

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Menurut data dari Bank Indonesia (BI) ditemukan bahwa dalam dua tahun terakhir ini industri jasa di Indonesia menunjukkan pertumbuhan yang positif. Pada triwulan II tahun 2024, ekonomi Indonesia tumbuh sebesar 5,05% (year-on-year), melanjutkan tren positif dari triwulan sebelumnya yang mencatat pertumbuhan sebesar 5,11%. Pertumbuhan ini terutama didorong oleh peningkatan konsumsi rumah tangga, yang tumbuh sebesar 4,93%, serta ekspor yang meningkat 8,28%. Permintaan domestik yang kuat juga turut mendukung pertumbuhan industri jasa selama periode ini. (Bank Indonesia, 2024)

Sebagai kota metropolitan, Palembang memiliki ritme kehidupan yang cepat. Banyaknya pekerjaan dan aktivitas masyarakat membuat waktu menjadi sangat berharga. Dalam situasi ini, layanan *Laundry* menjadi alternatif yang efisien dalam menghemat waktu dan tenaga bagi warga Palembang. Mereka cenderung memilih jasa *Laundry* profesional dibandingkan mencuci sendiri, terutama bagi mereka yang memiliki aktivitas padat. (Berita Bersatu, 2023)

Jasa *Laundry* adalah layanan yang menawarkan pencucian, pengeringan, dan penyetricaan pakaian serta tekstil lainnya. Bisnis ini terus berkembang seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat untuk layanan yang praktis dan efisien, terutama di tengah gaya hidup yang semakin sibuk (Bizhare, 2022). Jasa *Laundry* merupakan salah satu bentuk jasa yang memberikan produk berupa jasa yang berkembang cukup pesat khususnya di kota Palembang. Jasa *Laundry* berkembang pesat karena kebutuhan masyarakat yang menginginkan efisiensi waktu, terutama di tengah padatnya aktivitas sehari-hari. Bisnis ini terus tumbuh setiap tahun, bahkan mencapai pertumbuhan 50% antara tahun 2021 dan 2022 (Bizhare, 2022).

Usaha *Laundry* juga menghadapi tantangan berupa persaingan yang semakin ketat. Meningkatnya jumlah usaha *Laundry*, baik skala kecil maupun besar, di berbagai wilayah, mendorong para pengusaha *Laundry* untuk berinovasi dan meningkatkan kualitas layanannya agar dapat menarik dan mempertahankan pelanggan. Jasa *Laundry* bukan hanya tentang mencuci pakaian biasa, tetapi juga mencakup layanan tambahan seperti dry cleaning, pencucian sepatu, dan tas. Inovasi dalam teknologi, seperti mesin cuci dengan kemampuan hemat energi dan penggunaan sistem manajemen berbasis digital, semakin meningkatkan efisiensi dan kualitas layanan (Bizhare, 2022).

Urban *Laundry* merupakan salah satu jenis usaha *Laundry* yang terdapat di kota Palembang dengan kategori jenis usaha, di mana target utamanya adalah konsumen yang memiliki kelas ekonomi menengah ke atas, baik para pengusaha, karyawan perusahaan maupun pegawai kantoran lainnya. Urban *Laundry* berlokasi di Jl. Letnan Murod No.14, RW.KM 5, Talang Ratu, Kec. Ilir Tim. I, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Pemilik Usaha Urban *Laundry* ini bernama Hendra Saputra.

Pada tahun 2023 urban *Laundry* berhasil mendapatkan total 5.113 jumlah transaksi dengan jumlah pelanggan yang mencapai 478 orang (Urban *Laundry*, 2024), akan tetapi ada beberapa pelanggan yang hanya melakukan transaksi 1 kali dan tidak bisa dijadikan sampel penelitian yang mengharuskan pelanggan untuk loyal ke urban *Laundry*, maka dari itu dari 478 pelanggan berbeda yang melakukan transaksi di urban *Laundry* pada tahun 2023 hanya di ambil 310 orang pelanggan yang memang memiliki frekuensi penggunaan jasa yang lebih dari 2x pada urban *Laundry* Palembang pada tahun 2023. (Kotler Keller, 2021).

**Tabel 1. 1 Data Pelanggan Tahun 2023**

| <b>Bulan</b> | <b>Jumlah Pelanggan</b> |
|--------------|-------------------------|
| Januari      | 340                     |
| Februari     | 332                     |
| Maret        | 312                     |
| April        | 322                     |
| Mei          | 319                     |

|  |            |
|--|------------|
| Juni   | 320        |
| Juli   | 312        |
| Agustus  | 314        |
| September                                      | 313        |
| Oktober  | 319        |
| November                                       | 323        |
| Desember                                       | 314        |
| <b>Total Pelanggan Yang Memiliki Loyalitas</b> | <b>310</b> |

Sumber : Urban *Laundry* Palembang, 2023

Menurut data tabel 1.1 diatas didapatkan 310 orang pelanggan yang memiliki loyalitas ke urban *Laundry*, dikarenakan dari banyaknya transaksi yang dilakukan pada tahun 2023 tidak semua pelanggan mau loyal terhadap urban *Laundry*. Loyalitas pelanggan memiliki dampak besar terhadap pencapaian tujuan perusahaan dalam menjaga keberlangsungannya, karena loyalitas ini merupakan salah satu faktor penting dalam kesuksesan perusahaan. Loyalitas menunjukkan kondisi dari waktu ke waktu tertentu dan mensyaratkan bahwa tindakan pembelian tidak kurang dari dua kali (Rifa'i, 2019, p. 70).

Pada tahun 2023 urban *Laundry* mengalami tingkat penurunan jumlah pelanggan banyaknya *kompetitor* (pesaing) yang membuka usaha *Laundry* kiloan. Ketatnya persaingan pada saat ini membuat Urban *Laundry* harus mampu bertahan dan selalu mencoba memberikan pelayanan yang ramah agar dapat menarik perhatian pelanggan dan mempertahankan pelanggannya.

**Tabel 1. 2 Rating Google Kepuasan Pelanggan Laundry Palembang**

| No | Nama Usaha             | Alamat Usaha |
|----|------------------------|--------------|
| 1  | <i>Trikora Laundry</i> | Rate : 5.0   |
| 2  | <i>Js Laundry</i>      | Rate : 4.8   |
| 3  | <i>HD Laundry</i>      | Rate : 4.5   |
| 4  | <i>Stylish Laundry</i> | Rate : 4.0   |
| 5  | <i>Urban Laundry</i>   | Rate : 3.7   |

Sumber : Survey penulis, 2024

Menurut data pada Tabel 1.2 menunjukkan rating Google terkait kepuasan pelanggan pada beberapa usaha laundry di Palembang, di mana *Trikora Laundry* memiliki rating tertinggi (5.0), menandakan tingkat kepuasan pelanggan yang sangat baik tanpa ulasan negatif yang signifikan, diikuti oleh *Js Laundry* dengan rating 4.8 yang juga menunjukkan kepuasan tinggi meskipun ada beberapa pelanggan yang memberikan rating di bawah 5. *HD Laundry* mendapatkan rating 4.5, yang masih tergolong baik namun sedikit lebih rendah dibandingkan dua usaha sebelumnya, sementara *Stylish Laundry* memiliki rating 4.0, menunjukkan bahwa meskipun pelayanannya cukup baik, ada beberapa aspek yang perlu ditingkatkan berdasarkan ulasan pelanggan. *Urban Laundry* memiliki rating terendah (3.7), yang menandakan tingkat kepuasan pelanggan lebih rendah dibandingkan usaha lainnya dalam daftar ini.

Secara keseluruhan, rating ini dapat menjadi indikator kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, di mana usaha dengan rating lebih tinggi

cenderung memberikan pengalaman yang lebih baik, sementara usaha dengan rating lebih rendah mungkin perlu melakukan evaluasi terhadap layanan, harga, atau faktor lain yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk menjaga loyalitas konsumen urban *Laundry* menerapkan sistem member menggunakan bentuk paket cucian untuk pelanggan urban *Laundry*, paket cucian sendiri terdiri dari 3 jenis paket, yaitu :

**Tabel 1. 3 Paket Urban *Laundry***

| Nama Paket      | Jumlah (Kg) | Harga       |
|-----------------|-------------|-------------|
| <i>Silver</i>   | 20 Kg       | Rp. 100.000 |
| <i>Gold</i>     | 40 Kg       | Rp. 200.000 |
| <i>Platinum</i> | 60 Kg       | Rp. 300.000 |

Sumber : Urban *Laundry* Palembang

Berdasarkan tabel 1.3, paket silver merupakan paket dengan jumlah cucian terkecil, yaitu sebesar 20 kg. Paket gold menyediakan layanan untuk 40 kg cucian, yang kebutuhannya lebih besar. Paket platinum menyediakan jumlah cucian mencapai 60kg, ditujukan untuk pelanggan dengan skala kebutuhan *Laundry* lebih besar. Pelanggan dapat memilih layanan sesuai dengan kebutuhan berat cucian mereka, dari paket terkecil hingga yang terbesar.

Standar Operasi Urban *Laundry* meliputi beberapa tahapan utama. Tahap pertama adalah penerimaan cucian, di mana pakaian diterima, ditimbang dengan akurat, dicatat jumlahnya, dan dibuatkan nota; beban yang diterima adalah pakaian kotor. Selanjutnya, pakaian dipilih dan

dipisahkan berdasarkan sensitivitas terhadap mesin, air, atau bahan kimia untuk menghindari kerusakan. Setelah itu, pakaian diberi tanda (tagging) agar tidak tertukar saat proses pencucian. Proses mencuci terdiri dari pra-cuci untuk menghilangkan kotoran berat, pencucian, pembilasan dengan pelembut, dan pengeringan ekstrak sehingga pakaian dalam kondisi lembab.

Setelah itu, pakaian dikeringkan hingga 100% menggunakan matahari atau mesin pengering, tergantung kondisi cuaca dan kebutuhan. Tahap berikutnya adalah penyetrican dengan suhu yang disesuaikan dengan jenis kain, khususnya berhati-hati pada pakaian bergambar. Terakhir, dilakukan sentuhan akhir berupa penyemprotan parfum *Laundry* untuk memberikan aroma wangi sebelum pakaian dikemas. (Hendra, 2024)

Menurut (Septiano *et al.*, 2023) Pelanggan akan merasa puas ketika layanan yang diberikan memenuhi ekspektasi mereka, misalnya hasil cucian yang bersih, pelayanan tepat waktu, dan sikap ramah dari staf. Selain itu, promosi seperti potongan harga serta layanan personal juga berperan dalam meningkatkan kepuasan. Dengan menjaga standar layanan dan selalu mengutamakan kebutuhan pelanggan, *Urban Laundry* berusaha menjalin hubungan baik yang pada akhirnya berkontribusi terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan dalam jangka panjang. (Hendra, 2024)

Dalam berbagai usaha, penentuan harga barang dan jasa merupakan kunci strategi yang dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti deregulasi, persaingan yang semakin ketat, serta fluktuasi pertumbuhan ekonomi dan

peluang usaha di pasar. Harga memiliki dampak signifikan terhadap posisi dan kinerja keuangan perusahaan, serta memengaruhi persepsi pembeli dan penentuan posisi merek (Indrasari, 2019)

Harga sering dijadikan acuan oleh konsumen ketika mereka kesulitan menilai kualitas produk yang kompleks. Ketika konsumen mencari barang dengan mutu tinggi, biasanya mereka menganggap harga yang lebih mahal sebagai cerminan kualitas yang baik. Sebaliknya, jika konsumen hanya menginginkan barang dengan kualitas yang standar atau biasa saja, harga yang lebih rendah dianggap lebih sesuai. (Indrasari, 2019, p. 37).

Pada penelitian (Sholikhah & Hadita, 2023), harga tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas maupun kepuasan pelanggan, ditunjukkan oleh nilai T statistik yang lebih rendah dari T tabel (1,96), sehingga hipotesis tentang pengaruh harga tidak diterima. Namun, pada penelitian (Hariono *et al.*, 2021), harga memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap kepuasan serta loyalitas pelanggan, dibuktikan oleh nilai T statistik yang lebih tinggi dari T tabel (1,96), yang mengakibatkan hipotesis tentang pengaruh harga diterima. Perbedaan ini mungkin disebabkan oleh perbedaan dalam konteks, sampel, atau metode analisis yang digunakan di kedua penelitian.

Konsisten melayani pelanggan dengan ramah merupakan langkah yang dapat dilakukan guna meningkatkan loyalitas pelanggan, ada

beberapa alasan kenapa pelanggan tetap setia pada merek-merek tertentu. Selain karena kualitas jasa yang bagus dan dijaga dengan baik, pelayanan yang ramah juga menjadi salah satu aspek yang dipertimbangkan oleh pelanggan. Pelayanan yang cepat tanggap dan ramah akan membuat pelanggan merasa nyaman. Melalui pelayanan yang baik dan ramah, hubungan antara merek dengan pelanggan akan semakin dalam. Saat pelanggan sudah merasa nyaman, mereka umumnya malas untuk pindah ke merek lain. Untuk membentuk pelanggan merasa nyaman, tidak bisa hanya sekedar memberi pelayanan yang ramah di kunjungan yang pertama atau untuk yang kedua kalinya. Pelayanan seperti ini harus diberikan secara konsisten dan terus-menerus. (Srisusilawati *et al.*, 2023, p. 79)

Kualitas layanan merupakan faktor penting dalam membangun kepuasan pelanggan, yang kemudian berdampak pada loyalitas. Penelitian ini juga menyoroti bagaimana faktor-faktor seperti kecepatan layanan dan keramahan staf memengaruhi persepsi pelanggan. Selain itu, penelitian oleh (Barja, 2024) mengkonfirmasi bahwa peningkatan kualitas layanan secara langsung berhubungan dengan peningkatan loyalitas pelanggan. (Ridwan *et al.*, 2024)

Meningkatnya Kompetisi di Sektor Jasa *Laundry* Berdasarkan laporan industri jasa kecil-menengah di Palembang, sektor *Laundry* mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Hal ini menciptakan persaingan yang ketat, di mana pelanggan memiliki

banyak pilihan penyedia layanan dikutip dari Data UMKM Palembang, 2023. Urgensi masalah yang ada adalah persaingan industri jasa *Laundry* yang sangat kompetitif, di mana harga dan kualitas layanan menjadi faktor utama yang memengaruhi keputusan pelanggan. Penulis ingin memahami hubungan antara kedua faktor ini (harga dan kualitas layanan) terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan untuk membantu Urban *Laundry* mempertahankan daya saingnya.

Berdasarkan latar belakang di atas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan Pada Urban *Laundry* Palembang”**.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan di Urban *Laundry* Palembang?
- 2) Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di Urban *Laundry* Palembang?
- 3) Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Urban *Laundry* Palembang?
- 4) Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Urban *Laundry* Palembang?

- 5) Bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di Urban *Laundry* Palembang?
- 6) Bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada pengguna jasa Urban *Laundry* Palembang?
- 7) Bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada pengguna jasa Urban *Laundry* Palembang?

### 1.3 Ruang Lingkup Penelitian

Penelitian ini berfokus pada pengaruh Harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Urban *Laundry* di Palembang. Adapun ruang lingkup penelitian ini meliputi :

1. Terdapat 2 variabel X, 1 variabel Y, dan 1 variabel mediasi dalam penelitian ini, yakni Harga (X1), Kualitas Layanan (X2), Kepuasan Pelanggan (Mediasi), dan Loyalitas Pelanggan (Y).
2. Objek penelitian adalah Urban *Laundry*, yaitu jasa *Laundry* yang menyediakan berbagai layanan termasuk pencucian pakaian, penyetrikaan pakaian, serta layanan pelanggan.
3. Lokasi penelitian berada di Palembang, Sumatra Selatan, Indonesia.
4. Penelitian akan dilaksanakan selama dua bulan, yaitu pada bulan Oktober dan November.

#### 1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan penelitian ini, adalah :

- 1) Mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan di Urban *Laundry* Palembang?
- 2) Mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan di Urban *Laundry* Palembang?
- 3) Mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan di Urban *Laundry* Palembang?
- 4) Mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan di Urban *Laundry* Palembang?
- 5) Mengetahui bagaimana pengaruh kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di Urban *Laundry* Palembang?
- 6) Mengetahui bagaimana pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada pengguna jasa Urban *Laundry* Palembang?
- 7) Mengetahui bagaimana pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan dengan kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi pada pengguna jasa Urban *Laundry* Palembang?

#### 1.5 Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

- Manfaat Teoritis:
  - 1) Menambah wawasan dan pengetahuan dalam bidang pemasaran, khususnya terkait pengaruh harga dan kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.
  - 2) Memberikan kontribusi akademis bagi penelitian-penelitian sejenis di masa depan.
- Manfaat Praktis:
  - 1) Memberikan rekomendasi bagi Urban *Laundry* dalam menyusun strategi promosi dan peningkatan kualitas layanan untuk meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.
  - 2) Membantu pengusaha *Laundry* lainnya dalam menghadapi persaingan dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan.

## 1.6 Sistematika Penelitian

Adapun sistematika penelitian ini sebagai berikut :

### **BAB I            PENDAHULUAN**

Pada penelitian BAB I membahas mengenai pendahuluan yang terdiri dari latar belakang, rumusan masalah, ruang lingkup penelitian, tujuan penelitian dan manfaat penelitian.

### **BAB II           TINJAUAN PUSTAKA**

Pada penelitian BAB II ini membahas mengenai tinjauan Pustaka antara lain landasan teori yang di bahas yaitu Pengaruh Harga Dan Kualitas Layanan ( X 1 Dan X2 ) Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan ( Y1 Dan Y2 ) Pada Urban *Laundry* Palembang ( Objek Penelitian ).

Penelitian ini juga membahas mengenai penelitian sebelumnya juga menurut teori para ahli serta teori yang dipakai, membuat kerangka pemikiran dari rumusan masalah dan hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada penelitian BAB III membahas objek metode penelitian yang terdiri dari pendekatan penelitian, objek/subjek penelitian, jenis data, Teknik pengumpulan data dan analisis data dalam pengambilan sampel dan populasi yang dipakai dalam penelitian.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini penulis akan membahas mengenai pengolahan data yang telah diperoleh berkaitan dengan pembahasan masalah yang sedang diteliti penulis. Didalam bab ini

terdapat gambaran umum objek penelitian, hasil penelitian serta pembahasan penelitian.

## **BAB V KESIMPULAN DAN SARAN**

Pada bab ini penulis akan menarik kesimpulan dari hasil penelitian yang telah diperoleh dari hasil dan pembahasan, dan penulis akan memberikan saran bagi perusahaan dan peneliti selanjutnya.

