundry Super Fresh pada enam cabang, sedangkan pengambilan sampel menggunakan teknik **Simple Random Sampling** dengan jumlah responden sebanyak **92 orang**. Data diperoleh melalui penyebaran kuesioner menggunakan skala Likert dan dianalisis menggunakan bantuan program **IBM SPSS** melalui uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji koefisien determinasi (R^2), uji simultan (Uji F), dan uji parsial (Uji t).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan inovasi layanan, lokasi usaha, dan promosi berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembeli jasa Laundry Super Fresh. Secara parsial, inovasi layanan dan lokasi usaha berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembeli, sedangkan promosi tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembeli. Variabel yang memiliki pengaruh paling dominan adalah **lokasi usaha**, sehingga kemudahan akses dan letak yang strategis menjadi pertimbangan utama konsumen dalam memilih jasa Laundry Super Fresh.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, disarankan agar Laundry Super Fresh terus meningkatkan inovasi layanan dan mempertahankan keunggulan lokasi usahanya. Selain itu, strategi promosi perlu dievaluasi dan disesuaikan dengan karakteristik konsumen agar lebih efektif dalam meningkatkan keputusan pembeli.

Kata Kunci: Inovasi Layanan, Lokasi Usaha, Promosi, Keputusan Pembeli, Laundry Super Fresh.

ABSTRACT

Muhammad Ronny Setiawan. *The Influence of Service Innovation, Business Location, and Promotion on Customers' Purchasing Decisions at Laundry Super Fresh (A Case Study of Six Branches)*. Supervised by Mr. Muhammad Ridwan, S.E., M.M. and Mrs. Hj. Syahyuni, S.E., M.M.

This study aims to analyze and examine the influence of service innovation, business location, and promotion on customers' purchasing decisions at Laundry Super Fresh across six branches in Palembang City. The study was motivated by the increasingly intense competition in the laundry service industry, which requires appropriate strategies to improve customers' purchasing decisions through service innovation, strategic business locations, and effective promotional activities.

*This research employed a quantitative method with an associative approach. The research population consisted of customers of Laundry Super Fresh from six branches, while the sample was selected using the **Simple Random Sampling** technique with a total of **92 respondents**. Data were collected through questionnaires using a Likert scale and analyzed using **IBM SPSS** software. The analytical methods included validity testing, reliability testing, classical assumption tests, multiple linear regression analysis, coefficient of determination (R^2), simultaneous significance test (F -test), and partial significance test (t -test).*

*The results indicate that service innovation, business location, and promotion simultaneously have a significant influence on customers' purchasing decisions at Laundry Super Fresh. Partially, service innovation and business location have a positive and significant effect on purchasing decisions, whereas promotion does not have a significant effect on purchasing decisions. The most dominant variable influencing purchasing decisions is **business location**, indicating that accessibility and a strategic location are the primary considerations for customers when choosing Laundry Super Fresh services.*

Based on the findings, it is recommended that Laundry Super Fresh continue to improve its service innovation and maintain the advantages of its business locations. In addition, promotional strategies should be evaluated and adjusted to align with customer characteristics in order to more effectively enhance customers' purchasing decisions.

Keywords: Service Innovation, Business Location, Promotion, Purchasing Decision, Laundry Super Fresh.

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Muhammad Ronny Setiwan lahir di Muara Bungo Pada tanggal 15 Oktober 2000, merupakan anak ketiga dari empat bersaudara dari Bapak Unsyah Syahri dan Ibu Tuti Kurniasih. Adapun riwayat pendidikan, yaitu pada tahun 2012 lulus dari SD Negeri 62 Palembang, dan selanjutnya menyelesaikan pendidikan sekolah menengah pertama pada tahun 2015 di SMP Bina Warga Palembang, dan selanjutnya menyelesaikan sekolah menengah atas pada tahun 2018 di Man 2 Palembang. Setelah itu melanjutkan Pendidikan Diploma D-3 Di Politeknik Negeri Sriwijaya dengan Jurusan Administrasi Bisnis dan lulus pada tahun 2021, penulis melanjutkan pendidikannya di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Tridinanti.

Palembang, Juli 2026

Muhammad Ronny Setiawan

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan sektor usaha jasa di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, terutama pada sektor Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). UMKM memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan ekonomi nasional karena mampu menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat perekonomian daerah. Salah satu usaha jasa yang terus berkembang dan banyak diminati masyarakat adalah usaha jasa laundry.

Perubahan gaya hidup masyarakat modern yang semakin praktis, cepat, dan efisien menjadi salah satu faktor utama meningkatnya kebutuhan terhadap jasa laundry. Kesibukan masyarakat dalam bekerja, belajar, maupun menjalankan aktivitas sehari-hari membuat sebagian besar masyarakat tidak memiliki cukup waktu untuk mencuci dan merawat pakaian sendiri. Kondisi tersebut menciptakan peluang besar bagi pelaku usaha laundry untuk terus berkembang dan meningkatkan kualitas pelayanannya agar mampu memenuhi kebutuhan konsumen.

Persaingan usaha laundry yang semakin ketat menuntut setiap pelaku usaha untuk memiliki strategi yang tepat agar mampu bertahan dan memenangkan persaingan. Perusahaan tidak hanya dituntut menyediakan layanan yang baik, tetapi juga harus mampu menciptakan keunggulan kompetitif melalui inovasi layanan, pemilihan lokasi usaha yang strategis,

serta promosi yang efektif. Ketiga faktor tersebut menjadi bagian penting dalam memengaruhi keputusan pembeli dalam menggunakan jasa laundry.

Keputusan pembeli merupakan suatu proses yang dilakukan konsumen sebelum memutuskan untuk membeli atau menggunakan suatu produk maupun jasa. Dalam proses tersebut, konsumen akan mempertimbangkan berbagai faktor seperti kualitas pelayanan, kemudahan akses lokasi, harga, promosi, dan kenyamanan yang diberikan oleh perusahaan. Semakin baik strategi yang diterapkan perusahaan, maka semakin besar kemungkinan konsumen memutuskan untuk menggunakan jasa yang ditawarkan.

Salah satu faktor yang dapat memengaruhi keputusan pembeli adalah inovasi layanan. Inovasi layanan merupakan upaya perusahaan dalam menciptakan pembaruan layanan untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan. Menurut Kotler dan Keller (2016), inovasi layanan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan keunggulan bersaing bagi perusahaan. Dalam usaha jasa laundry, inovasi layanan sangat penting karena konsumen cenderung memilih jasa laundry yang mampu memberikan pelayanan cepat, praktis, dan berkualitas.

Laundry Super Fresh sebagai salah satu usaha jasa laundry di Kota Palembang telah melakukan berbagai inovasi layanan untuk menarik minat konsumen, seperti layanan antar jemput pakaian, layanan express, sistem pembayaran digital, program membership, serta layanan tambahan seperti pencucian sepatu, helm, karpet, dan boneka. Inovasi tersebut dilakukan untuk memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi pelanggan sehingga dapat

meningkatkan keputusan konsumen dalam menggunakan jasa Laundry Super Fresh.

Selain inovasi layanan, lokasi usaha juga menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan pembeli. Lokasi usaha merupakan tempat perusahaan menjalankan aktivitas bisnisnya dan menjadi salah satu pertimbangan konsumen dalam memilih jasa yang akan digunakan. Lokasi yang strategis, mudah dijangkau, dekat dengan pemukiman penduduk, kampus, maupun pusat aktivitas masyarakat akan memberikan kemudahan bagi konsumen untuk menggunakan jasa laundry. Sebaliknya, lokasi yang sulit dijangkau dapat mengurangi minat konsumen dalam menggunakan jasa tersebut.

Menurut Tjiptono (2019), lokasi usaha yang strategis dapat memberikan kemudahan akses bagi konsumen sehingga meningkatkan peluang terjadinya keputusan pembelian. Oleh karena itu, pemilihan lokasi usaha menjadi salah satu strategi penting bagi pelaku usaha laundry untuk menarik konsumen dan meningkatkan jumlah pelanggan.

Faktor lain yang turut memengaruhi keputusan pembeli adalah promosi. Promosi merupakan kegiatan komunikasi pemasaran yang bertujuan untuk memperkenalkan, membujuk, dan mengingatkan konsumen terhadap produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan. Promosi yang menarik dan tepat sasaran dapat meningkatkan minat konsumen untuk menggunakan jasa yang ditawarkan.

Dalam menghadapi persaingan bisnis yang semakin berkembang, Laundry Super Fresh melakukan berbagai bentuk promosi, seperti pemberian

diskon, paket hemat keluarga, promo mahasiswa, cashback, serta promosi melalui media sosial seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, dan TikTok. Strategi promosi tersebut dilakukan untuk meningkatkan daya tarik konsumen serta membangun kesadaran masyarakat terhadap jasa Laundry Super Fresh.

Keputusan pembeli dalam menggunakan jasa laundry dipengaruhi oleh bagaimana perusahaan mampu memberikan pelayanan yang inovatif, lokasi yang mudah dijangkau, dan promosi yang menarik. Jika ketiga faktor tersebut dapat diterapkan dengan baik, maka akan meningkatkan minat dan keputusan konsumen dalam memilih jasa Laundry Super Fresh dibandingkan usaha laundry lainnya.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul:

**“PENGARUH INOVASI LAYANAN, LOKASI USAHA DAN
PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI JASA LAUNDRY
SUPER FRESH”**

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah inovasi layanan, lokasi usaha, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembeli usaha jasa Laundry Super Fresh?
2. Apakah inovasi layanan berpengaruh terhadap keputusan pembeli usaha jasa Laundry Super Fresh?

3. Apakah lokasi usaha berpengaruh terhadap keputusan pembeli usaha jasa Laundry Super Fresh?
4. Apakah promosi berpengaruh terhadap keputusan pembeli usaha jasa Laundry Super Fresh?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk Menganalisis, Membuktikan,serta Mengetahui:

1. Pengaruh inovasi layanan, lokasi usaha, dan promosi terhadap keputusan pembeli usaha jasa Laundry Super Fresh.
2. Pengaruh inovasi layanan terhadap keputusan pembeli usaha jasa Laundry Super Fresh.
3. Pengaruh lokasi usaha terhadap keputusan pembeli usaha jasa Laundry Super Fresh.
4. Pengaruh promosi terhadap keputusan pembeli usaha jasa Laundry Super Fresh.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu manajemen, khususnya dalam bidang manajemen pemasaran jasa terkait faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembeli usaha. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran dan manajemen operasional jasa. Secara teoritis, hasil

penelitian ini dapat memperkaya kajian mengenai pengaruh inovasi layanan, lokasi usaha, dan promosi terhadap keputusan pembeli, terutama pada sektor jasa laundry.

Selain itu, penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi referensi atau bahan rujukan bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan strategi peningkatan kinerja usaha jasa. Temuan dalam penelitian ini dapat memperkuat atau mengembangkan teori-teori yang berkaitan dengan perilaku konsumen, bauran pemasaran (marketing mix), serta strategi bisnis dalam meningkatkan pendapatan usaha.

Lebih lanjut, penelitian ini dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai hubungan antara variabel inovasi layanan, lokasi usaha, dan promosi dalam memengaruhi keputusan pembeli, sehingga dapat menjadi dasar dalam pengembangan model penelitian yang relevan di masa mendatang.

1.4.2 Manfaat Praktis

1. Bagi Pemilik Usaha Laundry Super Fresh

Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan pertimbangan dalam pengambilan keputusan strategis, khususnya dalam meningkatkan keputusan pembeli melalui inovasi layanan, pemilihan lokasi usaha yang tepat, serta strategi promosi yang efektif di setiap cabang.

2. Bagi Manajemen dan Karyawan

Penelitian ini dapat memberikan pemahaman mengenai pentingnya peningkatan kualitas layanan dan inovasi dalam operasional sehari-hari,

sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan berdampak pada peningkatan pendapatan usaha.

3. Bagi Pelaku Usaha Sejenis

Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi atau acuan bagi pelaku usaha jasa laundry lainnya dalam mengembangkan strategi bisnis, terutama dalam aspek inovasi layanan, penentuan lokasi, dan kegiatan promosi untuk meningkatkan keputusan pembeli.

4. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan perbandingan bagi peneliti lain yang ingin mengkaji topik serupa, serta dapat dikembangkan lebih lanjut dengan variabel atau objek penelitian yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. (2018). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Sofjan. 2020. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta: Rajawali Pers.
- Badan Pusat Statistik (BPS). 2023. **Perkembangan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah di Indonesia**. Jakarta: BPS.
- Cakrawala. 2024. **Pengertian Omset dan Cara Menghitungnya dalam Bisnis**. Jakarta: Cakrawala Media.
- Dayat, A., dkk. 2023. **Inovasi Layanan dalam Meningkatkan Daya Saing Usaha**. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Firdaus, M., & Cahyana, R. 2024. “Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Peningkatan Pendapatan Usaha”. **Jurnal Manajemen Bisnis**, Vol. 12(1), hlm. 1–15.
- Fitriyani, R., dkk. 2019. **Manajemen Pemasaran dan Strategi Lokasi Usaha**. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, I. (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, I., & Kusumadewi. (2023). *Analisis Data Penelitian dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2023. **Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gustafsson, A., Snyder, H., & Witell, L. 2020. “Service Innovation: A New Conceptualization and Path Forward”. **Journal of Service Management**, hlm. 1–10.
- Gustia, R., dkk. 2024. “Pengaruh Inovasi Layanan terhadap Kinerja Perusahaan”. **Jurnal Ekonomi dan Bisnis**, Vol. 15(2), hlm. 1080–1090.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2020). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). United Kingdom: Cengage Learning.
- Hamidin, D., dkk. 2024. “Pengaruh Inovasi Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan”. **Jurnal Ilmu Manajemen**, Vol. 10(1), hlm. 1–10.

- Hidayat, R., & Zuliarni, S. 2014. “Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”. **Jurnal Ekonomi**, Vol. 22(1), hlm. 1–10.
- Husda, N. E., et al. (2023). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2023). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Iba, Z., & Wardhana, A. (2024). *Metodologi Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Junianti, & Reza. (2025). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Salemba Empat.
- Jurnal.id. 2026. **Pengertian Omset dan Cara Meningkatkan dalam Bisnis**. Diakses dari: <https://www.jurnal.id>
- Jurnal.id. 2026. **Pengertian Omset dan Cara Meningkatkan dalam Bisnis**. Diakses dari: <https://www.jurnal.id>
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. 2022. **Perkembangan Data UMKM di Indonesia**. Jakarta: Kemenkop UKM.
- Khaeruman, & Saefullah. 2018. **Manajemen Pemasaran**. Bandung: Pustaka Setia.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., & Keller, K. L. 2016. **Manajemen Pemasaran**. Edisi 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2021. **Manajemen Pemasaran**. Edisi 16. Jakarta: Erlangga.
- Lestari, D., dkk. 2024. “Pengaruh Inovasi dan Promosi terhadap Kinerja Usaha”. **Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan**, Vol. 9(2), hlm. 210–218.
- Lupiyoadi, Rambat. 2020. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Jakarta: Salemba Empat.
- Pratama, A. 2021. “Pengaruh Inovasi Layanan terhadap Peningkatan Omset UMKM”. **Jurnal Ekonomi Kreatif**, Vol. 5(1), hlm. 45–52.
- Ramadhan, F., & Putri, S. 2024. “Pengaruh Lokasi dan Strategi Pemasaran terhadap Pendapatan Usaha”. **Jurnal Manajemen**, Vol. 11(3), hlm. 300–308.

Sari, N., & Wijaya, T. 2022. “Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Keberhasilan Usaha Mikro”. **Jurnal Ekonomi dan Bisnis**, Vol. 8(2), hlm. 88–95.

Sari, R., dkk. 2024. “Inovasi Layanan dan Peningkatan Kualitas Pelayanan”. **Jurnal Manajemen Modern**, Vol. 14(3), hlm. 1340–1350.

Schymanietz, M., Jonas, J. M., & Möslin, K. M. 2022. “Service Innovation: Conceptualization and Implications”. **Journal of Service Research**, hlm. 1160–1175.

Setiawan. (2021). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Siagian, H. 2025. “Pengaruh Inovasi terhadap Keunggulan Bersaing Perusahaan”. **Jurnal Manajemen Strategi**, Vol. 13(1), hlm. 1–10.

Simanjuntak, M., & Wasiman. 2025. “Pengaruh Lokasi Usaha terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”. **Jurnal Ekonomi**, Vol. 12(1), hlm. 1–10.

Stanton, W. J. 2018. **Prinsip Pemasaran**. Jakarta: Erlangga.

Sucahyo, B. 2022. “Pengaruh Inovasi Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan”. **Jurnal Manajemen dan Bisnis**, Vol. 9(1), hlm. 80–90.

Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2023). *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2022. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2023. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D**. Bandung: Alfabeta.

Tjiptono, Fandy. 2019. **Strategi Pemasaran**. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, Fandy. 2019. **Strategi Pemasaran**. Yogyakarta: Andi Offset.

Umar, Husein. 2020. **Studi Kelayakan Bisnis**. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Yurni. (2023). *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Kencana.

Yurni. 2023. **Metode Penelitian Pendidikan**. Jakarta: Kencana.

Zainuri, H., et al. (2024). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Deepublish.

