

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Bona Laundry Kwala Bekala

The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction at Bona Laundry Kwala Bekala

Vina Lorensia Br Sinuraya, Conie Nopinda Br Sitepu, Vina Maria Ompusunggu

Universitas Quality, Jalan Ring Road-Ngumban Surbakti 18 Medan

Kode Pos 12345

Email. vinalorensia60@gmail.com

Abstrak

Kualitas pelayanan adalah bentuk penilaian konsumen terhadap Tingkat pelayanan yang diterima dengan Tingkat pelayanan yang diharapkan, kualitas pelayanan juga dapat diartikan sebagai cara kita memperlakukan konsumen dengan standar yang tertentu sehingga konsumen akan berfikir lagi untuk menggunakan produk atau jasa tersebut. Jumlah sample yang diambil sebanyak 172 orang responden dengan menggunakan rumus slovin, pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dan data diuji dengan menggunakan program SPSS 25. Dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa, Hasil analisis regresi sederhana yaitu pengaruh antara kedua variabel yang dapat dirumuskan $Y = 2.478 + 0.547 X +$ menjelaskan bahwa artinya bahwa variable Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa bona laundry kwala bekala. Hal ini diuji dengan menggunakan uji t, yang dimana bahwa secara persial iklim komunikasi organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan karena dari hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung (41,897) > t tabel (0,125) nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti dapat diterima atau berpengaruh. Dari hasil uji R^2 menunjukkan bahwa Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa bona laundry kwala bekala. sebesar 91,2 % sedangkan sisa 8,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada di dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

Abstract

Service quality is a form of consumer assessment, namely the level of service received and the expected level of service. Service quality can also be interpreted as the way we treat consumers with certain standards so that consumers will think again about using the product or service. The number of samples taken was 172 respondents using the Slovin formula, data collection was carried out by distributing questionnaires and the data was tested using the SPSS 25 program. It

can be seen that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction. Based on the results of the analysis carried out, it can be concluded that, the results of a simple regression analysis, namely the influence between the two variables which can be formulated as $Y = 2.478 + 0.547X$. This is tested using the t test, where in particular the organizational communication climate has a significant influence on employee performance because from the results of the t test it is known that the calculated t value (41,897) > t table (0.125) is a significant value of $0.000 < 0.05$, which means it is acceptable or influential. From the results of the R² test, it shows that the influence of service quality on customer satisfaction with the Kwala Bekala Bona Laundry service. amounted to 91.2% while the remaining 8.8% was influenced by other variables that were not in this study.

Keywords. Service Quality, Customer Satisfaction

Pendahuluan

Bisnis wirausaha laundry saat ini sangat pesat bisnis yang bergerak pada layanan jasa ini memiliki peluang yang sangat bagus, Masyarakat kota yang semakin sibuk dengan berbagai pekerjaan membuat usaha jasa laundry semakin dibutuhkan. Hal ini ditandai dengan semakin banyaknya minat membuat atau membuka usaha jasa laundry, para pelaku bisnis dapat meningkatkan kualitas serta konsisten untuk menjaga kepercayaan pelanggan baik dalam hal kualitas maupun pelayanannya agar pelanggan tertarik untuk menggunakan jasa laundry tersebut. Selain itu, pengelolaan laundry yang dilakukan menggunakan strategi tertentu akan memberikan kemajuan pada usaha tersebut. Dalam penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan bisnis jasa laundry serta menawarkan keunggulan demi menarik minat pelanggan. Usaha jasa laundry merupakan salah satu bisnis jasa yang sedang naik daun sesuai perkembangan jaman sekarang ini. Karena bisnis jasa merupakan peluang usaha yang baik, maka banyak sekali orang yang membuka usaha tersebut. Keberadaan masyarakat kota yang semakin sibuk dengan pekerjaan mereka, membuat usaha laundry ini semakin laris.

Sehubungan dengan itu, perusahaan dituntut untuk menetapkan harga yang bersaing dan meningkatkan kualitas, baik itu kualitas produk maupun pelayanan agar konsumen selalu tertarik untuk menggunakan jasa laundry tersebut. Setiap konsumen memiliki keinginan dan kebutuhan yang sangat berbeda beda tetapi pada umumnya, semua konsumen melakukan kegiatan yang sama yaitu kegiatan menghabiskan barang dan jasa. Sehubungan dengan itu, usaha jasa laundry merupakan sebagai salah satu bentuk usaha pelayanan jasa terutama bagi mereka yang selalu menginginkan hidupnya untuk lebih mudah dan tentunya tidak mau ribet lagi dengan urusan atau masalah membersihkan pakaian kotor mereka seperti misalnya para mahasiswa atau pegawai kantor yang merasa cukup memiliki uang, mereka itu pasti akan lebih suka untuk mencuci pakaian mereka dengan menggunakan jasa laundry karena lebih nyaman, mudah dan cepat dibanding mereka mencucinya sendiri. Apalagi masyarakat yang berbeda pada

kawasan sulit air bersih, mereka tentunya akan lebih memilih pakaian kotor mereka masuk laundry karena kenyamanan dan kemudahan yang diciptakan oleh Bona jasa laundry tersebut.

Berbicara soal kualitas, baik kualitas produk maupun kualitas pelayanan perusahaan harus mampu menawarkannya kepada setiap, konsumen agar dapat menciptakan persepsi konsumen tersebut dengan perasaan nyaman, perasaan puas mereka dan sikap komitmen sebagai pelanggan yang nantinya akan menjadi loyal terhadap perusahaan tersebut. Hal ini merupakan kunci utama dalam mencapai suatu titik keberhasilan suatu perusahaan dalam melakukan persaingan usaha lainnya. Sebuah perusahaan akan dikatakan besar dan sukses apabila perusahaan tersebut berhasil secara terus menerus dan konsisten dalam menjaga kepercayaan dari setiap konsumennya baik itu kepercayaan menyangkut harga, kualitas produk maupun kualitas pelayanannya diberikan oleh perusahaan tersebut kepada konsumen. Menjaga kepercayaan itu tentu memiliki tujuan yang lebih penting, yaitu untuk mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan. Selain itu, menjaga kepercayaan juga merupakan upaya untuk memperoleh atau mendapatkan dan bahkan meningkatkan pendapatan atau keuntungan yang lebih besar bagi 3 perusahaan itu sendiri. Itulah sebabnya kesuksesan sebuah perusahaan akan lebih nyata jika harus tetap konsisten dalam menjaga kepercayaan setiap konsumen dimanapun dan kapanpun itu.

Menurut Indrasari, (2019) kualitas merupakan salah satu indikator penting bagi perusahaan untuk dapat eksis di tengah ketatnya persaingan dalam industri. Kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan.

Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2019)

1. Keandalan
2. Daya tanggap
3. Jaminan
4. Empati
5. Bukti fisik

Menurut tsafarakis, et al (2018) kepuasan pelanggan semacam langkah perbandingan antara pengalaman dengan hasil evaluasi, dapat menghasilkan sesuatu yang nyaman secara rohani, bukan hanyanyaman karena dibayangkan atau diharapkan. Puas atau tidak puas bukan merupakan emosi melainkan sesuatu hasil evaluasi dari emosi.

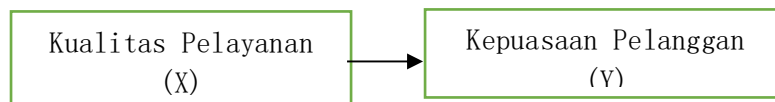
Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Indasari (2019)

1. Kesesuaian harapan
2. Minat berkunjung kembali
3. Kesiapan merekomendasikan

Kerangka Berpikir

Menurut Kotler dan Keller (2021), Kualitas produk dan layanan, Kepuasan Pelanggan dan Profitabilitas perusahaan saling terkait. Kualitas Layanan yang makin baik akan menghasilkan kepuasan konsumen yang tentunya tinggi. Adapun kerangka berpikir yang menggambarkan pengaruh Kualitas Pelayanan (X) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebagai berikut



Gambar 2.1 Kerangka Berpikir

Metode Penelitian

Objek yang digunakan dalam penelitian ini adalah pelanggan Bona Laundry di Kwala Bekala. Penelitian ini menggunakan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, jumlah sample yang digunakan sebanyak 172 responden. Teknik pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner dengan menggunakan umus slovin.

Hasil dan Pembahasan

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase (%)
1	Perempuan	113	65,7 %
2	Laki laki	59	34,3 %
	Total	172	100 %

(Sumber. Data olahan penulis,2025)

Dapat dilihat bahwa dalam penelitian sebagian besar responden adalah jenis kelamin perempuan dengan jumlah 113 orang (65,7%) dan lainnya jenis kelamin laki-laki dengan jumlah 59 orang (34,3%). Artinya konsumen yang pernah menggunakan jasa Bona Laundry didominasi oleh jenis kelamin perempuan.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (Tahun)	Jumlah (Orang)	Presentase (%)
1	15-25 tahun	111	64,5 %
2	26-35 tahun	43	25 %
3	36-45 tahun	10	5,8 %

4	46-55 tahun	8	4,7 %
	Total	172	100 %

(Sumber. Data olahan penulis, 2025)

Dapat dilihat bahwa dalam penelitian sebagian besar responden adalah berusia 15-25 tahun dengan jumlah 111 orang (64,5%) dan sebagian lainnya merupakan responden berusia 26-35 tahun dengan 32 jumlah 43 orang (25 %), berusia 36-45 tahun dengan jumlah 10 orang (5,8 %), berusia 46-55 tahun dengan jumlah 8 orang (4,7 %). Artinya konsumen yang pernah menggunakan jasa Bona Laundry didominasi oleh pelanggan berusia 15-25 tahun.

Hasil Uji Validitas

Kualitas Pelayanan	R Hitung	R table	Keterangan
X.1	0,889	0,125	Valid
X.2	0,830	0,125	Valid
X.3	0,912	0,125	Valid
X.4	0,901	0,125	Valid
X.5	0,890	0,125	Valid
X.6	0,871	0,125	Valid
X.7	0,887	0,125	Valid
X.8	0,900	0,125	Valid
X.9	0,876	0,125	Valid
X.10	0,914	0,125	Valid

Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan	R hitung	R table	Keterangan
Y.1	0,898	0,125	Valid
Y.2	0,882	0,125	Valid
Y.3	0,892	0,125	Valid
Y.4	0,888	0,125	Valid
Y.5	0,906	0,125	Valid
Y.6	0,883	0,125	Valid

Sumber. Olahan data SPSS 25

Berdasarkan table diatas menunjukkan bahwa hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukan r hitung > r tabel artinya dalam kuesioner yang telah disebarkan menyatakan bahwa semua item pernyataan dapat digunakan untuk pengujian tambahan.

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Crombach's Alpha	N of items	Keterangan
Kualitas pelayanan	0,970	10	Valid
Kepuasan pelanggan	0,948	6	Valid

Sumber. Olahan data SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas diketahui nilai Cronbach's Alpha seluruh variabel di atas sebesar 0,60. Artinya, 16 instrumen variabel penelitian reliabel, karena nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Dimana artinya adalah ukuran konsistensi internal yang lebih rendah menunjukkan seberapa dekat keterkaitan antara sekumpulan pernyataan dalam suatu kelompok. Dengan demikian, variabel penelitian dapat dianalisis lebih lanjut.

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		172	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0	
	Std. Deviation	3	
Most Extreme Differences	Absolute	.094	
	Positive	.038	
	Negative	-.094	
Kolmogorov-Smirnov Z		1.237	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.094	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.086 ^c	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.079
		Upper Bound	.094

a. Test distribution is Normal.

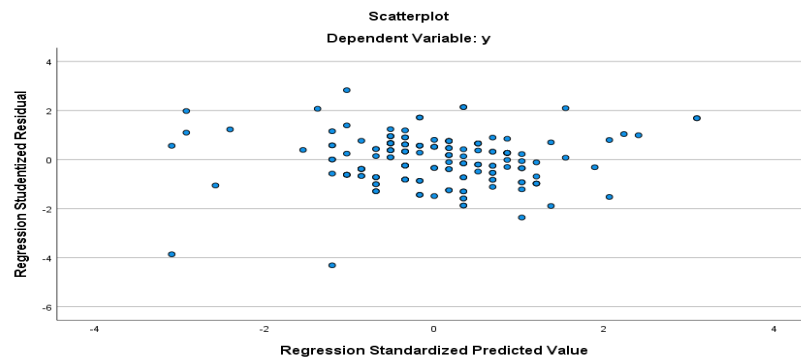
b. User-Specified

c. Based on 10000 sampled tables with starting seed 1314643744.

Sumber. Olahan data SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas diperoleh perhitungan hasil pengujian one – sample kolmogorov smirnov test menunjukkan nilai signifikan 0,094 lebih besar dari nilai alpha yang ditetapkan sebesar 0,05 sehingga data instrumen dinyatakan berdistribusi normal

Hasil Uji Heterokedasitas



Sumber. Olahan data SPSS 25

Dapat dilihat dari grafik Scatterplot dapat dilihat tidak ada pola yang jelas, tidak menyebar diatas dan dibawah angka 0 dan titik titik yang ada tidak membentuk pola tertentu yang teratur, sehingga model regresi layak dipakai untuk variabel kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada jasa bona laundry

Hasil Uji Regresi Sederhana

odel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	2.478	.585			4.239	.000
X	.547	.013	.955		41.897	.000

Sumber. Olahan data SPSS 25

Berdasarkan hasil linear sederhana diatas maka didapat model regresi sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

$$2.478 + 0.547$$

Keterangan

Y : Kualitas Pelayanan

a : Konstanta

b : Koefisien

Berdasarkan Hasil persamaan linear dapat diartikan sebagai berikut :

1. Konstanta (α) sebesar 2.478 merupakan konstanta atau keadaan saat variabel kualitas pelayanan belum dipengaruhi variabel lainya, yaitu (X). Jika variabel independen tidak ada, maka variabel kepuasan pelanggan (Y) tidak mengalami perubahan.
2. Koefisien kualitas pelayanan (X) sebesar 0,547, menyatakan bahwa kualitas pelayanan (X) mempunyai pengaruh positif, terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang artinya setiap peningkatan satu satuan variabel kualitas pelayanan (X), maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,547 (54,7%) satuan

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Variabel	T hitung	T tabel	Sig	alpha	Kondisi	Keterangan
Kualitas Pelayanan	41,897	0,125	0,000	0,05	T hitung > t table sig < alpha	Berpengaruh positif dan signifikan

Sumber. Olahan data SPSS 25

hasil uji t kualitas pelayanan sebesar 41, 897 dan nilai signifikan sebesar $0,000 < \alpha 0,05$ maka dapat disimpulkan secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.955 ^a	.912	.911	1.377

a. Predictors: (Constant), x

Sumber : Diolah SPSS 25

Diperoleh nilai koefisien dieterminasi atau R Square sebesar 0,912 atau sebesar 91,2 % Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sedangkan, 8,8 % adalah pengaruh dari variable yang tidak ikut serta dalam penelitian ini.

Penelitian ini membahas mengenai Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa bona laundry kwala bekala, Berdasarkan hasil yang didapat dari uji regresi sederhana untuk mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa bona laundry kwala bekala. Dapat dilihat dari tabel model summary dengan koefisien determinasi (R square) adalah 0.912 yang berarti iklim komunikasi memiliki pengaruh 91,2 % terhadap kepuasan pelanggan Nilai signifikan tersebut dibawah 0,05 yang berarti bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dengan hasil uji t diperoleh t hitung > t tabel atau $41, 897 > 0,125$ maka secara persial kuailitas dipengaruhi positif oleh kepuasan pelanggan. Berkaitan dengan kualitas pelayanan sebgaiian besar responden menyatukan sangat setuju, dapat ditarik kesimpulan bahwa responden te tap berharap agar kualitas terus di tingkatkan agar kepuasan pelanggan semakin baik.Dengan

demikian, hipotesis penulis yang menyatakan bahwa. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa bona laundry kuala bekala.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa, Hasil analisis regresi sederhana yaitu pengaruh antara kedua variabel yang dapat dirumuskan $Y = 2.478 + 0.547 X$ + menjelaskan bahwa artinya bahwa variable Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa bona laundry kuala bekala.

. Hal ini diuji dengan menggunakan uji t, yang dimana bahwa secara persial iklim komunikasi organisasi berpengaruh signifikan terhadap kinerja karyawan karena dari hasil uji t diketahui bahwa nilai t hitung (41, 897) > t tabel (0,125) nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang berarti dapat diterima atau berpengaruh. Dari hasil uji R^2 menunjukkan bahwa Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa bona laundry kuala bekala. sebesar 91,2 % sedangkan sisa 8,8 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak ada di dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Alloyyan, M. N., AL-Hawary, S.I.S., Mohammad, A. A. S., & Al-Nady, B.A.H.A. (2018). Banking service quality provide by commercial banks and costemor satisfaction. A structural equation modelling approaches. *Internasional Journal Of Productifivity and quality management*, 24(4), 534-565
- Asraf, S., Ilyas, R., Imtiaz, M., & Ahmad, S (2018). Impact of service quality, corporate image and perceived value on brand loyalty with presence and absence of customer satisfaction: A study of four service sectors of Pakistan. *International wjournal of academic research in business and social sciences*, 8(2), 452-474
- Azizun, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 72-78.
- Bahadur, W., Aziz, S., & Zulfiqar, S. (2018). Effect of employee empathy on customer satisfaction and loyalty during employe-customer interactions. The mediating role of customer affective commitment and perceived service quality. *Cogent business & management*, 5(1), 1491780.
- Dawi, N. M., Jusoh, A., Streimikis J., & Mardani, A. (2018). The influence of service quality on customer satisfaction and customer behavioral

intentions by moderating role of switching barriers in satellite pay TV market. *Economics & sociology*, 11(4), 198. Emory, Business research methods, Richard D. Irwin Inc. 1985

Farooq, M. S., Salam, M., Fayolle, A., Jaafar, N., & Ayupp, K. (2018). Impact of service quality on customer satisfaction and customer behavioral intentions in Malaysia airlines: A PLS-SEM approach. *Journal of air transport management*, 68, 35-47.

Food Quality, Service Quality, Price Fairness and Restaurant re-patronage intention: The mediating role of customer satisfaction. *Int. J. Acad. Res. Bus. Soc. Sci*, 8, 211-226

Gupta, H. (2018). Evaluating service quality of airline industry using hybrid best worst method and VIKTOR. *Journal of air transport management*, 68, 35-47

Hidayat Wahyu., dan Lilis Sulistyani., 2021, Efek Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Terhadap Kepercayaan dan Kepuasan Pelanggan Sebagai Sariy Jaya. *Excellent: Jurnal Manajemen, Bisnis dan Pendidikan*, 9(1), pp.7-18

Hussein Umar. 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: unitomo press.

Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: unitomo press.

Iqbal, M.S., Hassan, M. U., & Habibah, U. (2018). Impact of self –service technology (SST) service quality on customer loyalty and behavioral intention: The mediating role of customer satisfaction *Cogent Business & Management*, 5(1), 1423770.

Joudeh, J.M., & Dandis, A. (2018). Service quality, customer Satisfaction and 45 Loyalty in an internet service providers international *Journal of Business and management*, 13(8), 108-120.

Kotler, P., & Keller, K. L. 2012. *Manajemen pemasaran*. Edisi ke 14. Jilid ke 1 Jakarta: Erlangga

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2018, *Manajemen Pemasaran*, edisi 13. Jilid I. Jakarta: PT. Gelora Aksara.

- Meesala, A., & Paul, J. (2018). Service quality, Consumer satisfaction and loyalty in hospitals: Thinking for the future. *Journal of Retailing And Consumer Services*, 40,261-269
- Muhammad, Iman, 2012, *Pemanfaatan, SPSS Dalam Penelitian Bidang Kesehatan*, Bandung: Citapustaka Media Perintis.
- Nanincova, N. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Noach Cafe Dan Bistro. *AGORA*, Vol.7, No.2.
- Sa'adah, L., & Munir, F. A. (2020). *Kualitas Layanan, Harga, Citra Merk Serta Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen*. Jombang: LPPM Universitas KH. A. Wahab Hasbullah.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugyono, 2013, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugyono, 2017, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta,
- Sugyono. 2018. *Statiska untuk penelitian*. Bandung. Alfabeta 46
- Sutrisno Hadi, *Metodelogi Research*, Jilid 1,2 UGM, 1986 Tjiptono, F. (2020). *Kepuasan Pelanggan kosep, pengukuran, & strategi*.
- Tjiptono, Fandy. 2018. *Strategi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: penerbit andi Yogyakarta. Tjiptono. (2019). *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan Edisi 1*. Yogyakarta. Tjiptono. 2012. *Strategi Pemasaran*, ed. 3, Yogyakarta, Andi.
- Tsafarakis, S., Kokotas,T., & Pantouvakis, A.(2018). A multiple criteria approach for airline passenger satisfaction measurement and servica quality improvement. *Journal of air transport management*, 68, 61-75.
- Wijaya Toni., 2018, *Manajemen Kualitas Jasa*. Cetakan Pertama. Jakarta: IndeksUtami Christina Whidya., dkk.,2019, *Manajemen Jasa*. Jakarta: Salemba Empat