

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT LOYALITAS PELANGGAN PADA LAUNDRY SEKHA CLEAN CIANJUR

¹Cahya Iman Artyanto, ²Tiris Sudrartono

¹²Manajemen Bisnis, Politeknik Piki Ganesha, Bandung Indonesia

¹cahya.iman@gmail.com ²tiris.sudrartono@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study was to analyze the effect of service quality on the level of customer loyalty at Laundry Sekha Clean Cianjur. This study uses descriptive quantitative methods with the data collection technique used, namely the distribution of questionnaires distributed via google form. Respondents in this study totaled 55 people who were Sekha Clean customers who used laundry services at least 2 times during the last 6 months. This research is motivated by the decline in the number of visitors at the Sekha Clean Cianjur Laundry in the period January-August 2023. The decrease in the number of visitors to Sekha Clean shows a decrease in the level of satisfaction and loyalty of customers, one of which is caused by the quality of service provided less than optimal. The results showed that service quality had a 74.5% effect on customer loyalty. Based on the T test results, the t_{count} value is $9.446 > t_{table}$ 1.673 with a significance level of $0.01 < 0.05$, it can be said that H_0 is rejected while H_1 is accepted, which means that Variable X (Service Quality) has an influence on Variable Y (Customer Loyalty).

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat loyalitas pelanggan di Laundry Sekha Clean Cianjur. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu penyebaran kuesioner yang disebarakan melalui google form. Responden dalam penelitian ini berjumlah 55 orang yang merupakan pelanggan Sekha Clean yang menggunakan jasa laundry minimal 2 kali selama 6 bulan terakhir. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh adanya penurunan jumlah pengunjung di Laundry Sekha Clean Cianjur dalam kurun waktu januari-agustus 2023. Penurunan jumlah pengunjung pada Sekha Clean ini menunjukkan adanya penurunan pada tingkat kepuasan dan loyalitas para pelanggan yang disebabkan salah satunya oleh kualitas pelayanan yang diberikan kurang maksimal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh 74.5% terhadap loyalitas pelanggan. Berdasarkan hasil uji T, nilai t_{hitung} adalah sebesar $9.446 > t_{tabel}$ 1,673 dengan tingkat signifikansi yakni $0,01 < 0,05$, maka bisa dikatakan jika H_0 ditolak sedangkan H_1 diterima yang berarti bahwa Variabel X (Kualitas Pelayanan) memberikan pengaruh terhadap Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

PENDAHULUAN

Laundry merupakan Usaha Kecil dan Menengah (UKM) yang berperan penting membantu perekonomian Indonesia, dengan menyediakan lapangan pekerjaan dan menghasilkan luaran yang bermanfaat bagi masyarakat (Anindya & Mindhayani, 2021). Jasa laundry bukan hanya sekedar tempat untuk mencuci pakaian akan tetapi juga sebagai tempat perawatan pakaian agar lebih bersih dan awet. Di Cianjur sendiri jasa laundry mudah sekali untuk ditemukan. Banyak tempat tempat yang menyediakan jasa laundry. Hal ini sangat memudahkan masyarakat yang memiliki kesibukan bekerja ataupun kuliah untuk menyelesaikan pekerjaan rumah tangga tanpa harus mengganggu kesibukan mereka. Mengingat sebagian orang dengan rutinitas bekerja setiap hari tidak memiliki waktu untuk mengurus pekerjaan rumah tangga seperti mencuci dan menyetrika pakaian, jasa laundry ini bisa menjadi pelengkap bagi masyarakat.

Namun, dengan banyaknya penyedia jasa laundry yang tersebar luas, membuat kondisi persaingan yang begitu ketat. Dalam kondisi persaingan yang ketat, hal utama yang harus diprioritaskan adalah kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) yang pada akhirnya akan menarik minat pelanggan untuk membeli ulang suatu produk, sehingga perusahaan dapat bertahan, bersaing dan menguasai pangsa pasar (Bahar & Sjahrudin, 2015). Salah satu cara untuk mendapatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Menurut Soetardjo (2023) "keunggulan pelayanan dalam perusahaan, dapat membuat suatu perusahaan berkembang di masa yang akan datang. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Emilia, 2021).

Tjiptono Fandy & Chandra, (2016) mendefinisikan kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan adanya kualitas pelayanan yang baik didalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumen-nya. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama (Matantu et al., 2020). Dalam meningkatkan kualitas pelayanan, terdapat beberapa aspek yang mempengaruhi. Fasilitas pelayanan merupakan salah satu aspek yang mempengaruhi kualitas pelayanan yang diberikan (Sudrartono et al., 2023). Selain itu aspek lain yang mempengaruhi kualitas pelayanan menurut Emilia (2021) adalah sumber daya manusia, kesadaran, aturan, organisasi, keterampilan dan kemampuan, sarana pelayanan, serta pengalaman pelanggan. Menurut Harfika dan Abdullah yang dikutip oleh (William & Purba, 2020) terdapat lima indikator kualitas pelayanan yaitu, *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati).

Kualitas pelayanan juga merupakan salah satu faktor yang mendukung tercapainya loyalitas pelanggan. Menurut (Sudrartono et al., 2022) loyalitas pelanggan merupakan gambaran keberhasilan para pelaku usaha di dalam menjalankan kegiatan operasional usaha yang dimiliki. Oleh karena itu loyalitas pelanggan merupakan salah satu faktor yang harus dipertimbangkan oleh para pelaku usaha. Dalam kehidupan sehari-hari konsep loyalitas pelanggan lebih banyak dikaitkan dengan perilaku (*behaviour*) daripada dengan sikap. Seseorang bisa dianggap sebagai pelanggan yang loyal apabila ia menunjukkan perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembelian *non random* (tidak acak) yang diungkapkan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan. Selain itu, loyalitas menunjukkan kondisi dari durasi waktu ke waktu tertentu dan mensyaratkan bahwa tindakan pembelian terjadi tidak kurang dari dua kali (Rifa'i, 2019).

Tabel 1

Pendapatan Laundry Sekha Clean Cianjur bulan Januari - Agustus 2023

Bulan	Pendapatan	Jumlah Pengunjung	Persentase
Januari	4.767.000	160	-
Februari	4.373.000	149	-7%
Maret	2.753.000	138	-8%
April	3.970.000	107	-23%
Mei	2.869.000	100	-6%
Juni	2.515.000	99	-1%
Juli	3.016.000	105	6%
Agustus	1.995.000	80	-24%

Sumber: Laundry Sekha Clean Cianjur Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 1 menunjukkan bahwa pertumbuhan Laundry Sekha Clean mengalami penurunan 7% pada bulan Februari. Pada bulan Februari ke Maret mengalami penurunan sebesar 8% dari 149 orang menjadi 138 orang yang berkunjung. Bulan Maret ke April kembali mengalami penurunan sebesar 23% dari yang sebelumnya 138 orang yang berkunjung berkurang menjadi 107 orang. Pada bulan April ke Juni terus mengalami

penurunan sebesar 6% dan 1% dari 107 pengunjung dibulan April berkurang menjadi 100 pengujung dibulan Mei dan kembali berkurang menjadi 99 Pengunjung dibulan Juni. Lalu dibulan Juni ke Juli mengalami kenaikan sebesar 6% akan tetapi pada bulan Juli ke Agustus kembali mengalami penurunan sebesar 24%. Berdasarkan data tersebut, Laundry Sekha Clean Cianjur terus menerus mengalami penurunan jumlah pengunjung dan hanya sekali mengalami kenaikan pada bulan Juni ke Juli. Hal ini disebabkan karena beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan belum maksimal. Berdasarkan hal tersebut diduga turun naiknya pelanggan laundry karena kualitas pelayanan yang kurang maksimal. Untuk mengetahui hal tersebut maka penulis mengadakan penelitian dengan judul *“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Loyalitas Pelanggan pada Laundry Sekha Clean Cianjur”* dengan tujuan untuk mengetahui permasalahan yang sesungguhnya dan mencari solusi yang tepat bagi perusahaan.

LANDASAN TEORI

Loyalitas Pelayanan

Loyalitas pelanggan sangat penting bagi perusahaan untuk menjaga kelangsungan kegiatan usahanya. Loyalitas pelanggan dapat dikelompokkan menjadi dua jenis, yaitu loyalitas merek (brandloyalty) dan loyalitas toko (store loyalty) (Hayani, 2020). Loyalitas pelanggan adalah keadaan yang menunjukkan loyalitas seorang pelanggan pada suatu objek tertentu. Objek tersebut dapat berupa merk, produk, atau jasa. Dengan demikian loyalitas pelanggan adalah salah satu variabel yang sangat penting karena loyalitas pelanggan secara positif mempengaruhi laba perusahaan melalui efek pengurangan biaya dan penambahan pendapatan per pelanggan (Tiong, 2018).

Loyalitas merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut (Ristanti et al., 2011). Loyalitas memaksa bisnis untuk fokus pada nilai produk atau layanannya dan menunjukkan bahwa ia peduli dalam membangun hubungan dengan pelanggan. Tujuan loyalitas pelanggan adalah untuk memperluas dan memperkuat bisnis, sekaligus menghasilkan keuntungan jangka panjang atau meningkatkan profitabilitas perusahaan, menciptakan retensi karyawan yang lebih baik dan stabilitas yang lebih baik (Srisusilawati et al., 2023).

Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah hubungan antara produk pelayanan atau jasa yang diberikan kepada konsumen dapat memenuhi harapan dan kepuasan konsumen. Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna, tetapi dari beberapa definisi yang dapat kita jumpai ada beberapa yang memiliki persamaan walaupun hanya cara penyampaiannya saja biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut:

- a. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- b. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan.
- c. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah (Mamesah, 2020).

Kualitas pelayanan yang baik akan menentukan sikap konsumen dalam menilai, memutuskan sekaligus memberikan kesan terhadap pelayanan yang diberikan, karena sering kali konsumen yang merasa puas akan cenderung lebih loyal terhadap perusahaan itu (Wahab, 2017). Kualitas pelayanan yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi para konsumennya. Setelah konsumen merasa puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar – benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Hermanto et al., 2019).

METODOLOGI

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif. Metode penelitian kuantitatif adalah penelitian dengan alat untuk olah data menggunakan statistik, oleh karena itu data yang diperoleh dan hasil yang didapatkan berupa angka (Hafni Sahir, 2021). Pendekatan kuantitatif adalah proses penelitian, hipotesis atau prediksi hasil, data empiris, analisis data, dan kesimpulan data sampai dengan hasil akhir penulisannya menggunakan aspek pengukuran, perhitungan, rumus dan data numerik, atau perhitungan statistik (Rukminingsih et al., 2020). Metode deskriptif digunakan untuk membuat gambaran atau deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fenomena yang ada.

Dalam penelitian, populasi merujuk pada seluruh kelompok atau elemen yang memiliki karakteristik tertentu yang ingin diteliti. Populasi bisa terdiri dari individu, objek, kejadian, atau apapun yang relevan dengan penelitian yang dilakukan (Asrulla et al., 2023). Populasi yang ditetapkan oleh penulis dalam penelitian ini dibatasi dengan batasan hanya pengunjung yang membeli produk di Laundry Sekha Clean minimal 2x dalam 6 bulan terakhir. Maka populasi yang ditetapkan berjumlah 120 orang. Sedangkan sampel menurut (Sastrawan et al., 2022) merupakan sebagian yang diambil dari seluruh objek yang diteliti yang dianggap dapat mewakili terhadap seluruh populasi dan diambil menggunakan teknik tertentu. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

1 = Konstanta

e = Kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir (e= 0,1)

Berdasarkan pada data tersebut, maka perhitungan sampel sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\ n &= \frac{120}{1 + (120 \times 0,1^2)} \\ n &= \frac{120}{1 + (120 \times 0,01)} \\ n &= \frac{120}{1 + 1,2} \\ n &= \frac{120}{2,2} \\ n &= 54,6 \\ n &= 55 \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan tersebut, bisa diketahui jumlah sampel yang hendak diteliti yakni sebanyak 55 orang pengunjung dari 120 orang pengunjung yang melakukan pembelian ulang di Laundry Sekha Clean minimal sebanyak 2x dalam 6 bulan terakhir.

Uji Validitas

Uji Validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur tingkat keefektifan suatu alat ukuran atau media ukur untuk memperoleh data. Biasanya digunakan untuk mengukur seberapa efektif suatu kuesioner untuk memperoleh data, lebih tepat untuk pertanyaan-pertanyaan yang diajukan di kuesioner (Miftahul Janna, 2021). Dengan kata lain, uji validitas ialah suatu langkah pengujian yang dilakukan terhadap isi (content) dari suatu instrumen, dengan tujuan untuk mengukur ketepatan instrumen yang digunakan dalam suatu penelitian (Arsi, 2021).

Regresi Linear Sederhana

Metode regresi merupakan sebuah metode statistik yang melakukan prediksi menggunakan pengembangan hubungan matematis antara variabel, yaitu variabel dependen (Y) dengan variabel independen (X). Variabel dependen merupakan variabel akibat atau variabel yang dipengaruhi, sedangkan variabel independen merupakan variabel

sebab atau variabel yang mempengaruhi. Prediksi terhadap nilai variabel dependen dapat dilakukan jika variabel independennya diketahui. Umumnya penjualan atau permintaan suatu produk dinyatakan sebagai variabel dependen yang besar atau nilainya dipengaruhi oleh variabel independen (Harahap et al., 2023).

Uji Koefisiensi Determinasi

Uji koefisien determinasi (R^2) dilakukan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen (Yadi, 2022). Apabila nilai koefisien ini mendekati angka satu, maka bisa dinyatakan jika variabel bebasnya memberi hampir seluruh informasi yang diperlukan di dalam penelitian ini, dimana berguna sebagai prediktor dari variasi variabel terikat. Mengenai hal itu, maka bisa dinyatakan jika R^2 bernilai antara $0 < R^2$ (Meilasari & Sudrartono, 2021).

Uji Hipotesis T

Uji statistik t dilakukan untuk menguji apakah variabel (X) secara individual mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y) (Siswandi & Arif, 2021). Perhitungan uji parsial memiliki tujuan untuk mengetahui apakah secara individual variabel bebas (X) memberikan dampak signifikan pada variabel terikat (Y) (Meilasari & Sudrartono, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas Variabel X

Hasil perhitungan uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan software SPSS V.29, 2023. Berikut hasil uji validitas variabel X yang menggunakan program SPSS V.29 yang bisa diamati pada tabel 2 :

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Variabel X

Variabel	Pertanyaan	r.hitung	r.tabel	Ket.
Kualitas Pelayanan (X)	P1	0,621	0,266	Valid
	P2	0,699	0,266	Valid
	P3	0,762	0,266	Valid
	P4	0,742	0,266	Valid
	P5	0,811	0,266	Valid
	P6	0,686	0,266	Valid
	P7	0,692	0,266	Valid
	P8	0,790	0,266	Valid
	P9	0,747	0,266	Valid
	P10	0,711	0,266	Valid
	P11	0,782	0,266	Valid
	P12	0,768	0,266	Valid
	P13	0,805	0,266	Valid
	P14	0,806	0,266	Valid
	P15	0,813	0,266	Valid
	P16	0,761	0,266	Valid

Sumber: Data Olahan

Suatu variabel bisa dinyatakan valid apabila nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05 atau nilai r hitung > r tabel. Dengan ketentuan tersebut maka variabel X (Kualitas Pelayanan) pernyataan 1-16 dinyatakan valid.

Uji Validitas Variabel Y

Berikut ini merupakan hasil uji validitas variabel Y menggunakan bantuan program SPSS V.29, 2023 yang bisa diamati pada tabel 3 dibawah ini :

Tabel 3
Hasil Uji Validitas Variabel Y

Variabel	Pertanyaan	r.hitung	r.tabel	Ket.
	P1	0,899	0,266	Valid

Loyalitas Pelanggan (Y)	P2	0,937	0,266	Valid
	P3	0,865	0,266	Valid

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan ketentuan yang disebutkan pada hasil uji validasi variabel X, suatu variabel bisa dinyatakan valid apabila nilai signifikasinya lebih kecil dari 0,05 atau nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka variabel Y (Loyalitas Pelanggan) pertanyaan 1-3 dinyatakan valid.

Regresi Linear Sederhana

Perhitungan analisis ini dilakukan dengan program SPSS V.29, dimana hasil perolehannya bisa diamati pada tabel 7 dibawah ini :

Tabel 4
Hasil uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.631	1.351		1.208	.233
	Kualitas Pelayanan	.165	.020	.745	8.135	<.001

Sumber: Data Olahan

Melalui data dalam tabel tersebut, bisa diketahui jika tingkat Kualitas pelayanan akan meningkat sebesar 0,165 serta memberikan pengaruh positif terhadap minat beli ulang. Tabel 4 juga menjelaskan tingkat signifikan $0,00 < 0,005$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, dengan kata lain variabel X (Kualitas Pelayanan) berpengaruh positif signifikan pada variabel Y (Loyalitas Pelanggan).

Koefisien Determinasi

Dibawah ini merupakan nilai koefisien determinasi yang diolah menggunakan SPSS :

Tabel 5
Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.745 ^a	.555	.547	1.28798

Sumber: Data olahan

Bersumber dari hasil perhitungan menggunakan SPSS tersebut, bisa dinyatakan jika nilai R square (koefisien determinasi) bernilai 0,555 atau 55,5%.

Uji Hipotesis T

Berikut merupakan hasil dari uji t yang diolah menggunakan SPSS V.29 dapat diamati dalam tabel 6 dibawah ini:

Tabel 6
Hasil Uji T

One-Sample Test							
Test Value = 55							
	t	df	Significance		Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
			One-Sided p	Two-Sided p		Lower	Upper
Kualitas pelayanan	9.446	54	<.001	<.001	11.00000	8.6652	13.3348

Sumber: Data Olahan

Berdasarkan hasil output SPSS V.29 atau tabel 6 dapat disimpulkan bahwa nilai t_{hitung} adalah sebesar $9.446 > t_{tabel}$ 1,673 dengan tingkat signifikansi yakni $0,01 < 0,05$, maka bisa dikatakan jika H_0 ditolak sedangkan H_1 diterima yang berarti bahwa Variabel X (Kualitas Pelayanan) memberikan pengaruh terhadap Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).

PENUTUP SIMPULAN

Berdasarkan dari perolehan data di dalam penelitian ini dimana tujuan pelaksanaan penelitian ini berguna mengetahui Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat loyalitas pelanggan di CV Sekha Clean Cianjur. Maka dapat ditarik kesimpulan tingkat kualitas pelayanan di CV Sekha Clean Cianjur sesuai dengan hasil penelitian termasuk kedalam kriteria sangat baik dengan persentasi sebesar 55.5% dan berdasarkan uji determinasi diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh 74.5% terhadap loyalitas pelanggan sedangkan sisanya 24,5% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini

Tingkat loyalitas pelanggan di CV Sekha Clean Cianjur sesuai dengan hasil penelitian termasuk kedalam kriteria sangat baik dengan persentasi sebesar 55.5%. Berdasarkan hasil uji T menggunakan SPSS V.29 bahwa nilai t_{hitung} adalah sebesar $9.446 > t_{tabel}$ 1,673 dengan tingkat signifikansi yakni $0,01 < 0,05$, maka bisa dikatakan jika H_0 ditolak sedangkan H_1 diterima yang berarti bahwa Variabel X (Kualitas Pelayanan) memberikan pengaruh terhadap Variabel Y (Loyalitas Pelanggan).

SARAN

1. Untuk meningkatkan tingkat loyalitas pelanggan pihak Laundry Sekha Clean Cianjur harus meningkatkan kualitas pelayanannya, hal itu bisa dilakukan dengan cara rutin mengadakan jadwal training untuk para karyawan setiap beberapa bulan sekali agar para karyawan lebih paham dengan tugas dan kewajibannya.
2. Karyawan Laundry Sekha Clean harus bisa berkomunikasi dengan baik pada konsumen, dengan komunikasi yang baik dapat membuat pelanggan yakin untuk kembali menggunakan jasa laundry yang ditawarkan.
3. Agar meningkatnya jumlah pelanggan Laundry Sekha Clean harus memanfaatkan media sosial sebagai senjata untuk mempromosikan produk atau jasa yang ditawarkan dengan cara membuat konten-konten yang menarik untuk dilihat. Dengan cara ini kemungkinan besar jumlah pelanggan akan bertambah.
4. Laundry Sekha Clean harus berani memberikan promo pada waktu tertentu seperti hari besar nasional atau pada saat tanggal-tanggal cantik seperti 12.12 dsb. supaya jumlah pelanggan terus bertambah dan menjadi loyal terhadap Laundry Sekha Clean sehingga terus menerus membeli jasa yang ditawarkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anindya, A. P., & Mindhayani, Iva. (2021). Analisis Kepuasan Pelanggan De Laundry dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index dan Service Quality. *Jurnal INTECH Teknik Industri Universitas Serang Raya*, 7(2), 129–136.
<https://doi.org/10.30656/intech.v7i2.3954>
- Arsi, A. (2021). *LANGKAH-LANGKAH UJI VALIDITAS REALIBILITAS INSTRUMEN DENGAN MENGGUNAKAN SPSS*.
- Asrulla, Risnita, Jailani, M. S., & Jeka, F. (2023). *Populasi dan Sampling (Kuantitatif), Serta Pemilihan Informan Kunci (Kualitatif) dalam Pendekatan Praktis*.
- Bahar, Arfiani, & Sjahrudin, H. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Minat Beli Ulang*.
- Emilia, K. (2021). *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Publik di Kantor Kecamatan Cintapuri Kabupaten Banjar*.
- Hafni Sahir, S. (2021). *Metodologi Penelitian*. PENERBIT KBM INDONESIA.
www.penerbitbukumurah.com

- Harahap, I. R., Siambaton, M. Z., & Santoso, H. (2023). *IMPLEMENTASI METODE REGRESI LINEAR SEDERHANA UNTUK PREDIKSI HARGA BERAS DI KOTA MEDAN*.
- Hayani, H. (2020). Loyalitas Pelanggan Berdasarkan Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, 2(2), 133–141. <https://doi.org/10.31539/jomb.v2i2.1847>
- Hermanto, H., Apriansyah, R., Fikri, K., & Albetris, A. (2019). Pengaruh Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Fotocopy Anugrah Rengat. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 3(2), 171. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v3i2.78>
- Mamesah, P. R. E. (2020). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Hotel Lucky Inn Manado*.
- Matantu, R. N., Tampi, D. L., & Mangindaan, J. V. (2020). *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Gran Puri Manado*. 1(4).
- Meilasari, A., & Sudrartono, T. (2021). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP MINAT BELI ULANG PRODUK INDIHOME (STUDI KASUS PT. INFOMEDIA NUSANTARA BANDUNG)*.
- Miftahul Janna, N. (2021). *KONSEP UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS DENGAN MENGGUNAKAN SPSS*.
- Rifa'i, K. (2019). *Membangun Loyalitas Pelanggan*.
- Ristanti, V., Shihab, M. S., & Rekarti, E. (2011). *Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan*.
- Rukminingsih, Adnan, G., & Latief, M. A. (2020). *METODE PENELITIAN PENDIDIKAN PENELITIAN KUANTITATIF, PENELITIAN KUALITATIF, PENELITIAN TINDAKAN KELAS* (E. Munasstawi & Ardi Havid, Eds.). Erhaka Utama. www.erhakautama.com
- Sastrawan, S., Futra, S., Nikmah, A., Noviandi, I., & Syahputra, I. (2022). *HUBUNGAN KARAKTERISTIK PETERNAK TERHADAP PENAMBAHAN POPULASI TERNAK KAMBING DI KECAMATAN JAGONG JEGET KABUPATEN ACEH TENGAH*. <http://jurnal.ugp.ac.id/index.php/JIPVET>
- Siswandi, Y., & Arif, M. (2021). *Peranan Kinerja Pegawai: Kepemimpinan Motivasi dan Disiplin Kerja*.
- Soetardjo, U. A. (2023). *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada Borma Toserba Antapani Bandung*. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.711>
- Srisusilawati, P., Burhanudin, J., Ferlina Mochamad Trenggana, A., Ansar Anto, M., Putu Eka Kusuma, G., Firhani Rahmasari, L., Suharyati, Mulyani, Ariyani, N., Hadi, P., Manggabarani, A. S., Puji Lestari, F., Irawati, N., Kurnia Octaviani, L., Mas Bakar, R., Musafir, & Chrisyanti Dewi, I. (2023). *LOYALITAS PELANGGAN*. www.freepik.com
- Sudrartono, T., Oktora, K., & Sari, E. M. (2023). *Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Masyarakat*. 5(1), 412–423. <https://doi.org/10.31539/jomb.v5i1.4699>
- Sudrartono, T., Supandi Soegoto, A., Lumanauw, N., Malihah, L., Cahyawati Mokoginta, S., Sudirman, A., Gusti Ayu Ari Agustini, I., Ranggana Putra, A., & Triwardhani, D. (2022). *Manajemen Pemasaran Jasa*. www.penerbitwidina.com
- Tiong, P. (2018). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PT. PRIMAGUM SEJATI DI MAKASSAR*. <https://journal.stieamkop.ac.id/index.php/seiko>
- Tjiptono Fandy, & Chandra, G. (2016). *Service Quality and Satisfaction*.
- Wahab, W. (2017). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN NASABAH INDUSTRI PERBANKAN SYARIAH DI KOTA PEKANBARU*.
- William, & Purba, T. (2020). *KUALITAS PELAYANAN DAN FASILITAS TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA BENGKEL MAZDA DI KOTA BATAM*. 8(1).
- Yadi, N. (2022). *Pengaruh Kompensasi dan Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan PT Sumber Terang Agro Lestari di Teluk Tenggulang Kec. Tungkal Ilir Kab. Banyuasin Sumatera Selatan*.