

BAB V

ANALISA

Pada bab ini akan dijelaskan secara terstruktur dan runtut mengenai tahapan dan hasil analisa pada penelitian ini sesuai dengan runtutan sasaran. Pada analisa pertama bertujuan untuk mengetahui titik persebaran lokasi usaha *laundry* akan digunakan metode analisa *photo mapping* untuk selanjutnya dilakukan analisa *buffer*. Untuk mengetahui sasaran kedua dengan tujuan mengidentifikasi pola pergerakan konsumen *laundry self service* dan *pick up delivery* akan digunakan metode analisa index moran dan analisa deskriptif.

1.1 Identifikasi Persebaran dan Skala Pelayanan *Laundry* secara Spasial

Pada sub-bab ini pembahasan di detilkan menjadi 2 bahasan diantaranya adalah persebaran *laundry* dan skala pelayanan *laundry*.

Persebaran *Laundry Self Service* dan *Pick Up Delivery*

Seperti yang telah dijelaskan pada sub-bab metode analisa bahwa *photo mapping* merupakan analisa dengan cara pemetaan dengan menggunakan foto yang dapat menggambarkan potensi atau masalah, maka tahapan yang dilakukan peneliti pada analisa ini adalah :

1. Survey primer kondisi eksisting titik lokasi *laundry* di Kelurahan Sumbersari.
2. Memberikan tanda titik dengan alat bantu survey yaitu Avenza Map pada peta sesuai dengan lokasi eksisting.
3. Melakukan identifikasi jenis jasa *laundry*.
 - a. Jenis *laundry self service*
 - Terdapat mesin cuci, mesin pengering, meja lipat baju dan parfum baju untuk digunakan konsumen.
 - Konsumen datang menuju tempat *laundry*.
 - Membayar dengan cash atau kode QR.
 - Memasukkan baju ke mesin cuci, memindahkan baju ke mesin pengering dan melipat baju.
 - b. Jenis *laundry pick up delivery*
 - *Laundry* dijemput
 - Menyepakati lama *laundry* dilakukan penyedia jasa

- Cuci, kering dan setrika oleh penyedia jasa
 - Diantar kembali kepada konsumen
 - Pembayaran *laundry* oleh konsumen dengan uang cash
4. Menambahkan keterangan dan foto pada saat survey dengan menggunakan aplikasi Avenza Map.
 5. Memetakan hasil titik lokasi dan menambahkan foto pada peta dengan menggunakan alat bantu ArcGis.
 6. Memberikan deskripsi mengenai persebaran titik lokasi *laundry*.

Dari hasil identifikasi dan analisa photo mapping dapat diketahui bahwa lokasi *laundry* tersebar pada beberapa titik, diketahui pula bahwa terdapat 8 unit jenis usaha *laundry self service* dan 9 unit jenis usaha *laundry pick up delivery*. Lokasi-lokasi *laundry* terdapat pada pinggir jalan utama seperti Jl. Sigura-gura hal ini demi kemudahan para konsumen untuk menjangkau lokasi *laundry*. Untuk lebih detilnya mengenai lokasi-lokasi *laundry self service* dan *pick up delivery* dapat dilihat pada tabel dan peta lokasi *laundry self service* dan *pick up delivery*.

Tabel 5. 1 Tabel Lokasi *Laundry Self Service* Kelurahan Sumpersari


No	Nama	Alamat	Foto
1	Alisha <i>Laundry</i>	Jl. Sigura - Gura No.39b, Kelurahan Sumpersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur	
2	Bubble <i>Laundry</i>	Jl. Bend. Sengguruh, Kelurahan Sumpersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur	





No	Nama	Alamat	Foto
3	Meta <i>Laundry</i>	Jl. Bendungan Sigura-gura, Jl. Bend. Bening No.Samping, Kota Malang, Jawa Timur	
4	<i>Happy Cuci Laundry</i>	Jl. Bendungan Sigura Gura 18, Jl. Bend. Bening No.Samping, Kota Malang, Jawa Timur	
5	Eltita <i>Digital Laundry</i>	Jl. Sigura - Gura No.4, Sumpersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur	
6	<i>The Daily Wash Laundry</i>	Jl. Sigura - Gura No.7, Sumpersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur	

No	Nama	Alamat	Foto
7	Lawndre Laundry	Jl. Sigura - Gura No.3A, Sumbersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur	
8	Laundry Room	Jl. Bendungan Sutami No.18, Sumbersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur	

Sumber: Survey Primer 2023

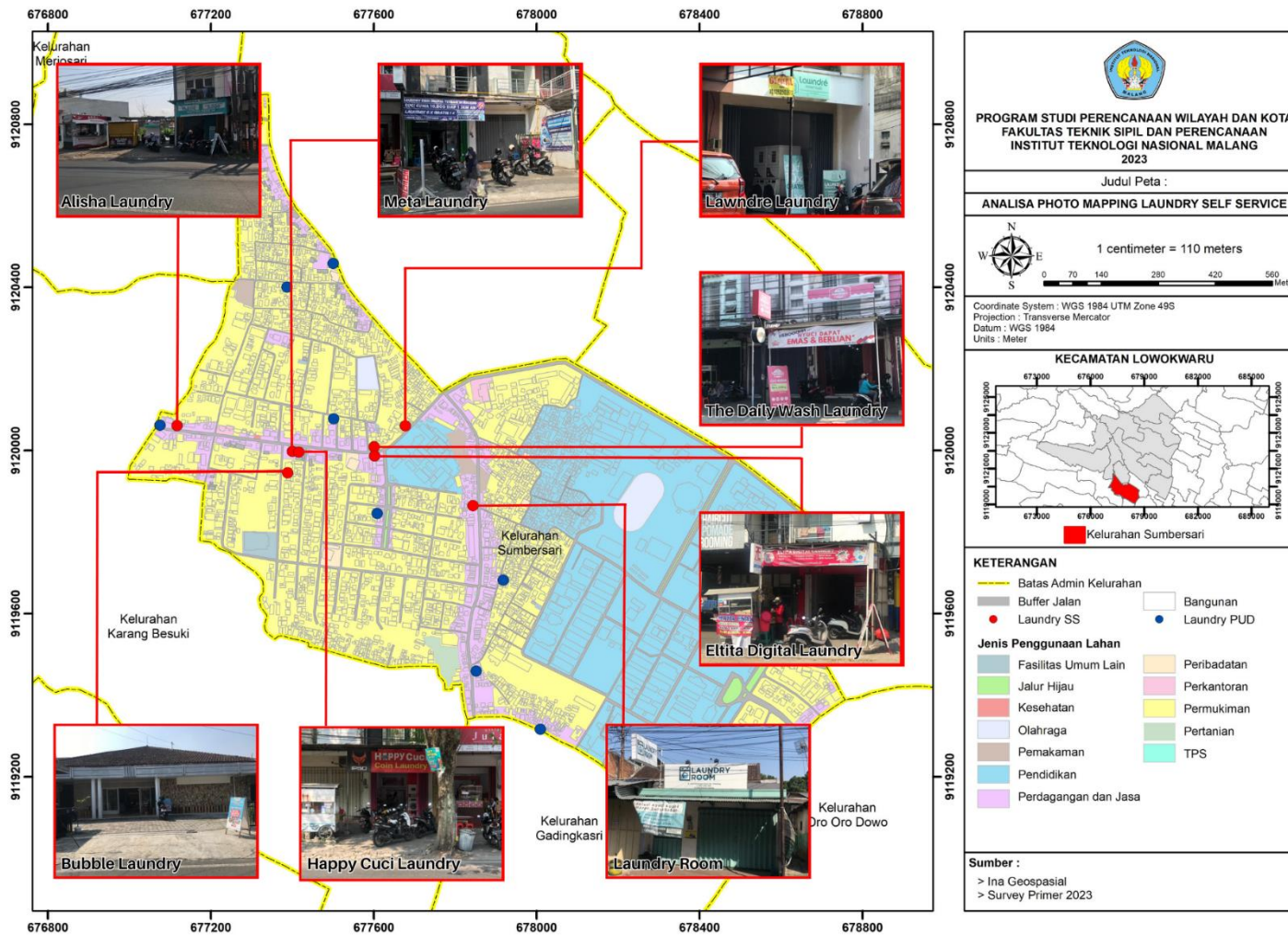
Tabel 5. 2 Tabel Lokasi Laundry Pick Up Delivery Kelurahan Sumbersari

No	Nama	Alamat	Foto
1	New Star Wash Laundry	Jl. Sigura - Gura, Sumbersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur	

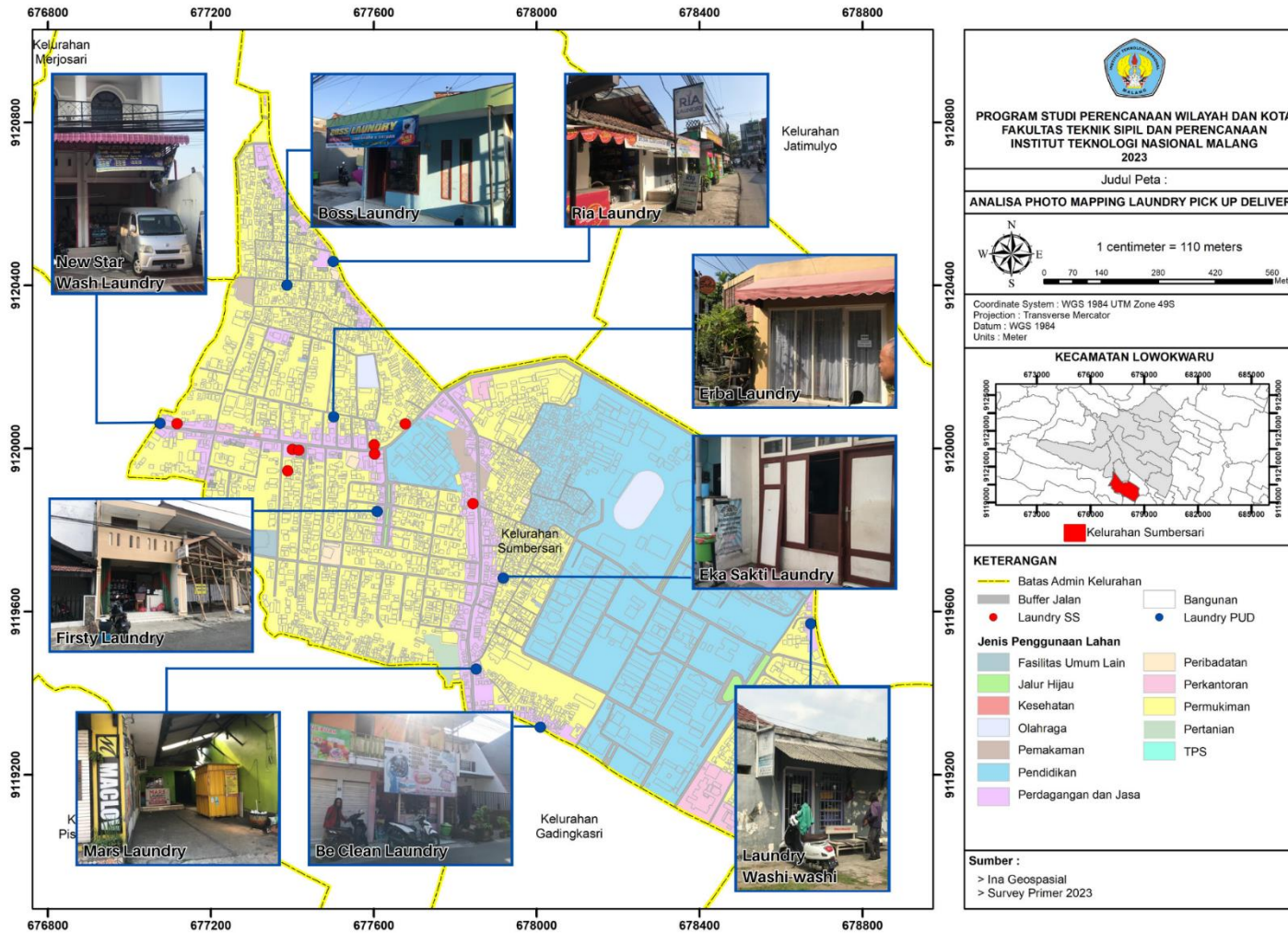
No	Nama	Alamat	Foto
2	<i>Boss Laundry</i>	Jl. Sumbersari III, Sumbersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur	
3	<i>Ria Laundry</i>	Jl. Raya Sumbersari No.82, Sumbersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur	
4	<i>Erba Laundry</i>	Jl. Sigura-gura III, Sumbersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur	
5	<i>Firsty Laundry</i>	Jl. Bendungan Kedung Ombo, Sumbersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur	

No	Nama	Alamat	Foto
6	Eka Sakti <i>Laundry</i>	Jl. Sumpersari Gg. 7 No.24, RT.05/RW.03, Pilang, Sumpersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur	
7	Mars <i>Laundry</i>	Jl. Bendungan Sutami No.38, Sumpersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur	
8	<i>Be Clean Laundry</i>	Jl. Bondowoso, Kelurahan Sumpersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur	
9	<i>Laundry Washi-washi</i>	Jl. Bogor, Kelurahan Sumpersari, Kec. Lowokwaru, Kota Malang, Jawa Timur	

Sumber: Survey Primer 2023



Peta 5. 1 Analisa Photo Mapping Laundry Self Service



Peta 5.2 Analisa Photo Mapping Laundry Pick Up Delivery

Titik Berangkat dan Jalur yang Dilalui Konsumen *Laundry Self Service* dan *Pick Up Delivery*

Analisa yang digunakan untuk menjawab sasaran kali ini adalah analisa *buffer* dengan menggunakan alat analisa ArcGis. Input data yang digunakan selain titik persebaran *laundry* yang telah dijelaskan pada sub-bab sebelumnya adalah data titik awal konsumen bergerak atau titik tempat tinggal konsumen *laundry*.

Untuk melihat jangkauan skala pelayanan konsumen laundry perlu diketahui titik tempat tinggal dan jalur yang dilalui konsumen untuk menuju tempat laundry. Dapat diketahui bahwa untuk kegiatan *laundry* baik *self service* maupun *pick up delivery* ternyata juga terdapat konsumen yang berangkat dari luar Kelurahan Sumbersari. Untuk lokasi tinggal konsumen terjauh bahkan terdapat pada Kelurahan Landungsari, Kelurahan Tlogomas, Kelurahan Mojolangu, Kelurahan Jatimulyo, Kelurahan Ketawanggede, Kelurahan Penanggungan, dan Kelurahan Bareng. Konsumen *laundry* dari luar Kelurahan Sumbersari diketahui cenderung melalui jalan utama seperti Jalan Sigura-gura sedangkan konsumen yang berasal dari dalam Kelurahan Sumbersari selain melalui jalan utama juga melalui jalan-jalan kecil seperti Jalan Sigura-gura 5 yang dapat dilihat pada peta jalur yang dilalui konsumen *Pick Up Delivery* dan *Self Service*. Untuk mempermudah pengkodean pada peta dan keterangannya pada tabel maka dibuatlah kode berikut :

A = Tempat Tinggal B = Toko / Minimarket
C = *Laundry* D = Warung Makan / PKL

Tabel 5. 3 Titik Rute Perjalanan

No	Kode	Jenis <i>Laundry</i>	Titik Rute Perjalanan	Panjang Jalur Tempuh (m)
1	SS1	<i>Self Service</i>	A Jl. Sigura - Gura No.5	250,01
			B Toko Firzan	
			C Meta <i>Laundry</i>	
2	PUD1	<i>Pick Up Delivery</i>	A Jl. Kerto Rahayu Dalam,	1.171,29
			C Boss <i>Laundry</i>	
3	SS2	<i>Self Service</i>	A Gg. I No.14	523,40
			C Meta <i>Laundry</i>	
4	SS3	<i>Self Service</i>	A Gg. I No.15	535,57
			C Meta <i>Laundry</i>	
5	SS4	<i>Self Service</i>	A Jl. Sigura - Gura No.5	322,02
			C Meta <i>Laundry</i>	
			D Dapoer Cobek, Sumbersari	
6	SS5	<i>Self Service</i>	A Dieng <i>Town House</i> , Jalan Dieng, Gading Kasri	3.357,13

No	Kode	Jenis Laundry	Titik Rute Perjalanan	Panjang Jalur Tempuh (m)
			C <i>Meta Laundry</i>	
			D Terang Bulan Imut A.A, Jalan Sigura - Gura	
			D Warteg Sari Rasa 24 Jam, Jalan Bendungan Sutami	
7	SS6	<i>Self Service</i>	A Jl. Sumbersari Gg. 4, Sumbersari	854,42
			B Metro Swalayan, Jalan Sigura - Gura	
			C <i>Meta Laundry</i>	
8	SS7	<i>Self Service</i>	A Jl. Raya Sumbersari No.287, Ketawanggede	840,21
			C <i>Meta Laundry</i>	
			D Roti Bakar & kukus Dolaris, Jalan Sigura - Gura	
9	SS8	<i>Self Service</i>	A Perum. Griya Sejahtera Permai, Jalan Tirto Mulyo	3.929,22
			B Toko Firzan	
			C <i>Meta Laundry</i>	
10	SS9	<i>Self Service</i>	A Perum. Griya Sejahtera Permai, Jalan Tirto Mulyo	3.929,22
			B Toko Firzan	
			C <i>Meta Laundry</i>	
11	SS10	<i>Self Service</i>	A Jl. Sigura - Gura No.5	250,01
			B Toko Firzan	
			C <i>Meta Laundry</i>	
12	SS11	<i>Self Service</i>	A Jl. Sigura - Gura No.5	250,01
			B Toko Firzan	
			C <i>Meta Laundry</i>	
13	PUD2	<i>Pick Up Delivery</i>	A Rania Stay (Kos Eksekutif), Jalan Simpang Gajayana, Dinoyo	1.260,45
			C Boss Laundry	
14	PUD3	<i>Pick Up Delivery</i>	A Rania Stay (Kos Eksekutif), Jalan Simpang Gajayana, Dinoyo	1.260,45
			C Boss Laundry	
15	PUD4	<i>Pick Up Delivery</i>	A Rania Stay (Kos Eksekutif), Jalan Simpang Gajayana, Dinoyo	1.140,15
			C Ria Laundry	
16	PUD5	<i>Pick Up Delivery</i>	A Rania Stay (Kos Eksekutif), Jalan Simpang Gajayana, Dinoyo	1.140,15
			C Ria Laundry	
17	SS12	<i>Self Service</i>	A Bendungan Sigura Gura II A3, Jalan Sigura-gura II	1.082,30
			D Metallicafe	
			C <i>Meta Laundry</i>	
18	SS13	<i>Self Service</i>	A Jl. Sigura - Gura No.1e	246,80
			D Ayam Gepuk Pak Gembus Sigura-gura	
			C <i>Daily Wash Laundry</i>	
19	SS14	<i>Self Service</i>	A Jl. Tlogosari, Tlogomas	2.987,25

No	Kode	Jenis Laundry	Titik Rute Perjalanan	Panjang Jalur Tempuh (m)
20	SS15	Self Service	C Meta Laundry	2.987,25
			A Jl. Tlogosari, Tlogomas	
			C Meta Laundry	
21	SS16	Self Service	A Jl. Bend. Tangga No.9	426,15
			C Meta Laundry	
			D Nasi Uduk & Lalapan Cak Bejo	
22	SS17	Self Service	A Jl. Bend. Tangga No.9	426,15
			C Meta Laundry	
			D Nasi Uduk & Lalapan Cak Bejo	
23	SS18	Self Service	A Jl. Bend. Tangga No.9	426,15
			C Meta Laundry	
			D Nasi Uduk & Lalapan Cak Bejo	
24	SS19	Self Service	A Jl. Bend. Tangga No.9	426,15
			C Meta Laundry	
			D Nasi Uduk & Lalapan Cak Bejo	
25	SS20	Self Service	A Rania Stay (Kos Eksekutif), Jalan Simpang Gajayana, Dinoyo	2.620,98
			B Toko Firzan	
			C Meta Laundry	
26	PUD6	Pick Up Delivery	A Rania Stay (Kos Eksekutif), Jalan Simpang Gajayana, Dinoyo	1.140,15
			C Ria Laundry	
27	SS21	Self Service	A Kos 19A, Jalan Sigura - Gura, Sumbersari	201,48
			B Toko Firzan	
			C Meta Laundry	
28	SS22	Self Service	A Jl. Dieng No.7	2.694,28
			B Toko Firzan	
			C Meta Laundry	
			D Sempol Crispy S, Jl. Bend. Bening	
29	SS23	Self service	A Jl. Sigura - Gura V No.8	216,41
			C Meta Laundry	
			D Roti Bakar & kukus Dolaris, Jalan Sigura - Gura	
			D Nasi Goreng Bang Juprek, Jalan Sigura - Gura V	
30	SS24	Self service	A Jl. Terusan Sigura-Gura	600,04
			C Eltita Digital Laundry	
31	SS25	Self service	A Jalan Sigura - Gura V No.7	109,79
			C Meta Laundry	
32	SS26	Self service	A Jl. Terusan Sigura-Gura	399,08
			C Meta Laundry	
33	SS27	Self service	A Jl. Simpang Gajayana No.618 A	2.627,40
			C Bubble Laundry	
34	SS28	Self service	A Perumahan Mutiara Sigura-gura	353,01
			C Daily Wash Laundry	
			B Metro Swalayan, Jalan Sigura - Gura	

No	Kode	Jenis Laundry	Titik Rute Perjalanan	Panjang Jalur Tempuh (m)
35	SS31	<i>Self service</i>	A Asrama Malaris Hulu Sungai Selatan	170,42
			D Pisang Keju 7 Rasa H Kadap, Sigura-gura	
			C <i>Happy Cuci Laundry</i>	
36	SS32	<i>Self service</i>	A Asrama Malaris Hulu Sungai Selatan	170,41
			D Pisang Keju 7 Rasa H Kadap, Sigura-gura	
			C <i>Happy Cuci Laundry</i>	
37	SS33	<i>Self service</i>	A Asrama Malaris Hulu Sungai Selatan	310,25
			D Indomaret	
			C <i>Happy Cuci Laundry</i>	
38	SS34	<i>Self service</i>	A Asrama Malaris Hulu Sungai Selatan	201,51
			B Nasi Uduk & Lalapan Cak Bejo	
			C <i>Happy Cuci Laundry</i>	
39	SS35	<i>Self service</i>	A Jalan Sigura-gura 2 No.5	377,39
			B Metro Swalayan, Jalan Sigura - Gura	
			C Eltita <i>Digital Laundry</i>	
40	SS36	<i>Self service</i>	A Asrama Malaris Hulu Sungai Selatan	170,42
			B Toko Firzan	
			D Pisang Keju 7 Rasa H Kadap, Sigura-gura	
			C <i>Happy Cuci Laundry</i>	
41	SS37	<i>Self service</i>	A Jalan Sigura-gura 2 No.5	344,22
			B Toko Firzan	
			C Eltita <i>Digital Laundry</i>	
42	SS38	<i>Self service</i>	A Jalan Sigura - Gura No.5	303,36
			C <i>Meta Laundry</i>	
			D Es Pisang ijo BaaRiigh, Jalan Sigura - Gura	
43	SS39	<i>Self service</i>	A Perumahan Mutiara Sigura-gura	252,08
			C Eltita <i>Digital Laundry</i>	
44	SS41	<i>Self service</i>	A Amanda	248,89
			C <i>Happy Cuci Laundry</i>	
			D Nasi Uduk & Lalapan Cak Bejo	
45	SS42	<i>Self service</i>	A Amanda	242,17
			B Eltita <i>Digital Laundry</i>	
46	SS43	<i>Self service</i>	A Amanda	427,58
			C <i>Daily Wash Laundry</i>	
			D Ayam Gepuk Pak Gembus Sigura-gura	
47	SS44	<i>Self service</i>	A Jalan Sigura-gura 2 No.5	344,22
			B Toko Firzan	
			C Eltita <i>Digital Laundry</i>	

No	Kode	Jenis Laundry	Titik Rute Perjalanan	Panjang Jalur Tempuh (m)
48	SS45	<i>Self service</i>	A Amanda	434,14
			B Metro Swalayan, Jalan Sigura - Gura	
			C <i>Daily Wash Laundry</i>	
49	SS46	<i>Self service</i>	A Jalan Sigura - Gura V	366,17
			D Nasi Goreng Bang Juprek, Jalan Sigura - Gura V	
			B Metro Swalayan, Jalan Sigura - Gura	
50	SS48	<i>Self service</i>	C <i>Eltita Digital Laundry</i>	188,90
			A Amanda	
			B Indomaret	
51	PUD7	<i>Pick up delivery</i>	C <i>Happy Cuci Laundry</i>	550,34
			A Jalan Sigura-gura 2 No.5	
			C <i>Boss Laundry</i>	
52	PUD8	<i>Pick up delivery</i>	A Rania Stay (Kos Eksekutif), Jalan Simpang Gajayana, Dinoyo	1.260,45
			C <i>Boss Laundry</i>	
			A Rania Stay (Kos Eksekutif), Jalan Simpang Gajayana, Dinoyo	
53	PUD9	<i>Pick up delivery</i>	C <i>Boss Laundry</i>	1.260,45
			A Rania Stay (Kos Eksekutif), Jalan Simpang Gajayana, Dinoyo	
			A Rania Stay (Kos Eksekutif), Jalan Simpang Gajayana, Dinoyo	
54	PUD10	<i>Pick up delivery</i>	C <i>Boss Laundry</i>	1.260,45
			A Rania Stay (Kos Eksekutif), Jalan Simpang Gajayana, Dinoyo	
			A Rania Stay (Kos Eksekutif), Jalan Simpang Gajayana, Dinoyo	
55	PUD11	<i>Pick up delivery</i>	C <i>Boss Laundry</i>	1.260,45
			A Rania Stay (Kos Eksekutif), Jalan Simpang Gajayana, Dinoyo	
			A Rania Stay (Kos Eksekutif), Jalan Simpang Gajayana, Dinoyo	
56	SS49	<i>Self service</i>	C <i>Happy Cuci Laundry</i>	266,68
			A Jalan Sigura - Gura No.5	
			A Jalan Terusan Ambarawa	
57	SS50	<i>Self service</i>	C <i>Bubble Laundry</i>	1.144,19
			A Jalan Sumbersari Gang IV-A	
			A Jalan Sumbersari Gang IV-A	
58	SS51	<i>Self service</i>	C <i>Meta Laundry</i>	1.200,35
			A Jalan Sigura-Gura I	
			A Jalan Sigura-Gura I	
59	SS52	<i>Self service</i>	C <i>Bubble Laundry</i>	376,85
			A Dinoyo	
			A Dinoyo	
60	SS53	<i>Self service</i>	C <i>Meta Laundry</i>	2.650,96
			D Dapoer Cobek, Sumbersari	
			B Toko Firzan	
61	PUD12	<i>Pick up delivery</i>	A Tlogomas	2.981,01
			C <i>Boss Laundry</i>	
			A Landungsari	
62	SS54	<i>Self service</i>	C <i>Daily Wash Laundry</i>	8.052,64
			D Ayam Gepuk Pak Gembus Sigura-gura	
			A Landungsari	
63	PUD13	<i>Pick up delivery</i>	A Yogi kost, Jalan Kembang Turi, RT.03/RW.04, Jatimulyo	3.020,57
			C <i>Ria Laundry</i>	
			A Yogi kost, Jalan Kembang Turi, RT.03/RW.04, Jatimulyo	

No	Kode	Jenis Laundry	Titik Rute Perjalanan	Panjang Jalur Tempuh (m)
64	PUD14	<i>Pick up delivery</i>	A Yogi kost, Jalan Kembang Turi, RT.03/RW.04, Jatimulyo	3.020,57
			C Ria Laundry	
65	PUD15	<i>Pick up delivery</i>	A Griya Shanta Eksekutif P 306, Jatimulyo	3.540,20
			C Ria Laundry	
66	PUD16	<i>Pick up delivery</i>	A Perumahan Griya Shanta, Jalan Puncak Borobudur, Ketani	4.465,02
			C Ria Laundry	
67	PUD17	<i>Pick up delivery</i>	A Yogi kost, Jalan Kembang Turi, RT.03/RW.04, Jatimulyo	3.020,57
			C Ria Laundry	
68	SS55	<i>Self service</i>	A Landungsari	8.052,64
			C Daily Wash Laundry	
			D Ayam Gepuk Pak Gembus Sigura-gura	
69	SS56	<i>Self service</i>	A Griya Shanta Eksekutif, Jalan Candi Jolotundo I, Jatimulyo	5.311,61
			C Daily Wash Laundry	
70	SS57	<i>Self service</i>	A Dinoyo	2.434,79
			C Daily Wash Laundry	
			B Metro Swalayan, Jalan Sigura - Gura	

Sumber: Analisa 2023

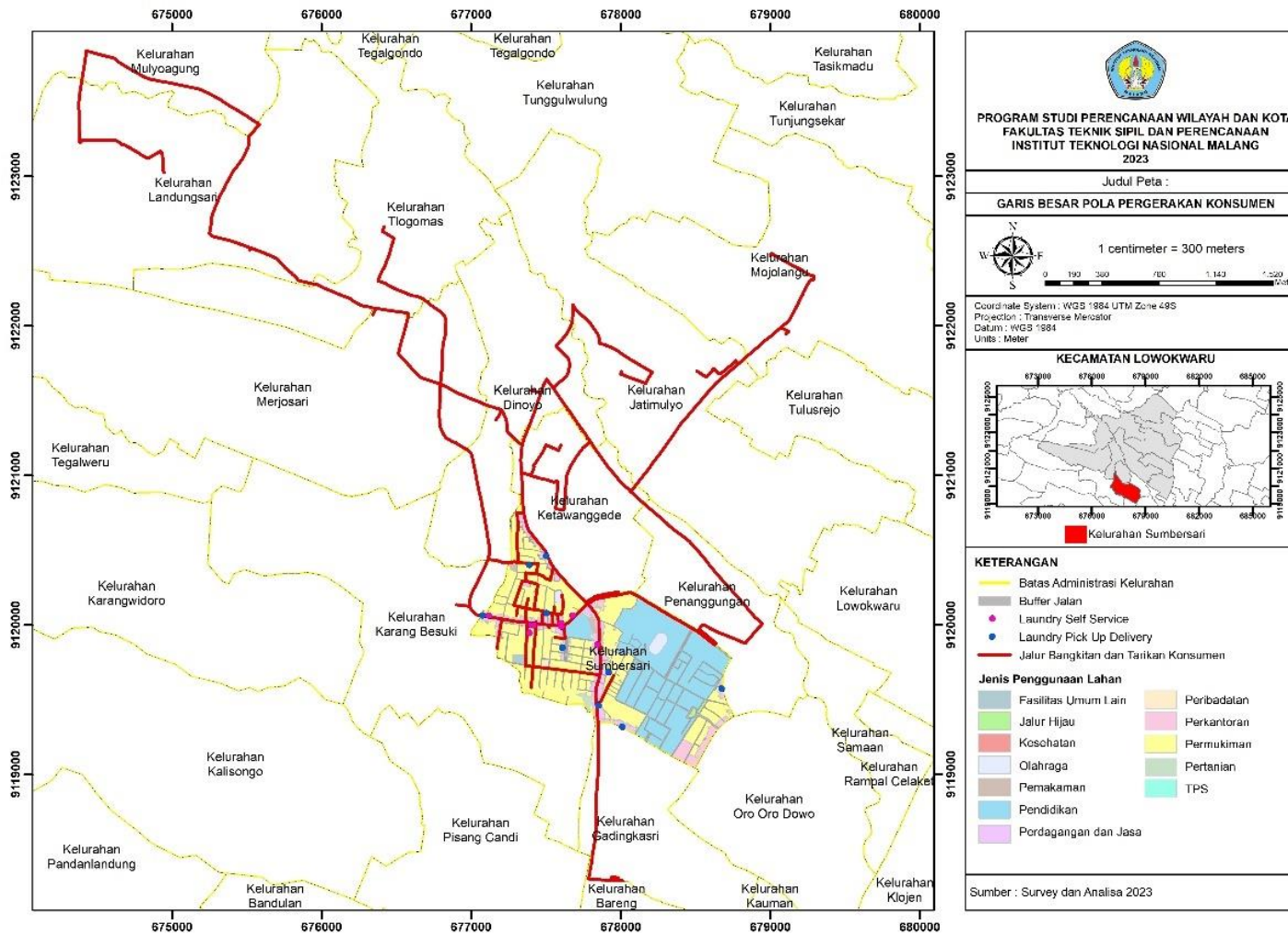
Berikut merupakan tabel frekuensi jalan yang dilalui oleh seluruh konsumen *laundry* untuk mengetahui jalan mana yang paling padat.

Tabel 5. 4 Frekuensi Jalan yang Dilalui Konsumen

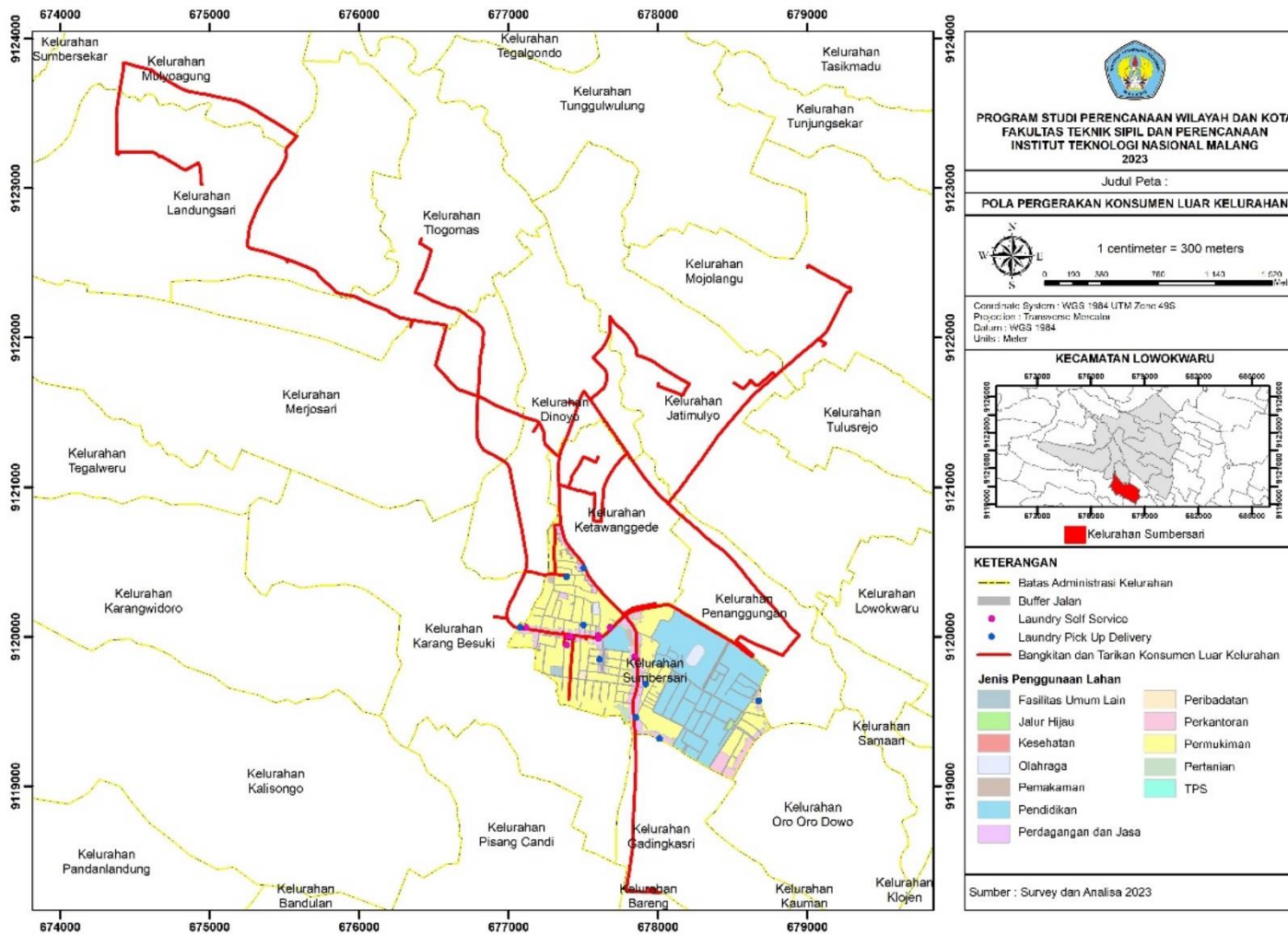
No	Nama Jalan	Frekuensi Dilalui	Persentase
1	Gajayana	16	5,59%
2	Raya Sumbersari	12	4,20%
3	Sigura-Gura	50	17,48%
4	Sigura-Gura 5	17	5,94%
5	Jalan lainnya	191	66,78%
Total		286	100,00%

Sumber: Analisa 2023

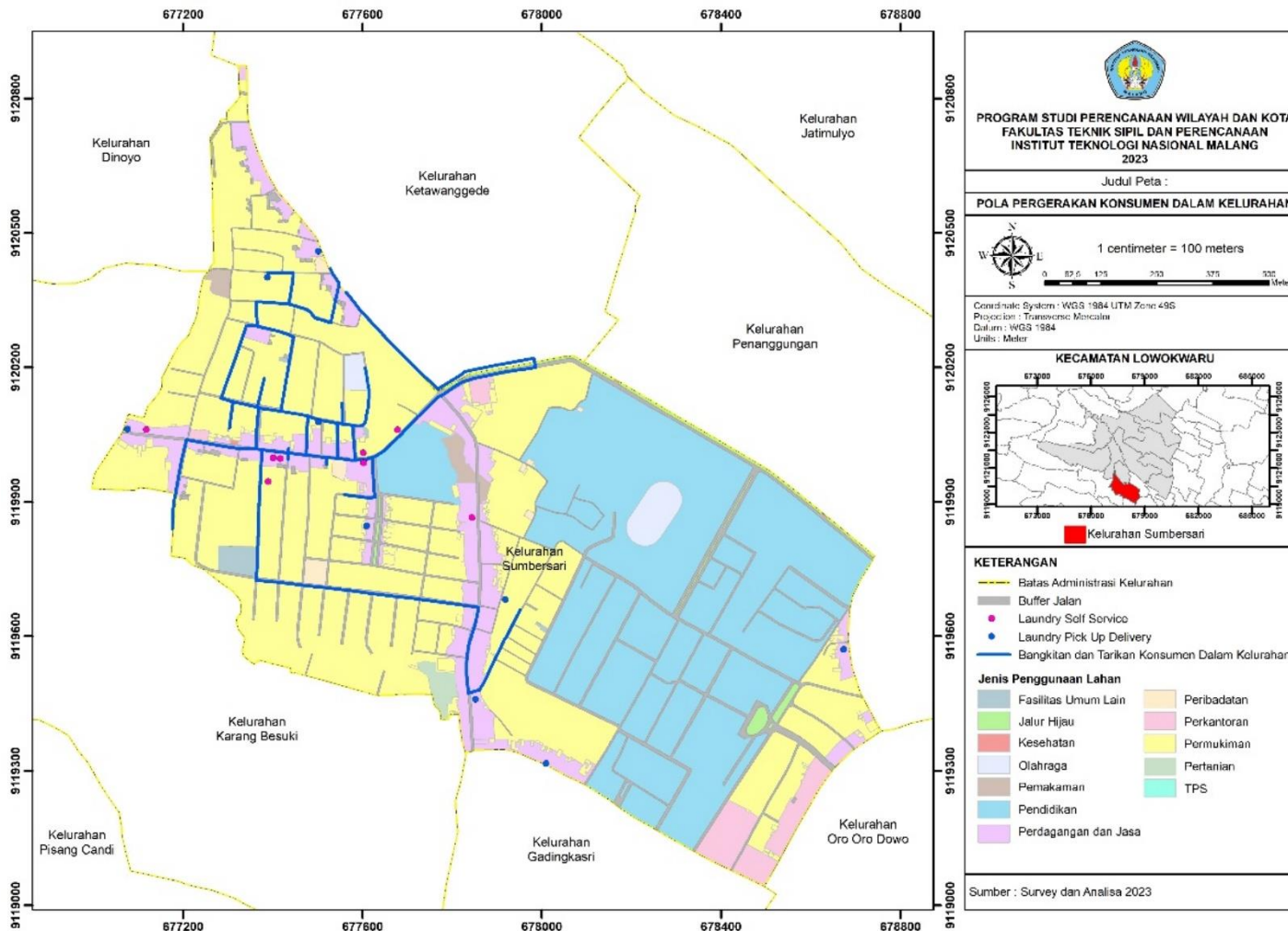
Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa Jalan Sigura-gura menjadi jalan yang paling sering dilalui atau memiliki frekuensi paling tinggi dengan persentase 17,48% disusul oleh jalan Sigura-gura 5 dengan persentase 5,94%. Untuk persentase sebesar 66,78% merupakan jalan lainnya yang masing-masing jalan memiliki persentase frekuensi kurang dari 4%. Untuk lebih jelasnya mengenai tingginya frekuensi jalan yang dilalui konsumen dapat dilihat pada peta kepadatan frekuensi jalan yang dilalui konsumen *laundry*.



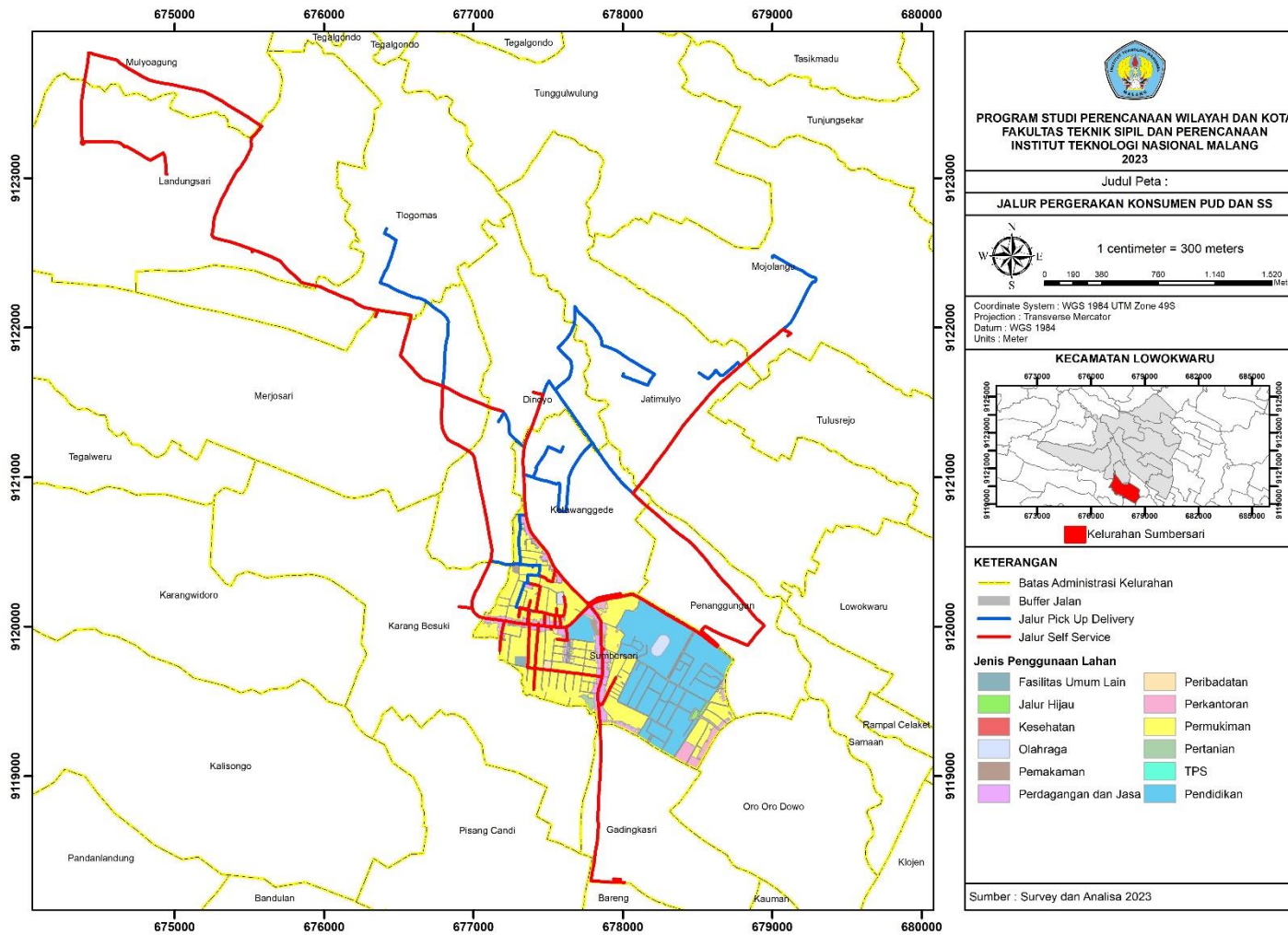
Peta 5.3 Jalur yang Dilalui Seluruh Konsumen Laundry



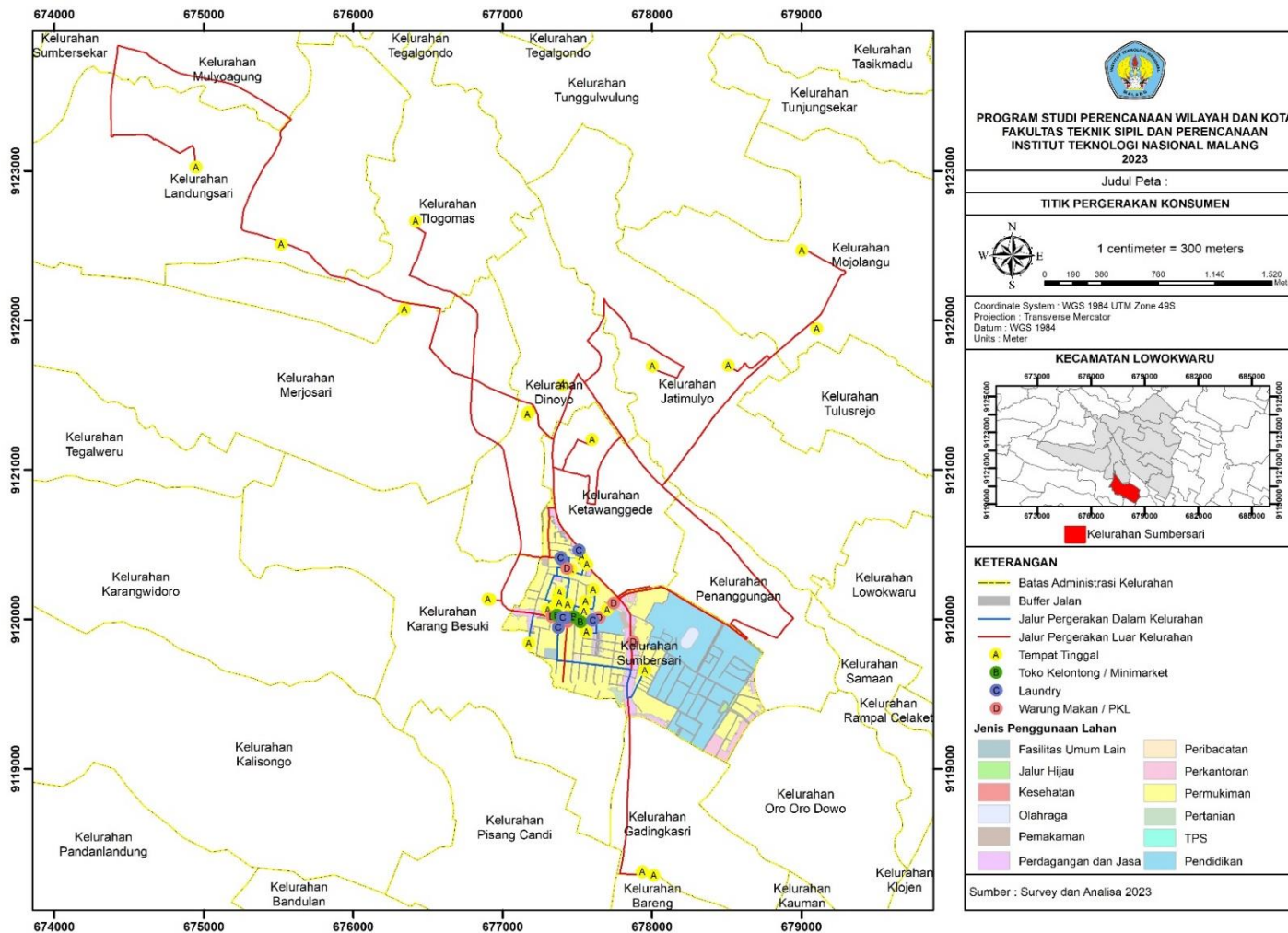
Peta 5. 4 Jalur yang Dilalui Konsumen *Laundry* Dari Luar Kelurahan Sumbersari



Peta 5.5 Jalur yang Dilalui Konsumen *Laundry* Dari Dalam Kelurahan Sumber Sari



Peta 5. 6 Jalur yang Dilalui Konsumen PUD dan SS

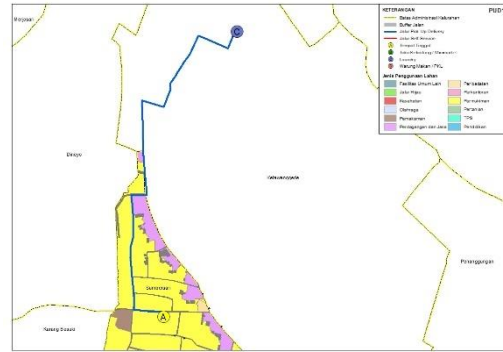


Peta 5. 7 Seluruh Titik Pergerakan Konsumen

Peta 5. 8 Pergerakan Masing-masing Konsumen



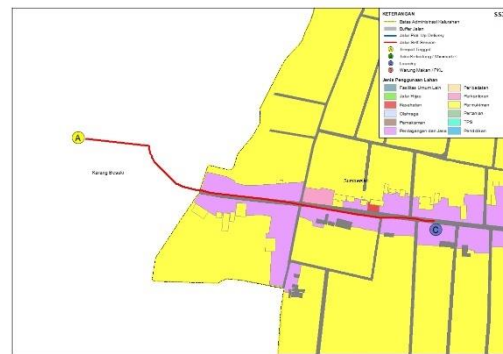
SS1



PUD1



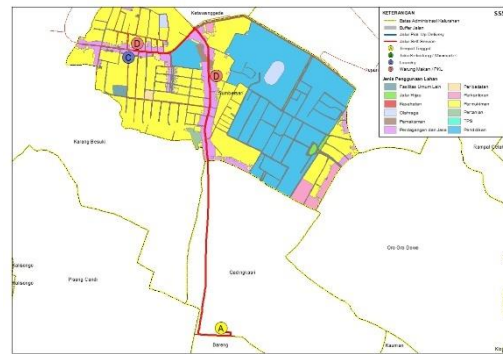
SS2



SS3



SS4



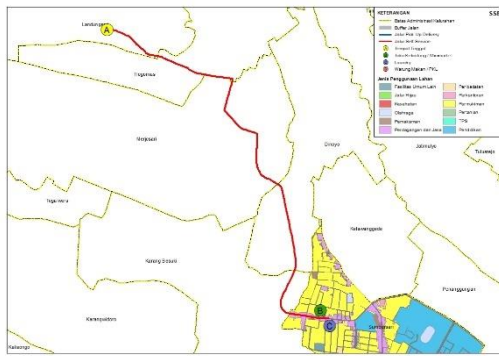
SS5



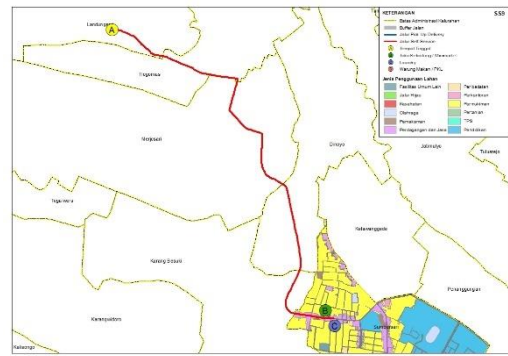
SS6



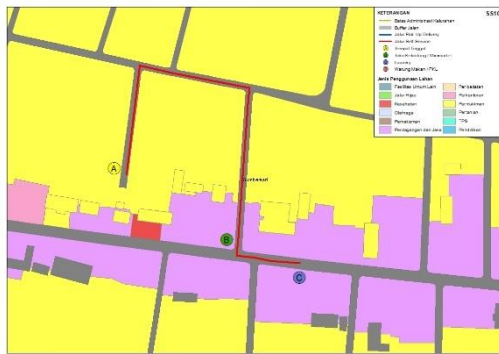
SS7



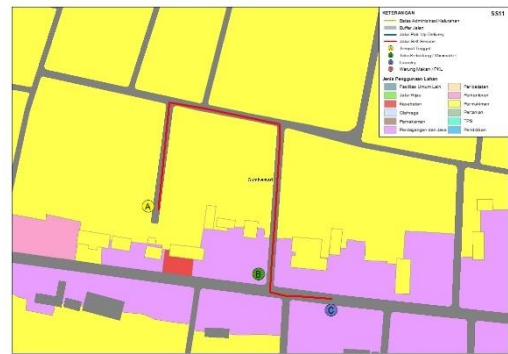
SS8



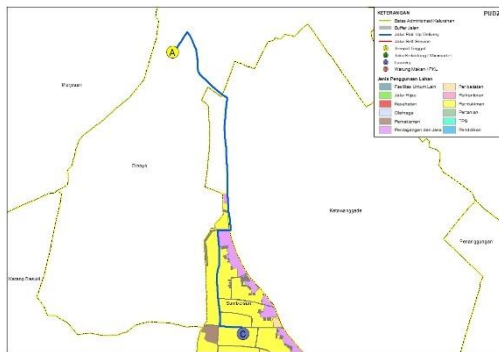
SS9



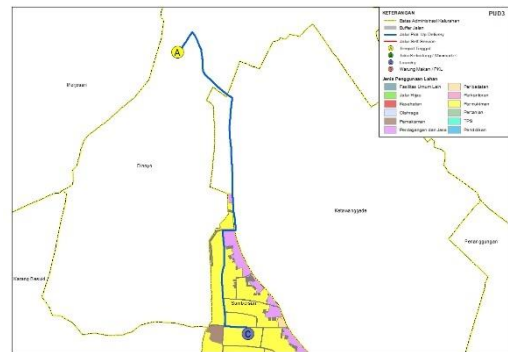
SS10



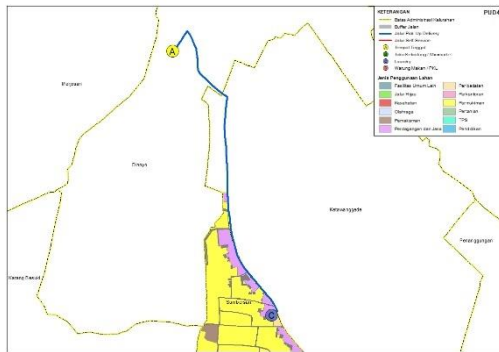
SS11



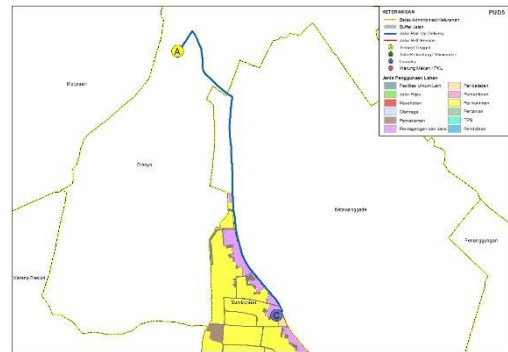
PUD2



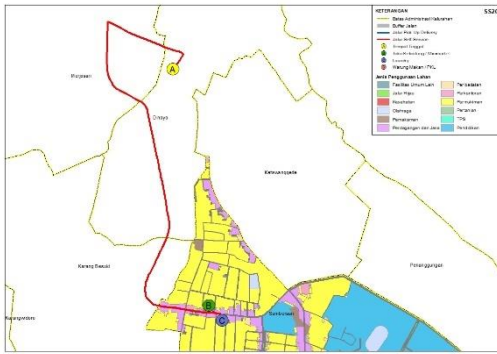
PUD3



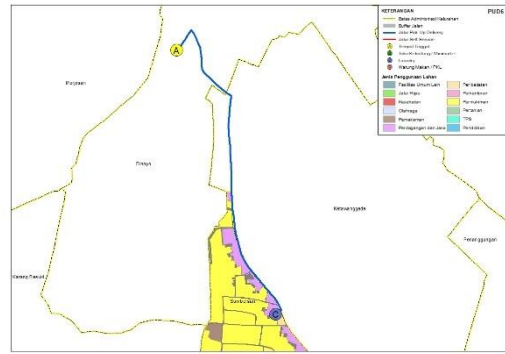
PUD4



PUD5



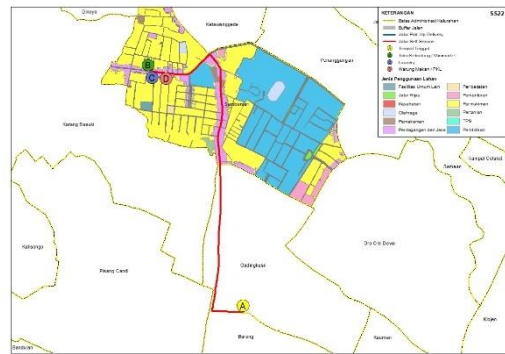
SS20



PUD6



SS21



SS22



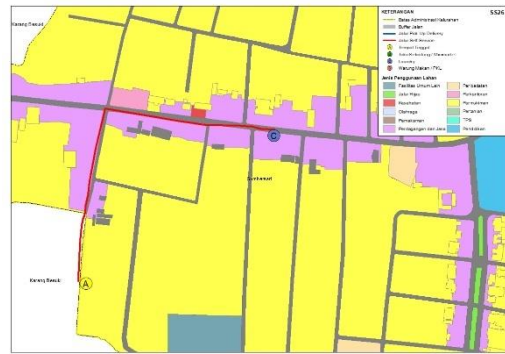
SS23



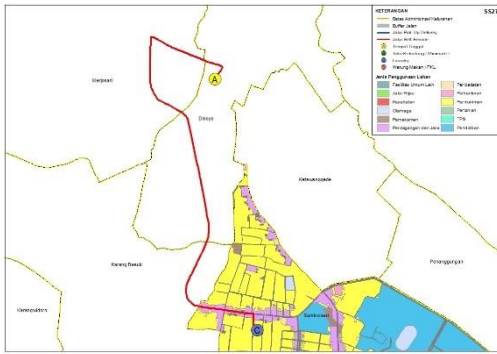
SS24



SS25



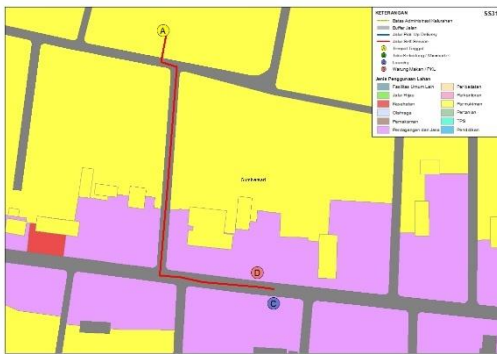
SS26



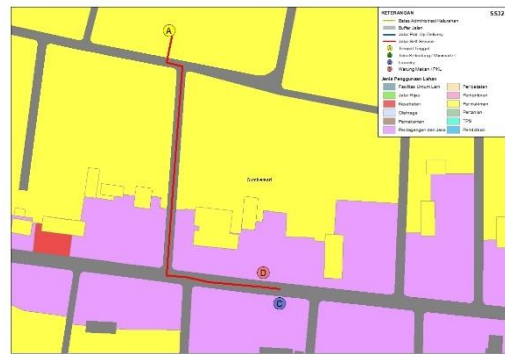
SS27



SS28



SS31



SS32



SS33



SS34



SS35



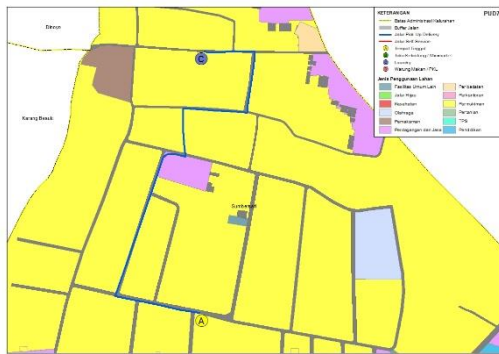
SS36



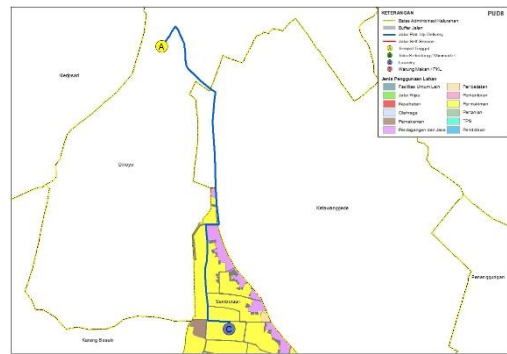
SS46



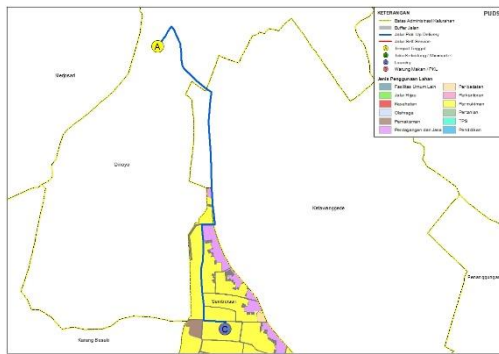
SS48



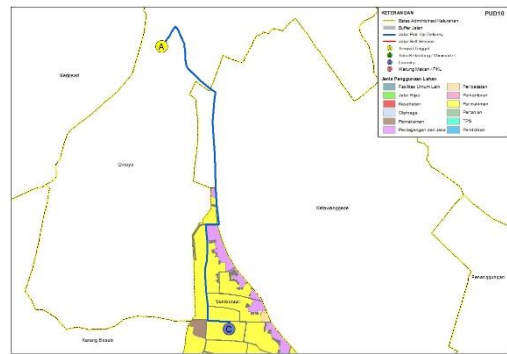
PUD7



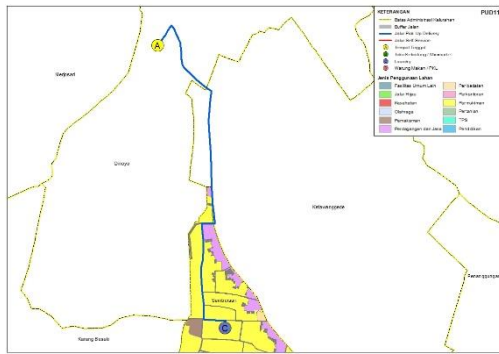
PUD8



PUD9



PUD10



PUD11



SS49



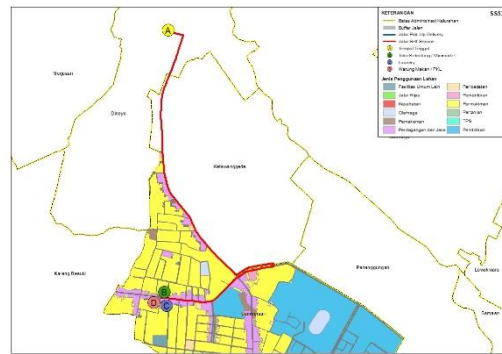
SS50



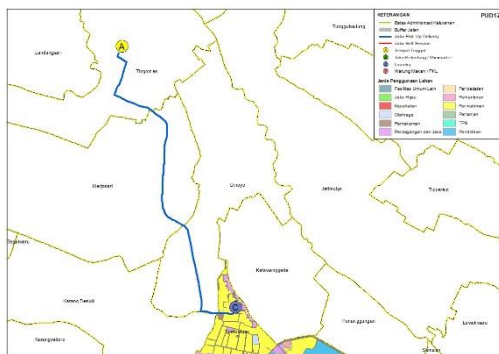
SS51



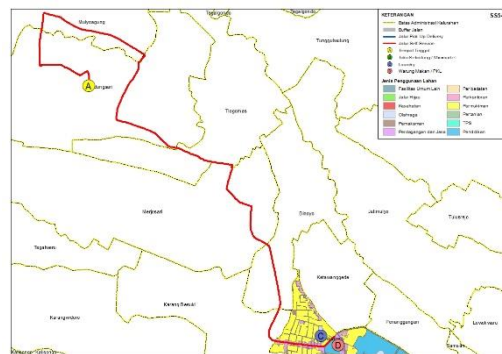
SS52



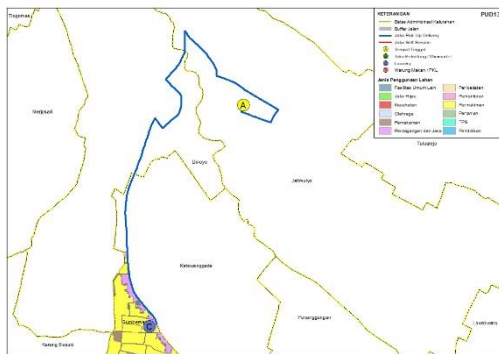
SS53



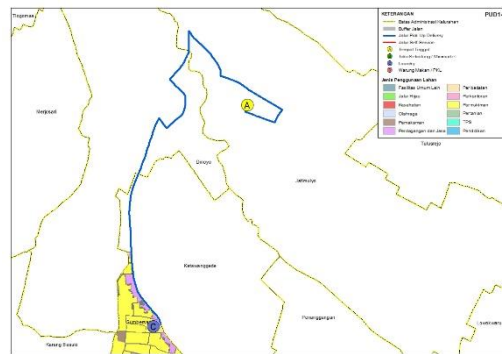
PUD12



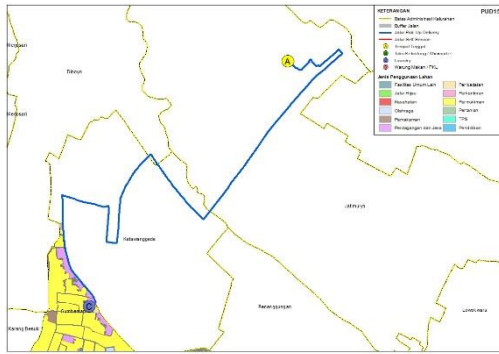
SS54



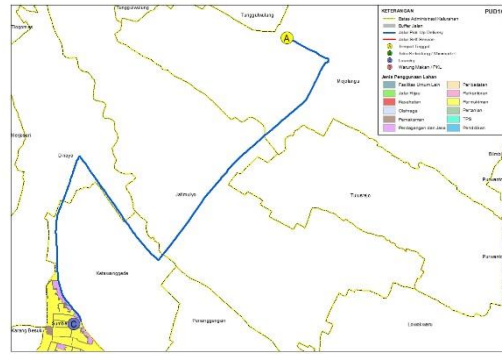
PUD13



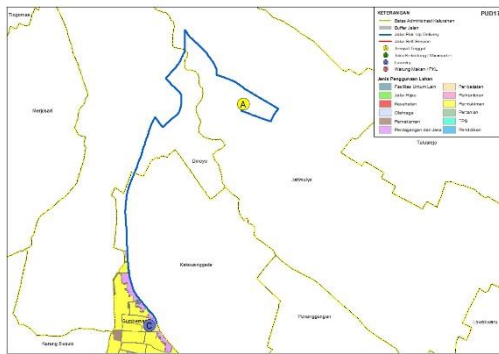
PUD14



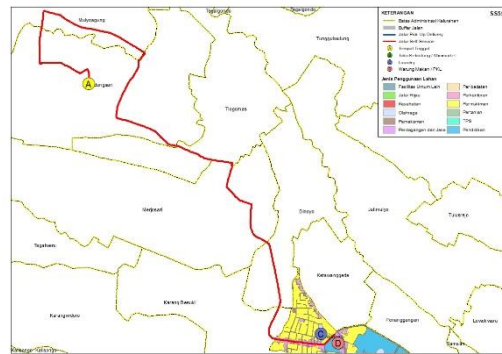
PUD15



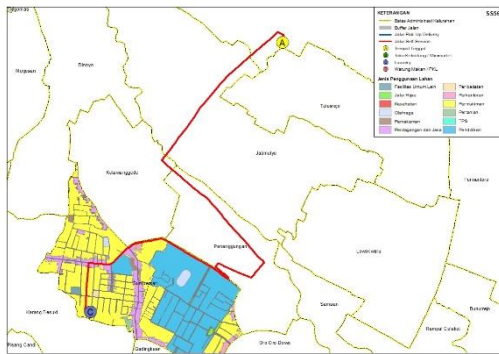
PUD16



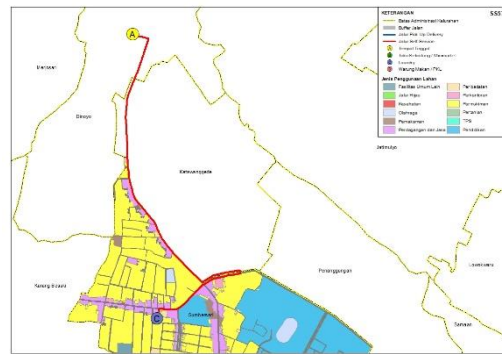
PUD17



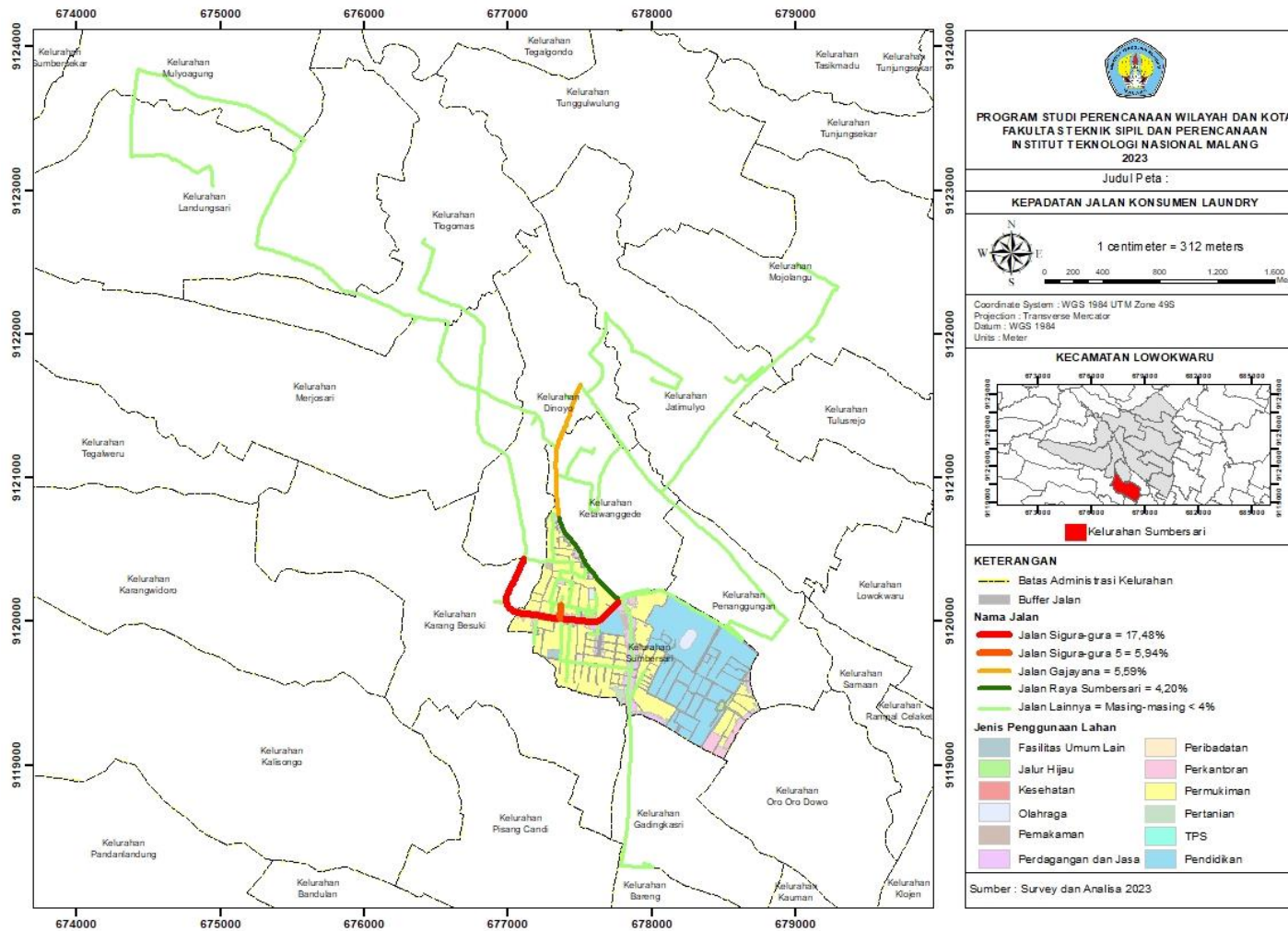
SS55



SS56



SS57



Peta 5. 9 Kepadatan Frekuensi Jalan yang Dilalui Konsumen *Laundry*

Skala Pelayanan Jasa *Laundry Self Service* dan *Pick Up Delivery*

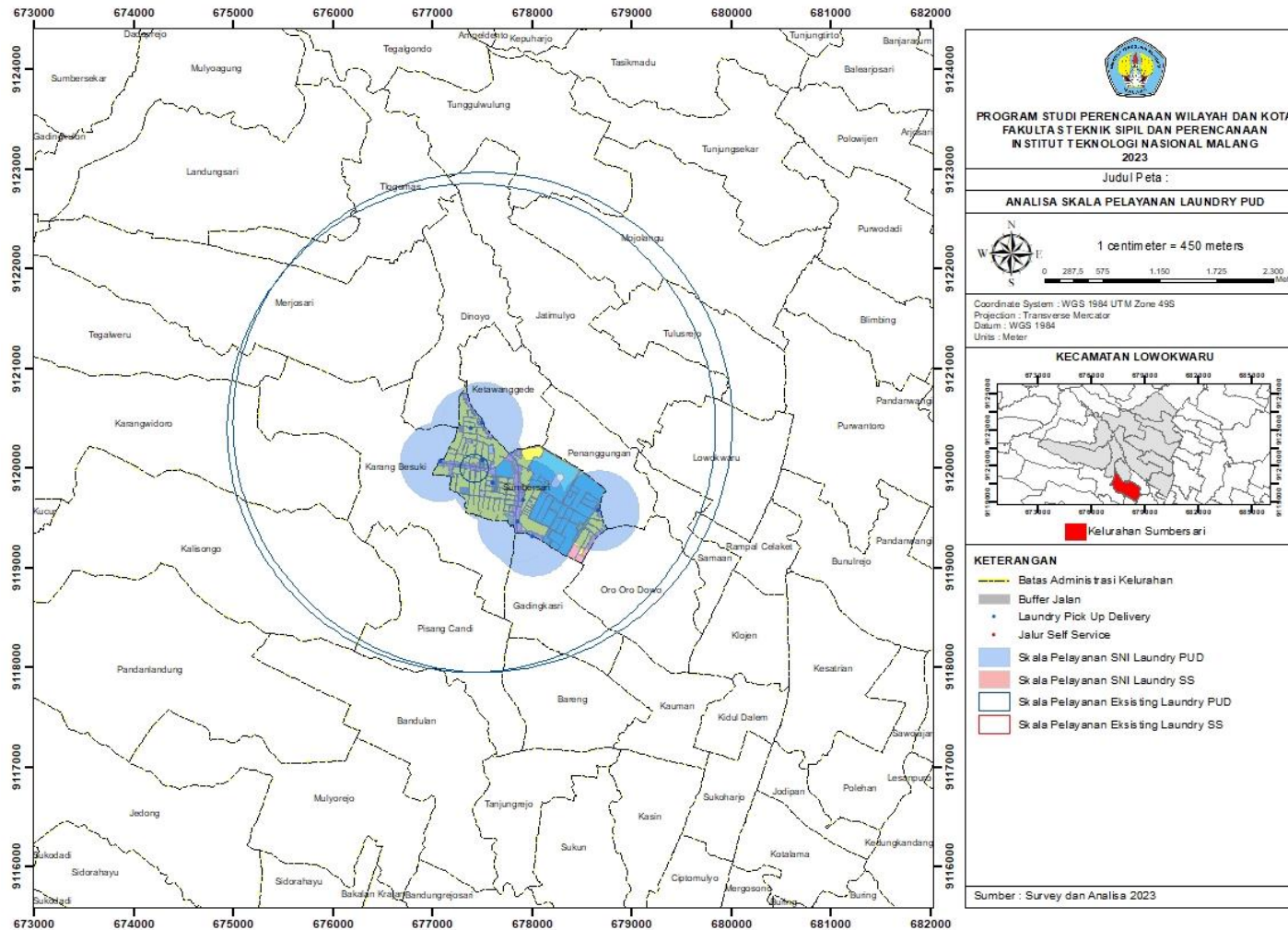
Pada analisa ini digunakan analisa *buffer* dan akan dibandingkan jangkauan skala pelayanan berdasarkan standar yang telah ditetapkan oleh SNI yang membahas mengenai Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan di Perkotaan dengan jangkauan skala pelayanan secara eksisting untuk melihat apakah Kelurahan Summersari telah terlayani. Berdasarkan Standar Nasional Indonesia tentang Tata Cara Perencanaan Lingkungan Perumahan di Perkotaan yang dikeluarkan oleh Badan Standardisasi Nasional, pertokoan lokal yang didalamnya termasuk apotek, *laundry*, salon kecantikan, wartel, fotocopy memiliki standar 400 meter. Untuk jangkauan pelayanan *laundry* secara eksisting dapat dilihat pada tabel skala pelayanan jasa *laundry pick up delivery* dan *self service* berikut.

Tabel 5. 5 Skala Pelayanan Jasa *Laundry Pick Up Delivery* dan *Self Service*

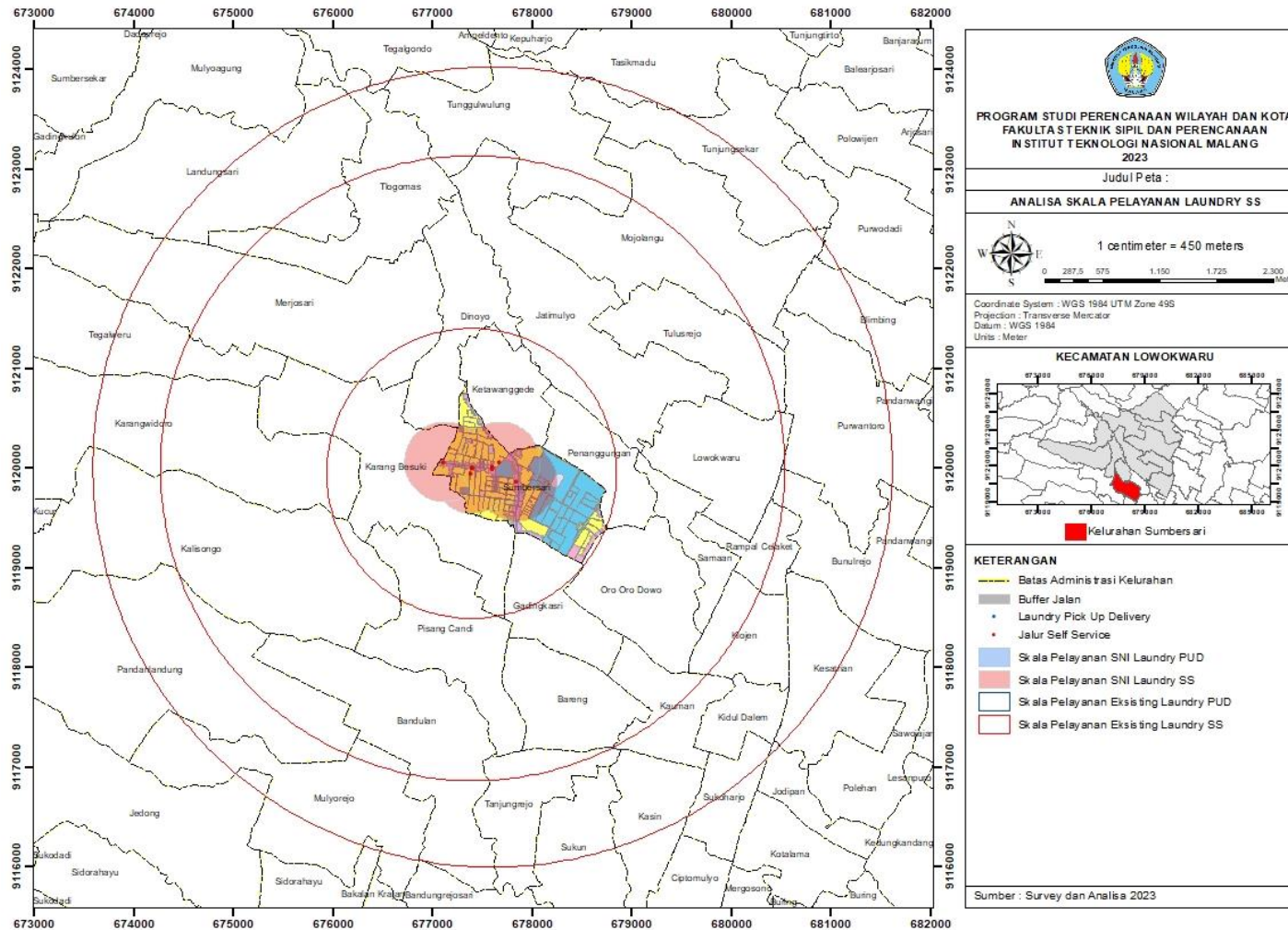
Jenis <i>Laundry</i>	Nama <i>Laundry</i>	Radius Pelayanan Eksisting (m)
Self Service	Meta	3.137,423
	Daily Wash	4.017,084
	Eltita	451,942
	Bubble	1.455,990
	Happy Cuci	141,081
Pick Up Delivery	Boss	2.452,429
	Ria	2.508,470

Sumber: Analisa 2023

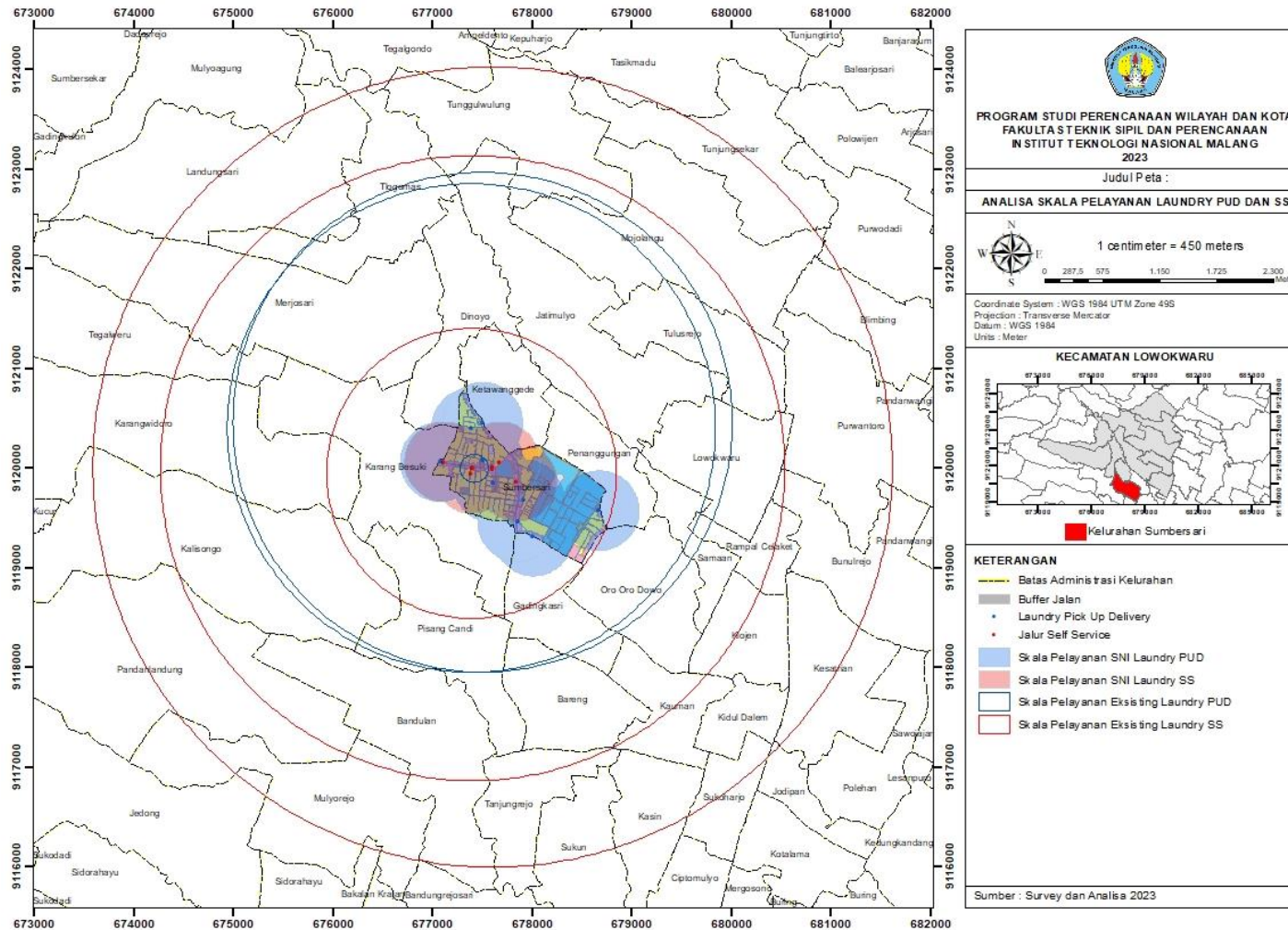
Jika dibandingkan antara skala pelayanan berdasarkan standar dimana *laundry* memiliki radius pelayanan 400 meter maka dapat diketahui secara eksisting seluruh *laundry* telah memenuhi radius pelayanan di Kelurahan Summersari dan kelurahan sekitar. Hasil analisa *buffer* dengan menggunakan alat analisa ArcGis dan perbandingan antara jangkauan pelayanan jasa *laundry self service* dan *pick up delivery* dapat dilihat pada peta analisa skala pelayanan *laundry pick up delivery* dan *self service*. Dari hasil analisa *buffer* dapat diketahui pula bahwa berdasar SNI jasa *laundry self service* belum mampu menjangkau seluruh Kelurahan Summersari sedangkan jasa *laundry pick up delivery* hampir menjangkau seluruh Kelurahan Summersari hanya terdapat sebagian kecil Kelurahan Summersari yang belum masuk dalam skala pelayanan, namun secara eksisting kedua jenis jasa *laundry* tersebut telah memenuhi skala pelayanan Kelurahan Summersari bahkan beberapa Kelurahan disekitar seperti Kelurahan Landungsari, Tlogomas, Bereng dan kelurahan disekitarnya.



Peta 5.10 Peta Analisa Skala Pelayanan *Laundry* PUD



Peta 5. 11 Peta Analisa Skala Pelayanan Laundry SS



Peta 5. 12 Peta Analisa Skala Pelayanan Laundry PUD dan SS

1.2 Analisa Preferensi dan Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Memilih Jenis Laundry

Dalam tahapan analisa ini akan dilakukan analisa untuk mengetahui *laundry* jenis apa yang menjadi preferensi konsumen dan faktor apa yang mempengaruhi konsumen dalam memilih *laundry* tersebut.

1.2.1 Preferensi Jenis *Laundry* Konsumen

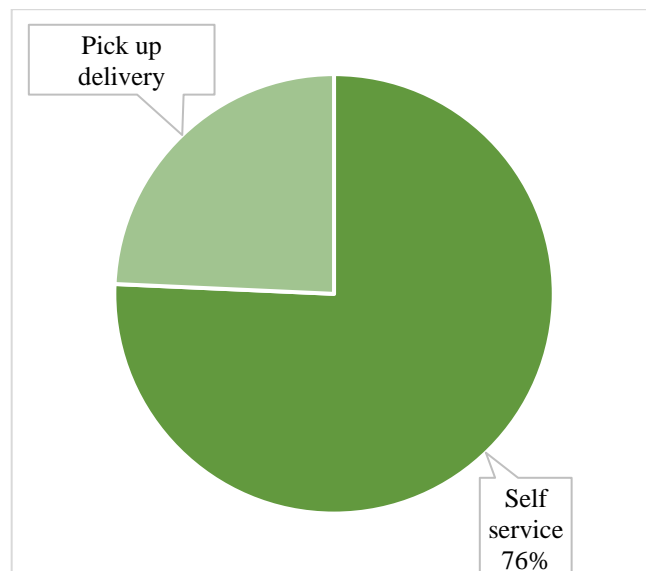
Berikut merupakan hasil analisa preferensi jenis *laundry* yang dipilih oleh konsumen *laundry* di Kelurahan Sumbersari.

Tabel 5. 6 Preferensi Konsumen Mengenai Jenis *Laundry* di Kelurahan Sumbersari

No	Jenis <i>Laundry</i>	Frequency	Percent
1	<i>Self service</i>	53	75,7%
2	<i>Pick up delivery</i>	17	24,3%
Total		70	100,0%

Sumber: Analisa 2023

Dari hasil analisa preferensi jenis *laundry* yang dipilih oleh konsumen *laundry* di Kelurahan Sumbersari tersebut diketahui bahwa sebesar 75,7% konsumen *laundry* lebih memilih jenis jasa *laundry self service*, sedangkan sisanya sebesar 24,3% memilih jenis jasa *pick up delivery*. Untuk lebih jelasnya mengenai gambaran persentase preferensi jenis *laundry* yang dipilih oleh konsumen *laundry* di Kelurahan Sumbersari dapat dilihat pada grafik dibawah ini.



Gambar 5. 1 Grafik Persentase Preferensi Konsumen Mengenai Jenis *Laundry* di Kelurahan Sumbersari

Sumber: Analisa 2023

1.2.2 Preferensi Lokasi *Laundry* Konsumen

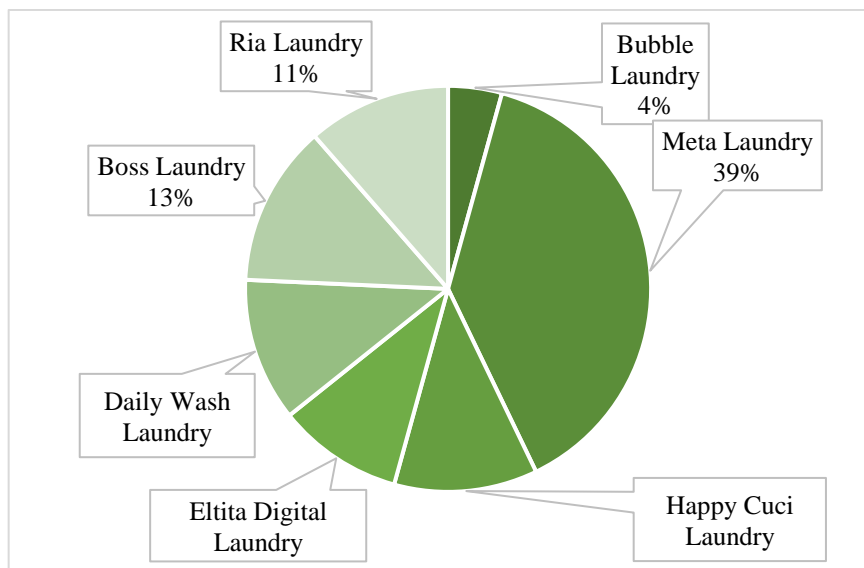
Berikut merupakan hasil analisa preferensi lokasi *laundry* yang dipilih oleh konsumen *laundry* di Kelurahan Summersari.

Tabel 5. 7 Preferensi Konsumen Mengenai Lokasi *Laundry* di Kelurahan Summersari

No	Jenis Laundry	Nama Laundry	Frequency	Percent
1	Self Service	Bubble	3	4,3%
2		Meta	27	38,6%
3		Happy Cuci	8	11,4%
4		Eltita Digital	7	10,0%
5		Daily Wash	8	11,4%
6	Pick Up Delivery	Boss	9	12,9%
7		Ria	8	11,4%
Total			70	100,0%

Sumber: Analisa 2023

Dari hasil analisa preferensi lokasi *laundry* yang dipilih oleh konsumen *laundry* di Kelurahan Summersari tersebut diketahui bahwa konsumen mayoritas memilih Meta *Laundry* sebagai tempat laundry yaitu dengan persentase 38,6% dimana Meta *Laundry* merupakan penyedia jasa *laundry self service*. Sebesar 12,9% konsumen memilih Boss *Laundry* yang merupakan penyedia jasa *laundry pick up delivery*. Untuk lebih jelasnya mengenai gambaran persentase preferensi lokasi *laundry* yang dipilih oleh konsumen *laundry* di Kelurahan Summersari dapat dilihat pada grafik dibawah ini.



Gambar 5. 2 Grafik Persentase Frekuensi Preferensi Lokasi *Laundry* Konsumen di Kelurahan Summersari

Sumber: Analisa 2023

1.2.3 Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Memilih *Laundry*

Dari hasil analisa preferensi konsumen dalam memilih jenis *laundry* dan lokasi *laundry* yang sebelumnya telah dilakukan maka selanjutnya akan dilakukan analisa untuk mengetahui faktor apa saja yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memilih *laundry* dan faktor apa yang paling utama.

1.2.3.1 Uji Instrumen

Sugiyono (2013) menyebutkan bahwa uji instrumen dengan cara uji validitas dan reliabilitas merupakan cara untuk menguji keabsahan data dalam sebuah penelitian, hal tersebut pula yang akan dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui apakah data yang telah didapatkan dapat digunakan untuk analisa selanjutnya.

A. Uji Validitas

Pada tahap pengujian ini tujuannya adalah untuk mengetahui apakah kuisisioner yang digunakan oleh peneliti valid. Uji validitas pada penelitian ini dilakukan dengan membagikan kuisisioner kepada 70 orang konsumen *laundry* sebagai sampel. Berikut merupakan hasil uji validitas yang telah dilakukan oleh peneliti.

Tabel 5. 8 Hasil Uji Validitas

		Correlations						
		Pilihan Utama	Harga	Tempat	Promosi	Waktu	Layanan Pelanggan	Total
Pilihan Utama	Pearson Correlation	1	.400**	.513**	.604**	.400**	.465**	.819**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	70	70	70	70	70	70	70
Harga	Pearson Correlation	.400**	1	.263*	.425**	.223	.245*	.600**
	Sig. (2-tailed)	<,001		.028	<,001	.064	.041	<,001
	N	70	70	70	70	70	70	70
Tempat	Pearson Correlation	.513**	.263*	1	.391**	.205	.276*	.641**
	Sig. (2-tailed)	<,001	.028		<,001	.088	.021	<,001
	N	70	70	70	70	70	70	70
Promosi	Pearson Correlation	.604**	.425**	.391**	1	.273*	.464**	.786**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		.022	<,001	<,001
	N	70	70	70	70	70	70	70
Waktu	Pearson Correlation	.400**	.223	.205	.273*	1	.245*	.545**
	Sig. (2-tailed)	<,001	.064	.088	.022		.041	<,001

		Correlations							
		Pilihan Utama	Harga	Tempat	Promosi	Waktu	Layanan Pelanggan	Total	
	N	70	70	70	70	70	70	70	
Layanan Pelanggan	Pearson Correlation	.465**	.245*	.276*	.464**	.245*	1	.697**	
	Sig. (2-tailed)	<,001	.041	.021	<,001	.041		<,001	
	N	70	70	70	70	70	70	70	
Total	Pearson Correlation	.819**	.600**	.641**	.786**	.545**	.697**	1	
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		
	N	70	70	70	70	70	70	70	

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber: Analisa 2023

Hasil uji validitas pada sebuah item dapat dikatakan valid apabila nilai signifikansi total $<0,05$. Dari hasil uji validitas yang telah dilakukan oleh peneliti dapat diketahui bahwa seluruh nilai signifikansi dari total adalah $<0,001$ sehingga dapat dinyatakan bahwa pertanyaan yang digunakan oleh peneliti adalah valid dan dapat digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian dan analisa selanjutnya.

Selain mengetahui nilai validitas dari nilai signifikansi yang $<0,05$, dapat pula dilihat dengan membandingkan nilai r hitung dalam hal ini ada pada baris Pearson Correlation dibandingkan dengan r tabel dimana untuk 70 sampel dengan level signifikansi yang dipilih peneliti yaitu 5% maka diketahui bahwa nilai r tabelnya adalah 0,235. Data dikatakan valid apabila nilai r hitung $>$ nilai r tabel, dan dari hasil analisa seluruh nilai r hitung $>0,235$ maka data dikatakan valid.

B. Uji Reliabilitas

Pada tahap uji reliabilitas peneliti bertujuan untuk mengetahui apakah kuisisioner yang digunakan oleh peneliti konsisten, uji ini dilakukan setelah hasil uji validitas menyatakan bahwa kuisisioner yang digunakan oleh peneliti valid. Berikut merupakan hasil uji reabilitas yang telah dilakukan oleh peneliti.

Tabel 5. 9 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.769	6

Sumber: Analisa 2023

Kuisisioner dapat dikatakan reliabel atau konsisten jika nilai cronbach's alpha $>0,60$. Diketahui bahwa hasil dari uji reliabilitas nilai cronbach's alpha-nya adalah

0,769 yang telah $>0,60$ sehingga kuisioner yang digunakan oleh peneliti sebagai alat ukur telah konsisten atau reliabel dan seluruh variabel dapat digunakan pada analisa selanjutnya.

1.2.3.2 Analisa Regresi Berganda

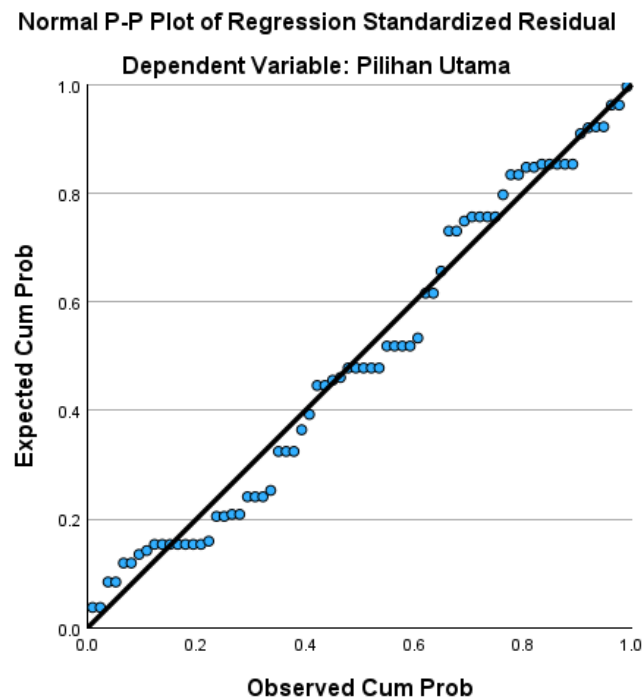
Sugiyono (2007) menyebutkan bahwa analisa regresi dapat digunakan untuk membuat keputusan apakah peningkatan variabel independen dapat mempengaruhi naik dan turunnya variabel dependen. Tahapan dari analisa regresi dibagi menjadi dua yaitu uji asumsi klasik dan uji hipotesis.

A. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dilakukan dengan tiga tahapan diantaranya adalah uji normalitas, uji multikolineritas, dan uji heteroskedastisitas.

a.) Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan oleh peneliti telah terdistribusi normal. Untuk mengetahui apakah data terdistribusi normal dapat dilihat pada grafik *Plot of Regression*.



Gambar 5. 3 Grafik Plot Hasil Uji Normalitas

Sumber: Analisa 2023

Data terdistribusi normal jika titik-titik tersebar mengikuti garis miring. Dari hasil analisa tersebut diketahui bahwa data telah terdistribusi normal. Untuk

meyakinkan apakah data benar-benar terdistribusi normal dapat dilakukan analisa lainnya yaitu uji normalitas kolmogorov smirnov.

Tabel 5. 10 Hasil Uji Normalitas dengan Analisa Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual	
N		70	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	.34419568	
Most Extreme Differences	Absolute	.098	
	Positive	.098	
	Negative	-.081	
Test Statistic		.098	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.091	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.087	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.080
		Upper Bound	.094
a. Test distribution is Normal.			
b. Calculated from data.			
c. Lilliefors Significance Correction.			
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 2000000.			

Sumber: Analisa 2023

Dasar pengambilan keputusan pada uji kolmogorov smirnov adalah jika nilai signifikansi $>0,05$ maka data dikatakan terdistribusi normal sedangkan jika nilai signifikansi $<0,05$ maka data tersebut tidak terdistribusi normal. Dari hasil analisa uji normalitas dengan menggunakan uji kolmogorov smirnov diketahui bahwa nilai signifikansinya adalah 0,091 yang mana $>0,05$ sehingga data dinyatakan terdistribusi dengan normal.

b.) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan dengan tujuan untuk melihat apakah data yang digunakan dalam penelitian ini terdapat gejala multikolinearitas yang maksudnya adalah apakah data tersebut memiliki korelasi yang tinggi atau rendah. Dasar pengambilan keputusan pada uji ini adalah jika nilai tolerance $>0,1$ dan nilai VIF $<10,00$ maka dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas pada data tersebut. Berikut merupakan hasil uji multikolinearitas.

Tabel 5. 11 Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	.165	.585		.282	.779		
	Harga	.114	.102	.107	1.120	.267	.797	1.254
	Tempat	.259	.090	.274	2.895	.005	.820	1.220
	Promosi	.268	.090	.321	2.979	.004	.629	1.589
	Waktu	.203	.096	.191	2.101	.040	.889	1.125
	Layanan Pelanggan	.127	.074	.168	1.709	.092	.760	1.315

a. Dependent Variable: Pilihan Utama

Sumber: Analisa 2023

Dari hasil uji multikolinearitas diatas diketahui bahwa nilai *tolerance* seluruh variabel $>0,1$ dan nilai VIF seluruh variabel $<10,00$ sehingga data tersebut dinyatakan tidak memiliki gejala multikolinearitas.

c.) Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas adalah salah satu faktor yang menyebabkan model regresi linear tidak efisien dan akurat. Data dinyatakan tidak memiliki masalah heteorskedastisitas apabila nilai signifikansi (sig.) diantara variabel independen dalam hal ini adalah variabel harga, tempat, promosi, waktu, dan layanan pelanggan dengan nilai absolut residual $> 0,05$.

Tabel 5. 12 Hasil Uji Heteroskedastisitas dengan Uji Glejser

		Coefficients ^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.137	.323		.424	.673
	Harga	.014	.056	.035	.249	.804
	Tempat	-.027	.049	-.074	-.542	.590
	Promosi	.028	.050	.088	.562	.576
	Waktu	.019	.053	.046	.352	.726
	Layanan Pelanggan	.000	.041	.001	.008	.993

a. Dependent Variable: Abd Res

Sumber: Analisa 2023

Dari hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode glejser diatas dapat diketahui bahwa seluruh variabel independen memiliki nilai signifikansi $>0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada gejala heteroskedastisitas.

B. Uji Hipotesis Penelitian

Uji hipotesis digunakan untuk menguji apakah variabel independen (X) berpengaruh terhadap variabel dependen (Y) baik secara parsial atau simultan.

a.) Uji T Parsial

Uji t parsial ditujukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen atau variabel X secara sendiri-sendiri terhadap variabel dependen atau variabel Y. Variabel X dikatakan memiliki pengaruh terhadap variabel Y secara sendiri-sendiri apabila nilai signifikansi masing-masing variabel X $< 0,05$. Berikut merupakan hasil uji t parsial.

Tabel 5. 13 Hasil Uji T Parsial

Model	Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	.165	.585		.282	.779		
Harga	.114	.102	.107	1.120	.267	.797	1.254
Tempat	.259	.090	.274	2.895	.005	.820	1.220
Promosi	.268	.090	.321	2.979	.004	.629	1.589
Waktu	.203	.096	.191	2.101	.040	.889	1.125
Layanan Pelanggan	.127	.074	.168	1.709	.092	.760	1.315

a. Dependent Variable: Pilihan Utama

Sumber: Analisa 2023

Dari hasil analisa tersebut dapat diketahui beberapa point diantaranya adalah:

- Variabel “harga” memiliki nilai signifikansi 0,267 atau $> 0,05$ artinya secara parsial atau sendiri variabel ini tidak memiliki pengaruh bagi konsumen saat memilih jenis jasa *laundry*.
- Variabel “tempat” memiliki nilai signifikansi 0,005 atau $< 0,05$ artinya secara parsial atau sendiri variabel ini memiliki pengaruh bagi konsumen saat memilih jenis jasa *laundry*.
- Variabel “promosi” memiliki nilai signifikansi 0,004 atau $< 0,05$ artinya secara parsial atau sendiri variabel ini memiliki pengaruh bagi konsumen saat memilih jenis jasa *laundry*.
- Variabel “waktu” memiliki nilai signifikansi 0,040 atau $< 0,05$ artinya secara parsial atau sendiri variabel ini memiliki pengaruh bagi konsumen saat memilih jenis jasa *laundry*.

- e. Variabel “layanan pelanggan” memiliki nilai signifikansi 0,092 atau $> 0,05$ artinya secara parsial atau sendiri variabel ini tidak memiliki pengaruh bagi konsumen saat memilih jenis jasa *laundry*.

Selain mengetahui apakah variabel X berpengaruh terhadap variabel Y dengan cara melihat nilai signifikansi, dapat dilakukan pula dengan cara membandingkan nilai t tabel dengan nilai t hitung. Dasar pengambilan keputusannya adalah jika nilai t hitung $>$ t tabel maka variabel independen (X) secara parsial memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Y). Rumus untuk mengetahui t hitung adalah :

$$t \text{ tabel} = \left(\frac{\alpha}{2} \right); n - k - 1$$

Dimana :

α = derajat yang telah ditentukan oleh peneliti sebesar 5% atau 0,05

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel independen (X)

Maka :

$$t \text{ tabel} = \left(\frac{0.05}{2} \right); 70 - 5 - 1$$

$$t \text{ tabel} = (0,025); 64$$

Jika dilihat pada distribusi nilai t tabel dimana untuk nilai t tabel pada angka 0,025 ; 64 telah ditentukan sesuai rumus adalah sebesar 1,999 maka jika dibandingkan dengan t tabel dari hasil analisa adalah :

- a. Variabel “harga” memiliki nilai t hitung 1.120 atau $< 1,999$ artinya secara parsial atau sendiri variabel ini tidak memiliki pengaruh bagi konsumen saat memilih jenis jasa *laundry*.
- b. Variabel “tempat” memiliki nilai t hitung 2.895 atau $> 1,999$ artinya secara parsial atau sendiri variabel ini memiliki pengaruh bagi konsumen saat memilih jenis jasa *laundry*.
- c. Variabel “promosi” memiliki nilai t hitung 2.979 atau $> 1,999$ artinya secara parsial atau sendiri variabel ini memiliki pengaruh bagi konsumen saat memilih jenis jasa *laundry*.
- d. Variabel “waktu” memiliki nilai t hitung 2.101 atau $> 1,999$ artinya secara parsial atau sendiri variabel ini memiliki pengaruh bagi konsumen saat memilih jenis jasa *laundry*.

- e. Variabel “layanan pelanggan” memiliki nilai t hitung 1.709 atau $< 1,999$ artinya secara parsial atau sendiri variabel ini tidak memiliki pengaruh bagi konsumen saat memilih jenis jasa *laundry*.

b.) Uji F Simultan

Uji f simultan ditujukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen atau variabel X secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel Y. Variabel X dikatakan memiliki pengaruh terhadap variabel Y secara bersama-sama apabila nilai signifikansi $< 0,05$. Berikut merupakan hasil uji f simultan.

Tabel 5. 14 Hasil Uji F Simultan

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	9.268	5	1.854	14.513	<,001^b
	Residual	8.174	64	.128		
	Total	17.443	69			

a. Dependent Variable: Pilihan Utama

b. Predictors: (Constant), Layanan Pelanggan, Waktu, Harga, Tempat, Promosi

Sumber: Analisa 2023

Dari hasil analisa diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar $<0,001$ yang artinya masih lebih kecil atau $<0,05$ sehingga secara simultan atau bersama-sama dari seluruh variabel memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen saat memilih jenis jasa *laundry*. Selain mengetahui pengaruh simultan dengan melihat nilai signifikansi dapat pula dengan membandingkan nilai f hitung dengan f tabel. Dengan dasar pengambilan keputusan jika nilai f hitung $> f$ tabel maka variabel independen (X) berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen (Y). Berikut merupakan rumus untuk mengetahui f tabel :

$$f \text{ tabel} = k ; (n - k)$$

Dimana :

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel independen (X)

Maka :

$$f \text{ tabel} = 5 ; (70 - 5)$$

$$f \text{ tabel} = 5 ; 65$$

Jika dilihat pada distribusi nilai f tabel dimana untuk nilai f tabel pada angka 5 ; 65 telah ditentukan sesuai rumus adalah sebesar 2,37 maka jika dibandingkan

dengan f tabel dari hasil analisa yang telah dilakukan sebesar 14.513 diketahui bahwa nilai f hitung $>$ f tabel sehingga variabel independen (X) secara simultan atau bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel dependen (Y).

c.) Besar Pengaruh Variabel X terhadap Y

Secara simultan atau secara bersama sama besar pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) dapat dilihat pada tabel

Tabel 5. 15 Besar Pengaruh Variabel X terhadap Y secara Simultan

Model	R	Model Summary ^b			
		R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.729 ^a	.531	.495	.357	1.963

a. Predictors: (Constant), Layanan Pelanggan, Waktu, Harga, Tempat, Promosi

b. Dependent Variable: Pilihan Utama

Sumber: Analisa 2023

Untuk mengetahui besaran pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) secara simultan dapat dilihat pada kolom *R Square* dimana besaran pengaruhnya adalah 0,531 atau jika dipersentasekan adalah 53,1%.

Selain secara simultan atau bersama-sama dapat pula diketahui pengaruh variabel independen (X) secara parsial atau sendiri-sendiri. Sumbangan prediktor diketahui sebagai penjabaran dari besarnya kontribusi pengaruh yang diberikan oleh masing-masing variabel X terhadap Y. Sumbangan prediktor dibagi menjadi dua yaitu sumbangan efektif (SE) yang menjabarkan nilai dari *R Square* dan sumbangan relatif (SR) yang menjabarkan besaran saat jumlah dari seluruh variabel adalah 1. Berikut merupakan rumus SR :

$$SR = koefisien\ beta \times koefisien\ korelasi \times 100\%$$

Dan rumus SE adalah :

$$SE = \frac{SE}{R\ Square}$$

Dimana nilai koefisien beta dapat dilihat pada tabel hasil uji multikolinearitas pada bagian *Standardized Coefficients* dan nilai koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel *Correlation* yang untuk lebih mudahnya dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel 5. 16 Bahan Analisa SE dan SR

No	Variabel	Koefisien Regresi (Beta)	Koefisien Korelasi	R Square	R Square %
1	Harga	0,107	0,400	0,531	53%
2	Tempat	0,274	0,513		
3	Promosi	0,321	0,604		
4	Waktu	0,191	0,400		
5	Layanan Pelanggan	0,168	0,465		

Sumber: Analisa 2023

Dari data tersebut kemudian dilakukanlah analisa dengan rumus yang telah di sebutkan sebelumnya dan diketahui hasilnya pada tabel berikut.

Tabel 5. 17 Hasil Analisa Sumbangan Efektif

No	Sumbangan Efektif	Persentase Pengaruh
1	Harga	4%
2	Tempat	14%
3	Promosi	19%
4	Waktu	8%
5	Layanan Pelanggan	8%
Total		53%

Sumber: Analisa 2023

Dari hasil analisa yang telah dilakukan untuk mengetahui persentase pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) yang dijabarkan dari nilai besar pengaruh variabel X terhadap Y secara simultan maka variabel dengan pengaruh terbesar adalah variabel promosi disusul oleh variabel tempat dan 3 variabel lainnya. Jika dilihat mengapa variabel harga menjadi variabel dengan persentase terendah secara eksisting konsumen tetap memilih melakukan *laundry self service* meskipun secara harga lebih mahal namun didukung oleh variabel lainnya seperti waktu yang singkat, terdapat promosi gratis es krim dan gratis cuci, dan juga tempat *laundry* yang berdekatan dengan penyedia baranga atau jasa lainnya sehingga konsumen dapat memenuhi kebutuhan lainnya juga.

Tabel 5. 18 Hasil Analisa Sumbangan Relatif

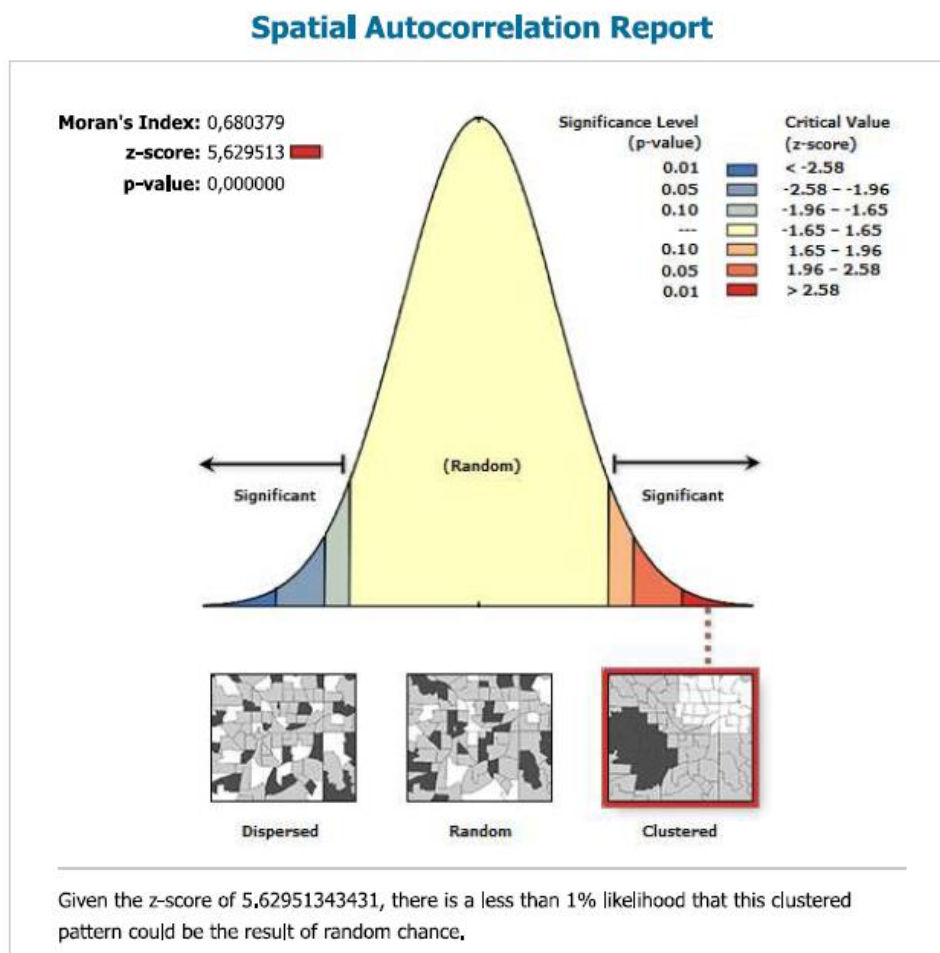
No	Sumbangan Relatif	Persentase Pengaruh
1	Harga	8%
2	Tempat	26%
3	Promosi	37%
4	Waktu	14%
5	Layanan Pelanggan	15%
Total		100%

Sumber: Analisa 2023

Jika dilihat pada tabel hasil analisa sumbangan relatif diketahui bahwa dari lima variabel tersebut variabel promosi memiliki pengaruh terbesar dengan persentase 37% disusul oleh variabel tempat, layanan pelanggan, waktu dan harga.

1.3 Identifikasi Pola Pergerakan Konsumen *Laundry Self Service* dan *Pick Up Delivery*

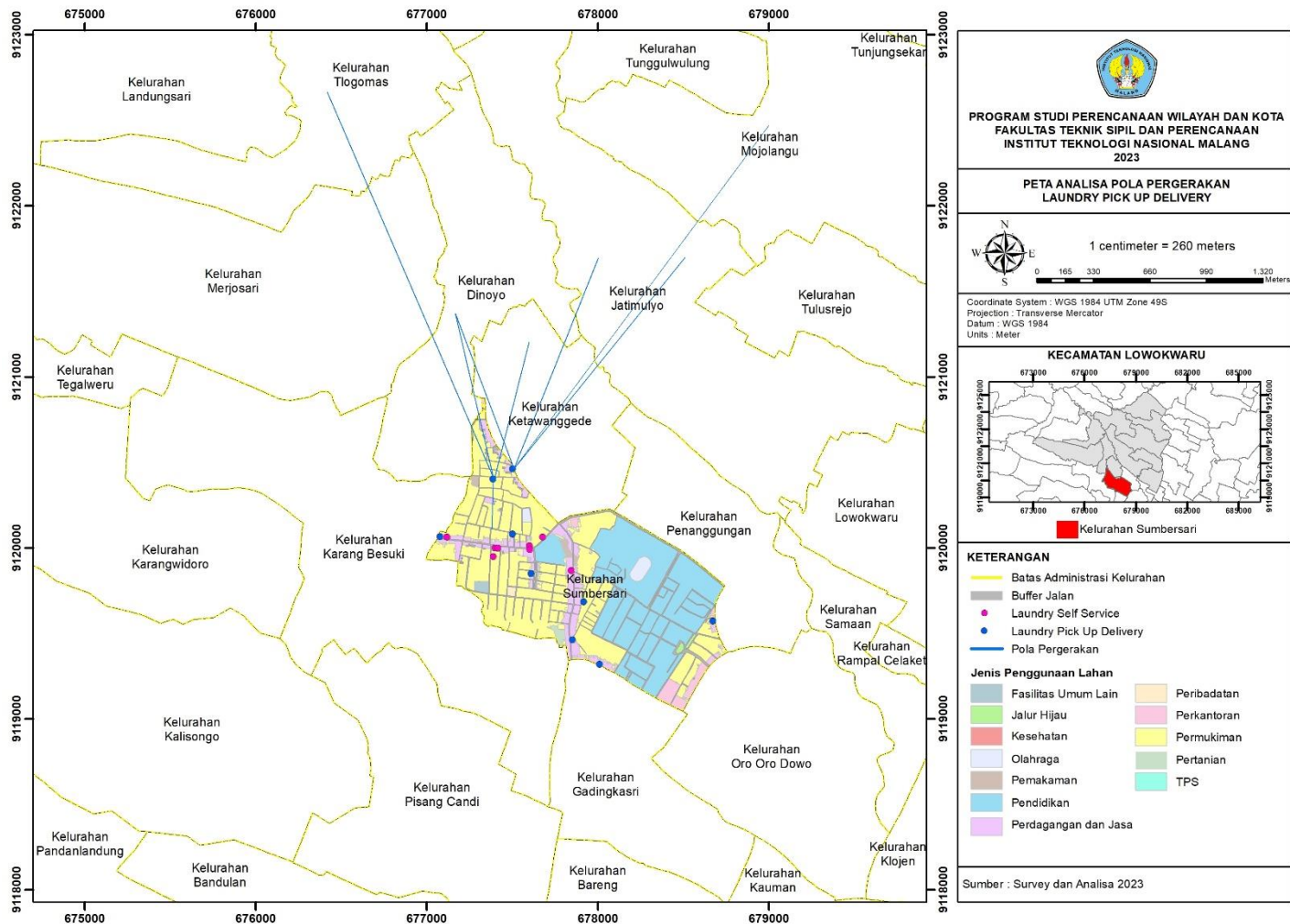
Pada tahapan pertama untuk menjawab sasaran kedua, analisa yang digunakan adalah analisa *spatial autocorrelation* dengan menggunakan *index moran* dengan menggunakan alat analisa ArcGis. Input yang digunakan dalam analisa ini adalah garis asal tujuan konsumen *laundry* yang dapat dilihat pada peta analisa pola pergerakan *laundry* baik *pick up delivery*, *self service* maupun penyandingan antara keduanya.



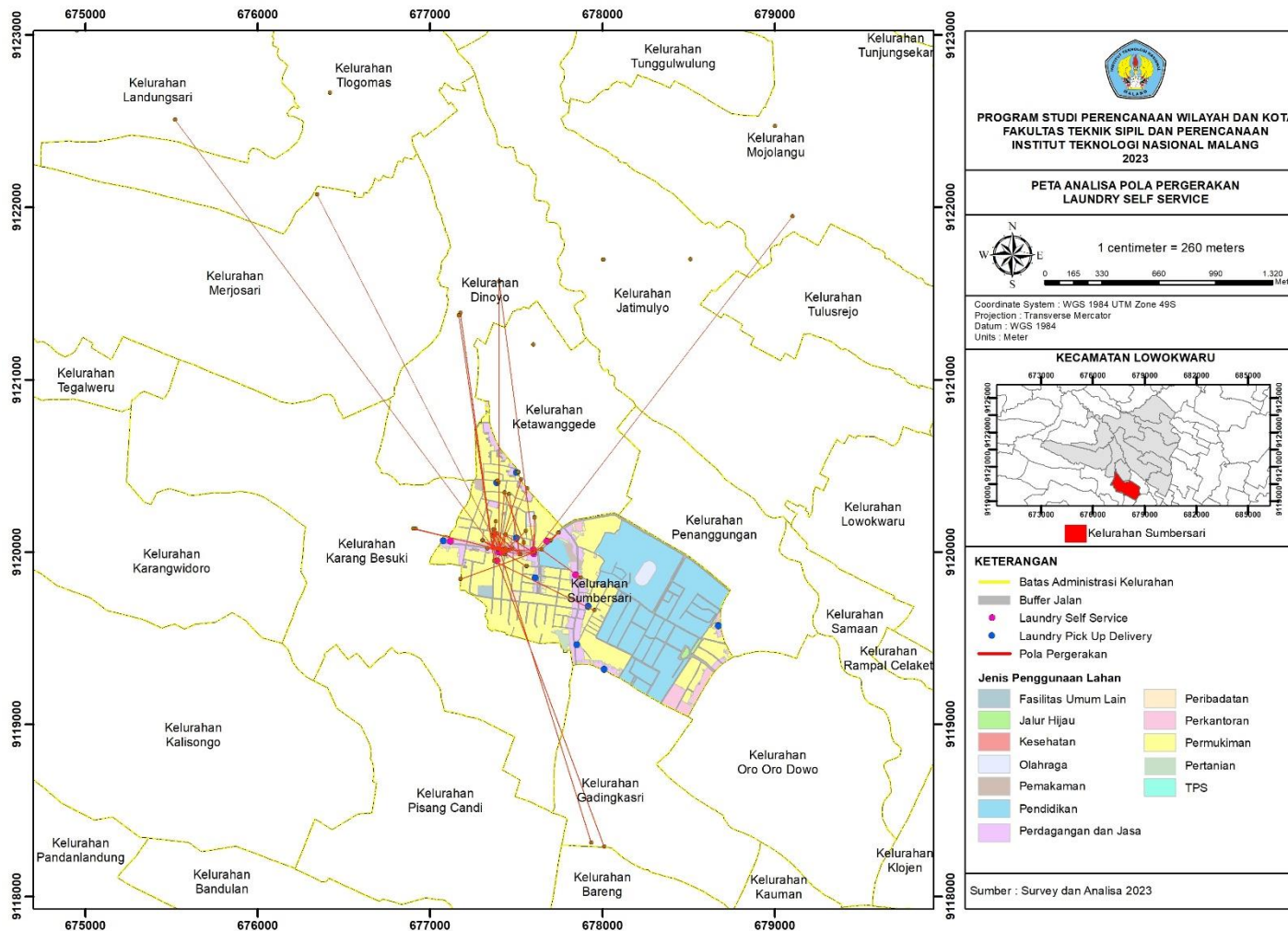
Gambar 5. 4 Hasil Analisa Pola Pergerakan Konsumen Laundry

Sumber: Analisa 2023

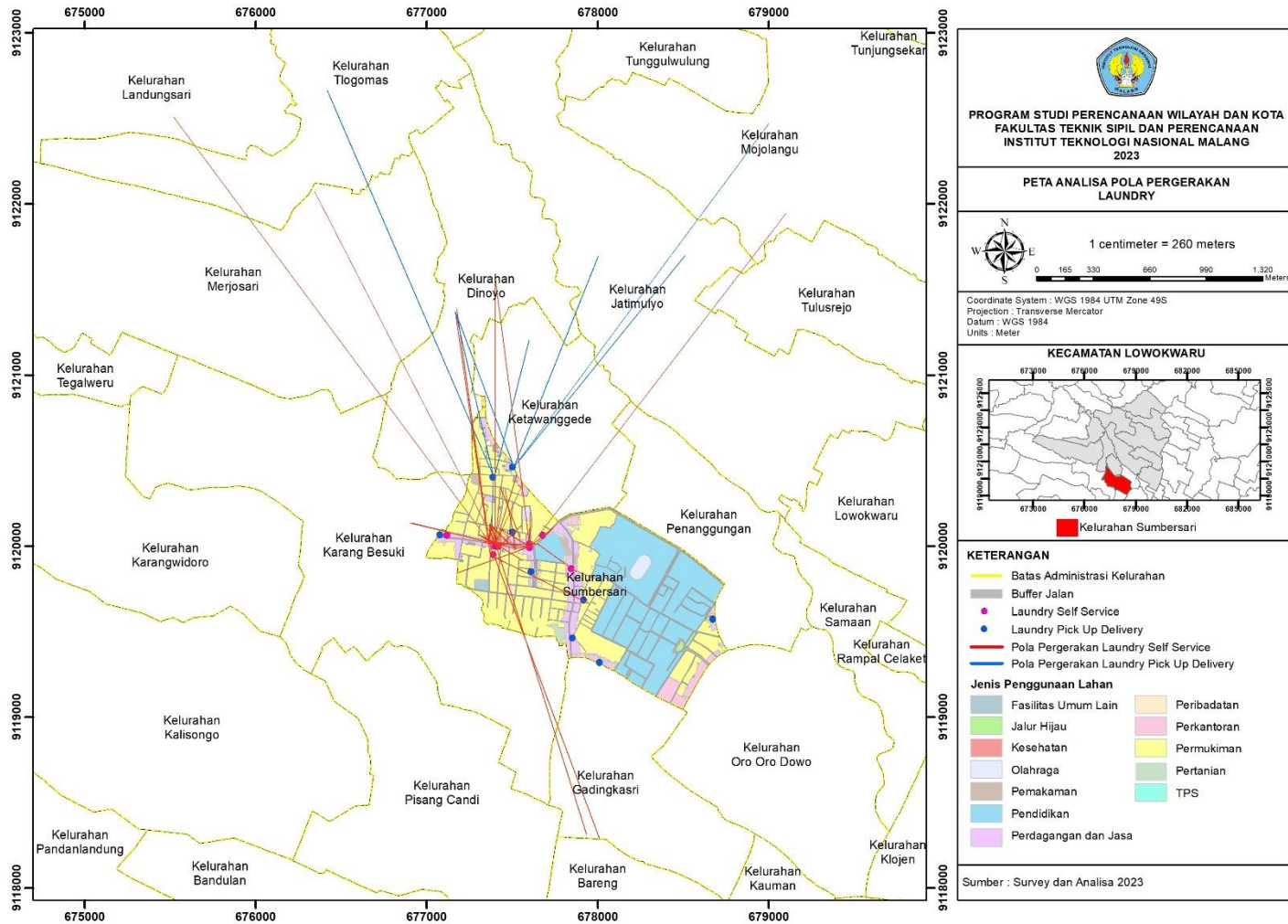
Dari analisa yang telah dilakukan diketahui bahwa dengan nilai p-value 0,000000 yang menjauhi 0,10 dan mendekati 0,01 maka data tersebut dinyatakan valid selanjutnya dengan nilai z-score 5,629513 dimana nilai tersebut $>2,58$ dimana dengan nilai tersebut maka pola yang terbentuk adalah pola *clustered* atau berkelompok. Dari peta analisa diketahui bahwa pola pergerakan jasa *laundry pick up delivery* atau dalam hal ini adalah kurir cenderung memiliki pola pergerakan yang berkelompok dari dalam Kelurahan Sumbersari bergerak menuju Kelurahan Tlogomas, Dinoyo, Ketawanggede, Jatimulyo dan Kelurahan Mojolangu yang merupakan *cluster* Kelurahan pada utara Kelurahan Sumbersari. Untuk pola pergerakan konsumen jasa *laundry self service* cenderung bergerak dari *cluster* kelurahan yang ada di utara dan selatan Kelurahan Sumbersari.



Peta 5. 13 Analisa Pola Pergerakan *Laundry Pick Up Delivery*



Peta 5. 14 Analisa Pola Pergerakan *Laundry Self Service*



Peta 5. 15 Analisa Pola Pergerakan Laundry

