

ABSTRAK

Mama Laundry adalah perusahaan laundry yang didirikan pada tahun 2020 di Jl. Mars Raya No. 46. Perusahaan ini menyediakan layanan laundry berkualitas tinggi, termasuk laundry pakaian sehari-hari, pencucian karpet, perawatan boneka, dan pencucian sepatu. Penelitian ini mengidentifikasi masalah terkait loyalitas konsumen, khususnya pada indikator pembelian ulang dan ketetapan pada merek, yang disebabkan oleh kurangnya kualitas pelayanan jasa, terutama dari segi keandalan (*reliability*) dan jaminan (*insurrance*).

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap loyalitas konsumen Mama Laundry. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, dengan menggunakan data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu observasi non-partisipan, wawancara, dan penyebaran kuesioner kepada 60 responden yang merupakan konsumen Mama Laundry. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, uji reliabilitas, regresi linear sederhana, korelasi rank spearman, koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan jasa berpengaruh sebesar 52,8% terhadap loyalitas konsumen, sementara sisanya sebesar 47,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Hambatan dalam kualitas pelayanan mencakup persaingan ketat akibat banyaknya usaha laundry kiloan yang muncul serta kendala sumber daya manusia, yaitu kurangnya tenaga kerja terampil yang memahami teknik pencucian dan penanganan kain. Oleh karena itu, upaya perbaikan dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas layanan dan menyediakan pelatihan yang sesuai.

Saran yang dapat diberikan oleh peneliti meliputi pembuatan program pelatihan dan pengembangan karyawan, memastikan jasa yang ditawarkan memiliki standar kualitas yang tinggi dan konsisten, serta menerapkan sistem pengelolaan keluhan yang efektif untuk menangani keluhan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan Jasa, Loyalitas Konsumen

ABSTRACT

Mama Laundry is a laundry company founded in 2020 on Jl. Mars Raya No. 46. This company provides high-quality laundry services, including daily laundry, carpet washing, doll care, and shoe washing. This research identifies problems related to consumer loyalty, especially in repeat purchase indicators and brand loyalty, which are caused by a lack of service quality, especially in terms of reliability and insurance.

The aim of this research is to determine the influence of service quality on Mama Laundry consumer loyalty. This research uses quantitative methods with a descriptive approach, using primary data and secondary data. The data collection techniques used were non-participant observation, interviews, and distributing questionnaires to 60 respondents who were Mama Laundry consumers. Data analysis was carried out through validity tests, reliability tests, simple linear regression, Spearman rank correlation, coefficient of determination, and hypothesis testing.

The research results show that service quality has a 52.8% influence on consumer loyalty, while the remaining 47.2% is influenced by other factors outside the research. Barriers to service quality include intense competition due to the large number of laundry businesses emerging as well as human resource constraints, namely the lack of skilled workers who understand washing techniques and handling cloth. Therefore, improvement efforts can be made by improving service quality and providing appropriate training.

Suggestions that researchers can give include creating employee training and development programs, ensuring the services offered have high and consistent quality standards, and implementing an effective complaint management system to handle customer complaints.

Keywords: Service Quality, Consumer Loyalty

ABSTRAK

Mama Laundry mangrupikeun perusahaan laundry anu diadegkeun taun 2020 di Jl. Mars Raya No. 46. Pausahaan ieu nyadiakeun layanan laundry kualitas luhur, kaasup laundry poean, nyeuseuh karpét, miara boneka, jeung cuci sapatu. Ieu panalungtikan ngidentifikasi masalah anu aya patalina jeung kasatiaan konsumen, utamana dina indikator ulang beuli jeung kasatiaan merek, anu disababkeun ku kurangna kualitas layanan, utamana dina hal reliabilitas jeung asuransi.

Tujuan tina ieu panalungtikan nya éta pikeun mikanyaho pangaruh kualitas palayanan kana kasatiaan konsumen Mama Laundry. Ieu panalungtikan ngagunakeun métode kuantitatif kalawan pendekatan déskriptif, ngagunakeun data primer jeung data sekunder. Téhnik ngumpulkeun data anu digunakeun nya éta observasi non partisipan, wawancara, jeung ngadistribusikaeun kuesioner ka 60 réspodén anu mangrupa konsumen Mama Laundry. Analisis data dilaksanakeun ngaliwatan uji validitas, uji réliabilitas, régrési liniér basajan, korelasi pangkat Spearman, koefisien determinasi, jeung uji hipotésis.

Hasil panalungtikan némbongkeun yén kualitas palayanan boga pangaruh 52,8% kana kasatiaan konsumen, sedengkeun sésana 47,2% dipangaruhan ku faktor séjén di luar panalungtikan. Halangan kualitas palayanan kalebet persaingan sengit kusabab seueurna usaha laundry anu muncul ogé kendala sumber daya manusa, nyaéta kurangna tenaga kerja terampil anu ngartos téknik cuci sareng nanganan lawon. Ku alatan éta, usaha perbaikan bisa dilakukeun ku ngaronjatkeun kualitas layanan jeung nyadiakeun latihan luyu.

Saran anu panalungtik tiasa masihan kalebet nyiptakeun program pelatihan sareng pamekaran karyawan, mastikeun jasa anu ditawarkeun ngagaduhan standar kualitas anu luhur sareng konsisten, sareng ngalaksanakeun sistem manajemén keluhan anu épéktip pikeun nanganan keluhan pelanggan.

Kecap Galeuh: Kualitas Palayanan, Kasatiaan Konsumén