

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA RUMAH LAUNDRY Q-LOAN BALONGPANGGANG GRESIK

Adella Angelyta Fitria Novara

Program Studi Manajemen Bisnis, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya, Indonesia

e-mail: Kenzielev17@gmail.com

Published: September, 2026

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan serta mengetahui tingkat kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada Rumah Laundry Q-Loan Balongpanggang Gresik. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Sampel penelitian berjumlah 60 pelanggan yang telah dipilih menggunakan purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, normalitas, regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan valid dan reliabel serta data berdistribusi normal. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikan 0,015. Nilai R Square sebesar 0,097 menunjukkan kontribusi kualitas pelayanan sebesar 9,7% terhadap kepuasan pelanggan. Secara deskriptif, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan masing-masing berada dalam kategori baik.

Kata kunci: kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, laundry, regresi linear

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of service quality on customer satisfaction and to determine the level of service quality and customer satisfaction at Q-Loan Laundry House, Balongpanggang, Gresik. This study employed a quantitative approach using a survey method. The sample consisted of 60 customers selected through purposive sampling. Data were collected using a Likert-scale questionnaire and analyzed through validity, reliability, normality, simple regression, t-test, and coefficient of determination tests. The results showed that all questionnaire items were valid and reliable, and the data were normally distributed. Service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction, with a significance value of 0.015. The R Square value of 0.097 indicates that service quality contributed 9.7% to customer satisfaction. Descriptively, both service quality and customer satisfaction were categorized as good.

Keywords: service quality, customer satisfaction, laundry, linear regression

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

PENDAHULUAN

Persaingan yang semakin tinggi membuat pelaku usaha perlu memperhatikan kualitas pelayanan agar kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi dengan baik. Bagi usaha yang bergerak di bidang jasa, penilaian pelanggan tidak hanya terbentuk dari hasil yang diterima, tetapi juga dari pengalaman selama proses pelayanan. Karena itu, kualitas pelayanan menjadi salah satu aspek penting yang dapat memengaruhi penilaian pelanggan terhadap suatu usaha.

Tingkat kepuasan pelanggan dapat menjadi salah satu gambaran keberhasilan sebuah usaha jasa dalam memenuhi harapan konsumennya. Kotler dan Keller (2016) menjelaskan bahwa kepuasan

meliputi perasaan yang muncul setelah pelanggan membandingkan kinerja produk atau jasa yang dirasakan dengan harapannya. Apabila kinerja yang diterima memenuhi atau melebihi harapan, pelanggan cenderung merasa puas. Sebaliknya, pelayanan yang tidak sesuai dengan harapan dapat mengakibatkan ketidakpuasan.

Salah satu pendekatan yang dapat digunakan untuk menilai kualitas pelayanan adalah model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (1988). Model tersebut mencakup lima dimensi, yaitu reliability atau keandalan, responsiveness atau daya tanggap, assurance atau jaminan, empathy atau empati, dan tangibles atau bukti fisik. Kelima dimensi tersebut digunakan untuk menggambarkan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima. Meskipun SERVQUAL merupakan model lama yang telah digunakan, penerapannya masih relevan dan dapat disesuaikan dengan konteks industri serta karakteristik pelanggan (Harisankar & Thonakkot, 2023).

Usaha laundry mencakup salah satu bentuk usaha jasa yang berkembang seiring dengan meningkatnya aktivitas dan mobilitas masyarakat. Kebutuhan terhadap layanan yang praktis dan efisien membuat masyarakat menggunakan jasa laundry untuk membantu memenuhi kebutuhan pencucian pakaian. Kondisi tersebut membuat pelaku usaha laundry perlu memperhatikan kualitas pelayanan agar mampu memenuhi harapan pelanggan dan mempertahankan keberlangsungan usahanya.

Rumah Laundry Q-Loan adalah usaha yang bergerak dalam layanan pencucian pakaian yang berlokasi di Jalan Raya Pilang Sari No. 11, RT.04/RW.01, Desa Kedungpring Kecamatan Balongpanggang, Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Usaha ini melayani pencucian pakaian harian, selimut dan berbagai jenis cucian lainnya dengan sistem layanan reguler. Dalam kegiatan operasionalnya, Rumah Laundry Q-Loan mengutamakan kualitas hasil cucian, ketepatan waktu penyelesaian, serta yang ramah kepada pelanggan.

Pra-survei terhadap 10 pelanggan, sebanyak 8 pelanggan menyampaikan keluhan terkait pelayanan yang diterima. Keluhan yang muncul antara lain berkaitan dengan hasil cucian yang terkadang kurang licin, aroma parfum laundry yang dinilai kurang tahan lama, serta waktu penyelesaian yang dianggap kurang cepat terutama ketika volume pesanan meningkat pada musim hujan. Kondisi tersebut diduga berkaitan dengan keterbatasan tenaga kerja dan kapasitas peralatan yang dapat memengaruhi konsistensi pelayanan.

Permasalahan ini menunjukkan adanya aspek pelayanan yang perlu dikaji secara lebih terukur berlandaskan persepsi pelanggan. Sebelum penelitian dilakukan, evaluasi kualitas pelayanan di Rumah Laundry Q-Loan belum dilakukan secara sistematis menggunakan instrumen penelitian yang dapat menggambarkan kondisi pelayanan secara objektif. Atas dasar permasalahan tersebut, penelitian ini dilaksanakan untuk menggambarkan kondisi kualitas pelayanan sekaligus untuk mengukur nilai kepuasan pelanggan.

Sejumlah penelitian sebelumnya menemukan adanya hubungan terkait antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan pada berbagai bidang usaha jasa. Asrida Samyasa, dan Gunawan (2021) dalam penelitiannya menemukan adanya pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada jasa laundry di wilayah Pajeng. Priadi dan Utomo (2021) juga menunjukkan adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada pengguna jasa Sampurna Laundry. Sementara itu, penelitian Syerlina, Irman, dan Asbara (2022) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa laundry.

Temuan serupa juga ditemukan pada konteks UMKM. Shaff dan Anas (2024) menemukan bahwa kepuasan konsumen pada UMKM Bakmi Jawa Hj. Jum Bekasi Timur dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, kualitas produk, serta harga. Meskipun objek penelitian tersebut berbeda dengan usaha laundry, penggunaan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen menegaskan bahwa aspek pelayanan tetap relevan untuk diperhatikan pada berbagai jenis usaha.

Dengan adanya kondisi tersebut penelitian ini dilaksanakan untuk mengetahui keterkaitan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Laundry Q-Loan Balongpanggang Gresik. Selain menguji pengaruh antarvariabel, penelitian ini turut menilai kualitas pelayanan serta mengukur kepuasan pelanggan. Diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi

mengenai kondisi pelayanan berdasarkan persepsi pelanggan serta menjadi bahan evaluasi bagi Rumah Laundry Q-Loan dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

METODE

Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan rancangan asosiatif kausal. Rancangan tersebut dipakai untuk menguji hubungan kausal antara kualitas pelayanan sebagai variabel independen (X) dan kepuasan pelanggan yang berperan sebagai variabel dependen (Y). Obejek penelitian berada di Rumah Laundry Q-Loan yang berlokasi di Jalan Raya Pilang Sari No.11, RT.04/RW.01, Desa Kedungpring, Kecamatan Balongpanggang, Kabupaten Gresik, Jawa Timur. Proses pengumpulan data berlangsung selama bulan Maret hingga April 2026.

Populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh pelanggan Rumah Laundry Q-Loan Balongpanggang Gresik yang menggunakan layanan laundry selama masa penelitian. Jumlah pelanggan yang menggunakan jasa laundry kerap mengalami perubahan dan tidak dapat diketahui secara pasti, maka populasi dikategorikan sebagai populasi tak terhingga. Sampel penelitian berjumlah 60 responden. Jumlah tersebut ditentukan berdasarkan 12 indikator penelitian yang terdiri dari enam indikator kualitas pelayanan dan enam indikator kepuasan pelanggan, dengan pedoman minimal lima kali jumlah keseluruhan indikator.

Pemilihan responden dilakukan dengan teknik purposive sampling sesuai kriteria yang telah ditetapkan. Kriteria tersebut meliputi pelanggan yang pernah bertransaksi di Rumah Laundry Q-Loan Balongpanggang Gresik, berdomisili di Balongpanggang dan sekitarnya. Berusia sekurang-kurangnya 17 tahun, serta telah menggunakan jasa laundry minimal satu kali. Penyebaran kuesioner dilakukan secara langsung kepada responden yang sesuai dengan kriteria sampel.

Instrumen yang digunakan berupa kuesioner dengan empat pilihan jawaban sesuai basis dasar skala Likert, yaitu sangat setuju dengan skor 4, setuju dengan skor 3, tidak setuju dengan skor 2, sangat tidak setuju dengan skor 1. Kualitas pelayanan diukur melalui enam pernyataan yang mempresentasikan kondisi tempat dan peralatan, ketepatan waktu, hasil cucian, kecepatan pelayanan, dan respons karyawan terhadap keluhan. Adapun kepuasan pelanggan dinilai berdasarkan enam pernyataan yang berkaitan dengan kesesuaian hasil dengan harapan, rasa aman, aroma parfum, keinginan untuk menggunakan kembali, kesediaan memberikan rekomendasi, serta kepuasan atas pelayanan yang diterima.

Pengolahan data dilakukan dengan bantuan IBM SPSS. Analisis mencakup statistik deskriptif, pengujian validitas dan reliabilitas, uji normalitas, analisis regresi linear sederhana, uji t, serta pengujian koefisien determinasi (R^2). Validitas instrumen diuji menggunakan korelasi Pearson Product Moment. Suatu item dinyatakan valid apabila r hitung lebih besar dari r tabel. Adapun pengujian reliabilitas dilakukan dengan metode pengukuran nilai Cronbach's Alpha, dengan instrumen dinyatakan reliabel apabila nilai koefisiennya melebihi 0,6. Normalitas data diuji menggunakan Kolmogorov-Smirnov pada taraf signifikansi 0,05. Regresi linear sederhana digunakan untuk menguji pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Selanjutnya, uji t digunakan untuk melihat pengaruh variabel secara parsial. Nilai koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar kontribusi kualitas pelayanan dalam menjelaskan kepuasan pelanggan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Pengujian instrumen menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan maupun kepuasan pelanggan memenuhi kriteria validitas. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh item pada variabel kualitas pelayanan memenuhi kriteria yaitu berada pada rentang 0,307-0,644, karena nilai r tabel sebesar 0,254. Begitu juga pada variabel kepuasan pelanggan, nilai r hitung terlihat pada rentang 0,314-0,529. Seluruh nilai tersebut lebih besar daripada r tabel sehingga seluruh item pernyataan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam analisis penelitian.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	No.	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan	1	X1	0,644	0,254	Valid
	2	X2	0,415	0,254	Valid
	3	X3	0,307	0,254	Valid
	4	X4	0,387	0,254	Valid
	5	X5	0,366	0,254	Valid
	6	X6	0,414	0,254	Valid
Kepuasan Pelanggan	1	Y1	0,494	0,254	Valid
	2	Y2	0,480	0,254	Valid
	3	Y3	0,529	0,254	Valid
	4	Y4	0,314	0,254	Valid
	5	Y5	0,374	0,254	Valid
	6	Y6	0,527	0,254	Valid

Pengujian reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen penelitian memiliki tingkat konsistensi yang memenuhi kriteria. Variabel kualitas pelayanan memperoleh nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,609, sedangkan variabel kepuasan pelanggan memperoleh nilai sebesar 0,642. Karena kedua nilai tersebut telah melebihi batas dari 0,60 maka seluruh instrumen pernyataan dapat dinyatakan reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,609	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,642	Reliabel

Pengujian normalitas menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov memperoleh nilai signifikan sebesar 0,200. Nilai tersebut berada di atas 0,05. Sehingga data yang digunakan dalam penelitian memenuhi kriteria distribusi normal dan dapat dilanjutkan pada tahap analisis regresi linear sederhana.

Hasil analisis regresi linear sederhana menghasilkan persamaan:

$$Y = 14,860 + 0,278X$$

Nilai konstanta sebesar 14,860 menunjukkan nilai kepuasan pelanggan ketika kualitas pelayanan dianggap bernilai nol. Sementara itu, koefisien regresi kualitas pelayanan sebesar 0,278 menunjukkan arah hubungan yang positif. Yang berarti, disetiap peningkatan satu satuan kualitas pelayanan diperkirakan akan terjadi peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,278 satuan.

Tabel 3. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Variabel	Koefisien Regresi	t hitung	Sig	Keterangan
Konstanta	14,860	-	-	-
Kualitas Pelayanan (X)	0,278	2,499	0,015	Signifikan

Pengujian secara parsial menghasilkan nilai t hitung sebesar 2,499, dengan nilai signifikansi sebesar 0,015. Nilai t hitung tersebut lebih besar dibandingkan t tabel yang diketahui bernilai 2,00, sedangkan nilai signifikansinya berada di bawah 0,05. Berdasarkan perhitungan tersebut, kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Karena hal itu, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima.

Tabel 4. Koefisien Determinasi

Model	R Square	Persentase	Keterangan
1	0,097	9,7%	Pengaruh

Koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,097 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan mampu menjelaskan 9,7% variasi kepuasan pelanggan. Adapun 90,3% sisanya berkaitan dengan faktor lain di luar variabel yang dianalisis dalam penelitian ini. Faktor tersebut dapat mencakup harga, lokasi, promosi, kualitas hasil cuci, kecepatan pelayanan, serta karakteristik pribadi pelanggan seperti harapan dan preferensi.

Temuan penelitian memperlihatkan adanya pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Meskipun demikian, kepuasan pelanggan tidak sepenuhnya ditentukan oleh aspek pelayanan saja. Hal ini terlihat dari besarnya kontribusi kualitas pelayanan yang relatif terbatas dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan.

Hasil tersebut sejalan dengan Asrida, Samyasa, dan Gunawan (2021) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jasa laundry. Hasil penelitian ini juga diperoleh oleh Priadi dan Utomo (2021) yang menunjukkan adanya keterkaitan antara kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan ketika menggunakan jasa Sampurna Laundry. Keselarasan hasil tersebut menunjukkan bahwa aspek pelayanan memiliki peranan dalam membentuk kepuasan pelanggan pada bidang usaha laundry.

Temuan Syerlina, Irman, dan Asbara (2022) turut memberikan dukungan hasil penelitian ini. Penelitian itu mencerminkan bahwa kualitas pelayanan serta harga berperan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan ketika menggunakan jasa laundry. Perbedaan kedua penelitian dapat dilihat dari jumlah variabel independen yang dianalisis. Dalam penelitian ini, analisis difokuskan pada kualitas pelayanan sebagai variabel independen yang diuji hubungannya dengan kepuasan pelanggan.

Dengan demikian, perbaikan pada aspek kualitas pelayanan di Rumah Laundry Q-Loan dapat memaksimalkan kepuasan pelanggan. Namun, karena kontribusi kualitas pelayanan hanya sebesar 9,7%, pihak usaha juga perlu memperhatikan aspek lain yang berpotensi membentuk kepuasan pelanggan.

Kualitas Pelayanan pada Rumah Laundry Q-Loan Balongpanggang Gresik

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan didapatkan nilai rata-rata keseluruhan sebesar 18,8 dan termasuk kategori baik. Hasil tersebut mengindikasikan bahwa pelanggan secara umum memberikan penilaian positif terhadap pelayanan yang diterima di Rumah Laundry Q-Loan.

Tabel 5. Hasil Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan

No.	Indikator	Rata-rata	Kategori
1	X1	3,1	Baik
2	X2	3,34	Baik
3	X3	3,1	Baik
4	X4	3,2	Baik
5	X5	3,1	Baik
6	X6	2,9	Baik
Rata-rata total		18,8	Baik

Indikator X2 mendapatkan rata-rata tertinggi sebesar 3,34, sedangkan X6 menghasilkan rata-rata terendah sebesar 2,90. Berdasarkan pernyataan kuesioner, X2 berkaitan dengan peralatan yang digunakan terlihat layak dan memadai, sedangkan X6 berkaitan dengan kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan. Dengan demikian, kondisi peralatan memperoleh penilaian yang relatif lebih tinggi, sedangkan aspek kecepatan pelayanan menjadi bagian yang masih perlu mendapatkan perhatian.

Hasil tersebut dapat dikaitkan dengan kondisi operasional Rumah Laundry Q-Loan yang memiliki keterbatasan tenaga kerja dan kapasitas peralatan. Ketika volume pesanan meningkat, khususnya pada musim hujan, proses penyelesaian pesanan dapat menjadi lebih lambat. Hal ini selaras dengan hasil pra-survei yang menunjukkan adanya pelanggan yang mengeluhkan waktu penyelesaian laundry.

Secara keseluruhan, kualitas pelayanan yang berada pada kategori baik menunjukkan bahwa pelayanan Rumah Laundry Q-Loan telah dinilai cukup positif oleh pelanggan. Namun, kategori baik tidak berarti seluruh aspek pelayanan sudah optimal. Aspek dengan nilai terendah tetap perlu diperhatikan agar kualitas pelayanan dapat ditingkatkan secara merata.

Hasil tersebut sejalan dengan penelitian Shaff dan Anas (2024) yang menggambarkan pentingnya kualitas pelayanan dalam membentuk kepuasan konsumen pada UMKM. Meskipun objek penelitian berbeda, yaitu usaha kuliner, kesamaan variabel menunjukkan bahwa kualitas pelayanan tetap menjadi bagian penting dalam pengalaman pelanggan. Sementara itu, penelitian Asrida et al. (2021) dan Priadi dan Utomo (2021) memberikan pembandingan yang lebih dekat karena sama-sama dilakukan pada konteks usaha laundry.

Dengan demikian, kualitas pelayanan Rumah Laundry Q-Loan secara umum sudah baik, tetapi peningkatan pada aspek kecepatan pelayanan perlu menjadi perhatian agar penilaian pelanggan terhadap pelayanan dapat semakin optimal.

Kepuasan Pelanggan pada Rumah Laundry Q-Loan Balongpanggang Gresik

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan memiliki nilai rata-rata keseluruhan sebesar 20,1 dan termasuk dalam kategori baik. Hal tersebut mengungkapkan bahwa secara menyeluruh pelanggan merasa cukup puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh Rumah Laundry Q-Loan.

Tabel 6. Hasil Analisis Deskriptif Kepuasan Pelanggan

No.	Indikator	Rata-rata	Kategori
1	Y1	3,29	Baik
2	Y2	3,4	Baik
3	Y3	3,37	Baik
4	Y4	3,3	Baik
5	Y5	3,4	Baik
6	Y6	3,3	Baik
Rata-rata total		20,1	Baik

Nilai rata-rata tertinggi terdapat pada Y2 dan Y5, masing-masing sebesar 3,40, sedangkan nilai terendah terdapat pada Y1, yaitu 3,29. Berdasarkan instrumen penelitian, Y1 berkaitan dengan kesesuaian hasil cucian dengan harapan pelanggan, Y2 berkaitan dengan rasa aman dalam menitipkan pakaian, Y3 berkaitan dengan kesesuaian aroma parfum laundry dengan harapan, Y4 berkaitan dengan keinginan menggunakan kembali jasa, Y5 berkaitan dengan kesediaan merekomendasikan Rumah Laundry Q-Loan kepada orang lain, dan Y6 berkaitan dengan kepuasan terhadap pelayanan.

Hasil tersebut mengungkapkan bahwa pelanggan memberikan penilaian yang baik atas kepuasan yang mereka rasakan. Nilai tinggi pada rasa aman dan kesediaan merekomendasikan menunjukkan adanya kepercayaan dan pengalaman positif yang dirasakan pelanggan. Di sisi lain, nilai Y1 yang menjadi nilai terendah menunjukkan bahwa kesesuaian hasil layanan dengan harapan masih dapat ditingkatkan.

Temuan ini sejalan dengan penelitian Syerlina, Irman, dan Asbara (2022) yang menegaskan adanya pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan saat penggunaan jasa laundry. Hasil penelitian Asrida et al. (2021) juga memperlihatkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen pada usaha jasa laundry. Sementara itu, Priadi dan

Utomo (2021) turut memperkuat hasil tersebut melalui temuan bahwa kualitas pelayanan terbukti memengaruhi kepuasan pelanggan pada jasa laundry.

Kepuasan pelanggan yang berada pada kategori baik juga sesuai dengan hasil pengujian regresi yang menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Namun nilai R Square sebesar 9,7% menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan tidak hanya terbentuk dari kualitas pelayanan. Oleh sebab itu, Rumah Laundry Q-Loan perlu mempertahankan kualitas pelayanan yang telah dinilai baik sekaligus memperhatikan faktor lain yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Hasil analisis menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Rumah Laundry Q-Loan Balongpanggang Gresik, dengan nilai signifikan sebesar 0,015 dan kontribusi sebesar 9,7%. Kualitas pelayanan berada pada kategori baik dengan rata-rata 20,1. Rumah Laundry Q-Loan disarankan mempertahankan pelayanan yang sudah baik dan terus berusaha untuk meningkatkan aspek yang masih rendah, terutama kecepatan pelayanan dan kesesuaian hasil cucian. Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan faktor lain seperti harga, lokasi, promosi, dan kualitas hasil cucian.

UCAPAN TERIMA KASIH

Apresiasi disampaikan kepada pihak Rumah Laundry Q-Loan Balongpanggang Gresik dan seluruh responden yang telah mendukung proses penelitian melalui pemberian informasi serta meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam proses pengumpulan data.

REFERENCES

- Ariswa, R., Aprilia, N., Arifah, A. N., Madyasari, R., & Akbar, T. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada UMKM (Studi kasus Kedai Donki Eatery & Coffee). *Proceeding National Conference Business, Management, and Accounting*, 1024–1034.
- Asrida, P. D., Samyasa, I. P. Y., & Gunawan, I. W. T. (2021). Pengaruh lokasi usaha, kualitas pelayanan dan kualitas jasa terhadap kepuasan konsumen pada usaha jasa laundry di wilayah Pejeng. *Widyadari*, 22(1), 229–240.
- Halawa, M. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Doclean Laundry di Kota Pekanbaru. *Sains Akuntansi dan Keuangan*, 1(4), 299–307.
- Harisankar, T., & Thonakkot, L. S. (2023). SERVQUAL: A literature review. *NCERC International Journal of Advanced Science, Engineering and Technology*, 2(1), 33–39.
- Manunggal, B., & Afriadi, B. (2023). SERVQUAL in higher education institutions. *International Journal of Business, Law, and Education*, 4(1), 107–114.
- Priadi, A., & Utomo, S. B. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa Sampurna Laundry. *Jurnal Semarak*, 4(3), 30.
- Rohaeni, H., & Marwa, N. (2018). Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. *Jurnal Ecodemica*, 2(2), 312–318.
- Shaff, M. G., & Anas, H. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan harga terhadap kepuasan konsumen pada UMKM Bakmi Jawa Hj. Jum Bekasi Timur. *IJESM Indonesian Journal of Economics and Strategic Management*, 2(3), 2140–2149.
- Singh, V., Sharma, M. P., Jayapriya, K., Kumar, B. K., Chander, M. A. R. N., & Kumar, B. R. (2023). Service quality, customer satisfaction and customer loyalty: A comprehensive literature review. *Journal of Survey in Fisheries Sciences*, 10(4S), 3457–3464.
- Syerlina, S., Irman, U. D., & Asbara, N. W. (2022). Pengaruh harga, promosi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa Laundry 99 di Makassar. *Nobel Management Review*, 3(4), 622–634.