

## **KEPUASAN KONSUMEN SEBAGAI MEDIASI DARI DAMPAK KUALITAS PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS KONSUMEN PADA USAHA KING LAUNDRY DI SUMENEP**

**Tila Nurcholisa<sup>1</sup>, Aryo Wibisono<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup> Universitas Wiraraja, Sumenep, Jawa Timur

Email: [tilanur854@gmail.com](mailto:tilanur854@gmail.com)

### **ABSTRACT**

*In the era of globalization, business competition in Indonesia is now growing very rapidly, especially in the service sector. Laundry services are a form of service that is growing rapidly in this era. As the King of the Laundry Business in the heart of the city. The research aims to determine the impact of the role of consumer satisfaction in mediating service quality and consumer loyalty. The population is consumers who use King Laundry services in Sumenep Regency. The number of samples was 75 respondents. With Smart PLS chosen as the data analysis method. From the research results, it was found that service quality has a significant impact on consumer loyalty to the King Laundry business. Furthermore, consumer satisfaction has a role as a mediator of service quality which influences consumer loyalty in the Sumenep King Laundry business.*

**Keywords:** *Service Quality, Consumer Satisfaction, Consumer Loyalty*

### **ABSTRAK**

*Di era globalisasi, persaingan bisnis di Indonesia kini berkembang sangat pesat, khususnya di bidang jasa. Jasa laundry merupakan salah satu bentuk pelayanan yang berkembang pesat di era ini. Sebagai Raja Bisnis Laundry di jantung kota. Penelitian memiliki tujuan untuk mengetahui dampak peranan kepuasan konsumen dalam memediasi kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen. Populasinya konsumen yang menggunakan jasa King Laundry di Kabupaten Sumenep. Jumlah sampelnya 75 responden. Dengan Smart PLS yang dipilih sebagai metode analisis data. Dari hasil penelitian yang didapatkan kualitas pelayanan memiliki dampak signifikan dengan loyalitas konsumen pada bisnis King Laundry. Selanjutnya kepuasan konsumen memiliki peran dalam sebagai mediasi dari kualitas pelayanan berpengaruh dengan loyalitas konsumen pada usaha Sumenep King Laundry.*

**Kata Kunci:** *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Loyalitas Konsumen*

## **PENDAHULUAN**

Industri jasa sendiri merupakan salah satu industri yang banyak diminati oleh para pebisnis. Industri jasa itu sendiri menyediakan banyak lapangan kerja, dan pentingnya industri jasa semakin meningkat, menarik perhatian dan berpotensi menjadi industri yang berdedikasi. Saat ini, peningkatan dunia usaha dan kelancaran arus barang mempengaruhi peningkatan kreativitas dan inovasi dalam dunia usaha, khususnya di bidang jasa. Agar perusahaan dapat bertahan dalam persaingan dan perkembangan dunia usaha serta menarik perhatian konsumen, diperlukan berbagai inovasi dalam operasional bisnis, peningkatan kinerja karyawan, dan penciptaan layanan kelas dunia yang mengedepankan kepuasan konsumen. Kepuasan konsumen merupakan keadaan dimana terpenuhinya harapan, keinginan, serta kebutuhan konsumen. Suatu pelayanan dapat dinyatakan memuaskan apabila dapat menyesuaikan antara harapan dengan kebutuhan konsumen. Kreativitas mengacu pada kemampuan memberikan ide-ide baru dan menentukan cara baru untuk melihat suatu permasalahan sebagai peluang. Inovasi, merupakan kemampuan dalam melakukan sebuah perubahan dalam menerapkan solusi kreatif dalam menghadapi peluang masalah untuk memajukan perusahaan (Wibisono, 2019)

Jasa laundry merupakan jenis usaha jasa yang banyak diminati saat ini, khususnya di wilayah perkotaan seperti Kota Sumenep. Sebagian warganya merupakan pelajar dan pendatang yang berasal dari berbagai daerah dan melakukan segala aktivitasnya sendiri. Baik itu menyelesaikan tugas perkuliahan maupun memenuhi kehidupan sehari-hari. Banyak orang menggunakan jasa laundry untuk mencuci pakaiannya. Usaha laundry adalah suatu usaha yang menyediakan jasa laundry dan menyetraka. Bisnis ini sudah menjadi pilihan gaya hidup masyarakat karena nyaman, mudah, dan cepat. Di tengah kesibukan berbagai lapisan masyarakat seperti pelajar, ibu rumah tangga, dan pekerja kantoran, maka merupakan keputusan yang tepat untuk berhemat dan menyewa jasa laundry untuk meringankan tugas mencuci dan menyetraka. Hasilnya, lahirlah sejumlah besar toko pembersih. Namun untuk tetap kompetitif dalam bisnis laundry, kepuasan konsumen penting untuk diperhatikan (Firmansyah & Oktaviyani, 2023).

Kepuasan konsumen merupakan ekspresi manusia yang terjadi ketika harapan dan keinginan seseorang sudah sesuai. Kepuasan konsumen merupakan hasil dari keputusan pembelian dan keahlian tertentu saat menggunakan suatu produk atau jasa (Suandi, 2019). Ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap suatu produk atau jasa, antara lain kualitas layanan, pembelian berulang, dan kemudahan akses terhadap produk atau jasa tersebut. Faktor tersebut dapat mempengaruhi tingkat loyalitas konsumen dalam perusahaan jasa. Konsumen yang puas tetap setia pada perusahaan Anda dan sebaliknya. Indikator kepuasan konsumen meliputi: kepuasan terhadap produk atau layanan, kelangsungan penggunaan layanan, dan harapan serta pemenuhan pasca layanan. (Lestari et al., 2023).

Loyalitas konsumen mengacu pada loyalitas konsumen yang secara rutin memesan dan membeli produk dan jasa dari suatu perusahaan. Pentingnya loyalitas kepada konsumen atau konsumen meningkatkan penjualan (Ryadi et al., 2024). Dapat diartikan bahwa keinginan konsumen dalam menggunakan ulang jasa yang sama. Faktor penentu pengaruhnya antara lain kualitas pelayanan, kepercayaan konsumen, serta kepuasan konsumen dalam perusahaan jasa. Dengan kualitas pelayanan yang sesuai dapat

menyebabkan munculnya karakteristik konsumen untuk loyal terhadap usaha jasa tersebut (Haryono & Octavia, 2020).

Kualitas pelayanan merupakan salah satu manfaat yang diinginkan konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Kualitas dari pelayanan dapat mempengaruhi keputusan konsumen dalam menggunakan jasa. Kami mampu memberikan layanan berkualitas tinggi dengan tetap mengutamakan kenyamanan. Kecepatan, kebersihan, keramahan konsumen, serta keterampilan. Pelayanan yang berkualitas tinggi mempunyai dampak yang signifikan terhadap kepuasan konsumen karena mendorong terbentuknya ikatan yang kuat dengan manajemen (Wahid & Romadani, 2021).

Dalam usaha meningkatkan tingkat loyalitas, perusahaan perlu memperhatikan serta mempertahankan kepuasan konsumen tersebut dari waktu ke waktu. Dalam meningkatkan kepuasan, perusahaan harus memberikan nilai lebih dari yang mereka bayarkan. Hal ini memastikan kelangsungan bisnis dan menghasilkan pembelian berulang, referensi, dan peningkatan pembelanjaan. Ada hubungan penting antara kualitas layanan dan loyalitas konsumen. Hubungan ini menjadi sangat kuat ketika konsumen merasa sangat puas. Dari definisi di atas dapat kita simpulkan bahwa loyalitas konsumen (Masitah & Hutagulung, 2023) sangatlah penting bagi perusahaan.

Selain kualitas pelayanan yang baik, kepuasan konsumen juga dapat mempengaruhi loyalitas konsumen. Kepuasan konsumen merupakan sikap konsumen merasakan sesuai tidaknya harapan mereka terhadap suatu produk atau jasa setelah membeli dan menggunakannya. Konsumen selalu mengharapkan pelayanan prima dan produk berkualitas, terutama dari King Laundry. Menurut penelitian sebelumnya berpengaruh terhadap loyalitas konsumen. Namun hal ini berbeda dengan penelitian sebelumnya. Dari hasil penelitian (Wibisono & Destryana, 2018) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen tidak berpengaruh terhadap loyalitas konsumen.

Dengan terdapatnya *research gap* dari penelitian sebelumnya dapat menyebabkan peneliti dapat mengkaji ulang dengan melakukan penelitian tersebut untuk memberikan tambahan informasi. Akhirnya peneliti melakukan penelitian dengan tujuan ingin mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen serta pengaruh kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen Barokah Laundry.

## **METODE PENELITIAN**

Objek penelitian ini pada konsumen King Laundry dengan menyebarkan kuisioner kepada para konsumennya sehingga mendapatkan data yang nantinya akan diolah. Peneliti dilaksanakan pada bulan Maret sampai Juli. Populasi penelitian ini merupakan orang yang sudah menggunakan jasa di King Laundry. *Non probability sampling* merupakan teknik dalam pengambilan sampel digunakan dalam penelitian ini, serta *purposive sampling* sebagai metodenya. Dimana kriteria tersebut yaitu konsumen laki-laki dan perempuan yang pernah menggunakan jasa king laundry yang berusia 17-40 tahun. Konsumen yang mendominasi rata-rata yang sudah memiliki pekerjaan.

Dalam penentuan banyaknya sampel pada penelitian ini dengan menggunakan rumus *Rosque*, dikarenakan jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti. Rumus ini menggunakan analisa *multivariate* (memungkinkan melakukan penelitian terhadap 1 atau

lebih dari 2 variabel secara bersamaan) perhitungan jumlah sampelnya berjumlah 25 kali dari jumlah variabel yang diteliti. Sehingga peneliti menggunakan 25 kali 3 jumlah variabel. Maka, dari hasil perhitungan ini diperoleh jumlah responden yang diperlukan sebanyak 75 responden.

Berikut ini definisi operasional dari variabel dalam penelitian ini, yaitu:

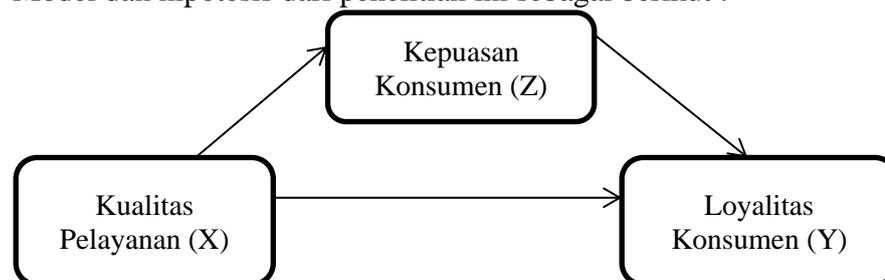
**Tabel 1.**  
**Definisi operasional variabel**

No	Variabel	Definisi	Indikator
1	Kualitas pelayanan	Kualitas pelayanan sebagai penilaian terhadap pelayanan.	a. Bukti Fisik b. Kehandalan c. Empati.
2	Loyalitas konsumen	Loyalitas konsumen sebagai keinginan konsumen membeli terhadap suatu jasa atau produk	a. <i>Repeat</i> b. <i>Retention</i> c. <i>Referalls</i>
3	Kepuasan konsumen	Kepuasan konsumen merupakan bentuk rasa senang konsumen terhadap suatu jasa atau produk	a. Keluhan dari konsumen teratasi b. Rasa puas konsumen dari jasa yang digunakan c. Kesesuaian antara harapan dan keinginan

Penelitian ini menggunakan persamaan struktural *Partial Least Squares* (PLS) berdasarkan variance atau teknik analisis data Partial Least Squares dengan menggunakan program SmartPLS (SEM-PLS). Dibutuhkan *Structural Equation Modeling* (SEM) dalam teknik analisis multivariat yang menggabungkan analisis faktor serta analisis regresi dan digunakan dalam menguji hubungan antar variabel dalam suatu model. PLS merupakan persamaan analisis struktural untuk SEM dan merupakan metode baru yang sangat populer karena tidak memerlukan skala pengukuran tertentu atau data pada sampel yang besar. Kelebihan analisis PLS adalah teknik analisisnya yang kuat karena tidak mengandalkan banyak asumsi. Serta data yang digunakan tidak harus terdistribusi secara normal.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Model dan hipotesis dari penelitian ini sebagai berikut :



**Gambar 1. Kerangka model penelitian**

Dalam menentukan kerangka model penelitian tersebut berdasarkan dari hasil penelitian terdahulu, maka hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen

Hipotesis ini sejalan dengan hasil penelitian (Febriana & Wijayanti, 2023), Mereka menemukan terdapat sebuah hubungan antara kualitas layanan dengan loyalitas konsumen. Dari sini dapat dirumuskan hipotesis berikut :

**H1 : Diduga kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen**

2. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan melalui kepuasan konsumen

Hipotesis ini sejalan dengan pernyataan dari beberapa peneliti yang dilakukan oleh (Wiguna & Padmantlyo, 2023) yang menemukan sebuah hubungan tidak langsung antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen melalui kepuasan konsumen. Maka hipotesis dapat disusun sebagai berikut :

**H2 : Diduga kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap loyalitas konsumen dengan melalui kepuasan konsumen**

### Pengaruh Langsung

**Tabel 2.**  
**Pengaruh Langsung**

Hipotesis	Path Coefisient	P-Value	95% Interval Kepercayaan Path Coefisient		F Square
			Batas Bawah	Batas Atas	
<b>Kualitas Pelayanan → Loyalitas Konsumen</b>	0.444	0.000	0.221	0.652	0.322

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2024

Pada hipotesis pertama (H1) diterima, karena kualitas pelayanan memiliki dampak terhadap loyalitas konsumen pada usaha King Laundry di Kabupaten Sumenep dengan *path coefisient* (0,581) dan nilai signifikan dengan memiliki *p-value*  $0,000 < 0,05$ . Sehingga dapat menunjukkan bahwa setiap perubahan dari kualitas pelayanan akan dapat memberikan peningkatan loyalitas konsumen pada usaha King Laundry di Kabupaten Sumenep.

### Pengaruh Tidak Langsung

**Tabel 3.**  
**Pengaruh Tidak Langsung**

Hipotesis	Path Coefisient	P-Value	95% Interval Kepercayaan Path Coefisient		Upsilon V
			Batas Bawah	Batas Atas	

<b>Kualitas Pelayanan</b> →	0.346	0.002	0.162	0.556	0.119
<b>Kepuasan Konsumen</b> →					
<b>Loyalitas Konsumen</b> →					

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2024

Serta pada hipotesis kedua (H2) diterima, dengan kepuasan konsumen yang memiliki peran dalam memediasi dampak antara kualitas pelayanan dengan loyalitas konsumen dalam penggunaan jasa King Laundry di Kabupaten Sumenep dengan hasil *path coefisient* (0,346) dan *p-value*  $0,002 < 0,05$ . Tetapi demikian, level struktural peran kepuasan konsumen sebagai mediasi dapat dikategorikan rendah dengan nilai (*upsilon v* = 0,119). Dengan tingkat selang kepercayaan 95% untuk meningkatkan kualitas pelayanan, maka peran mediasi juga akan meningkatkan hingga 0,556.

### Pengujian Kebaikan dan Kecocokan Model

#### R Square

Statistik R-squared merepresentasikan besarnya masing-masing variabel terikat yang dipengaruhi oleh variabel bebas dalam sebuah model.

**Tabel 4.**  
**Hasil Uji R Square**

	<i>R-Square</i>	<i>R-Square Adjusted</i>
<b>Loyalitas Konsumen</b>	0.723	0.715
<b>Kepuasan Konsumen</b>	0.548	0.542

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian, 2024

Berdasarkan hasil output data pada tabel 4, maka bisa dikatakan besarnya pengaruh bersama kualitas pelayanan serta kepuasan konsumen berdampak kepada loyalitas konsumen sebesar 72,3% (pengaruh tinggi) sedangkan dampak bersama kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen sebesar 54,8% (pengaruh moderat).

#### Q-Square

Q-square dapat memprediksi sebuah keakuratan, yaitu seberapa akurat perubahan suatu variabel bebas dapat memprediksi variabel terikat.

**Tabel 5.**  
**Hasil Uji Q Square**

	<i>Q-Square</i>
<b>Loyalitas Konsumen</b>	0.454
<b>Kepuasan Konsumen</b>	0.386

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2024

Berdasarkan hasil pengolahan pada table 5, nilai *Q Square* variabel loyalitas pelayanan adalah 0,454 (akurasi prediksi moderat) dan keputusan pembelian adalah 0,386 (pengaruh prediksi moderat). Nilai uji *Q Square* tersebut menyatakan model memiliki *predictive relevance*.

**Goodness Of Fit Indeks**

Indeks goodness-of-fit bisa dikatakan sebagai sebuah evaluasi terhadap keseluruhan model, yaitu model pengukuran dan model struktural.

**Tabel 5.**  
**Hasil Uji Goodness of Fit Index**

	<i>Rerata Community</i>	<i>Rerata R Square</i>	<i>Gof Index</i>
<b>Loyalitas Konsumen</b>	0.705	0.723	0.714
<b>Kepuasan Konsumen</b>	0.705	0.548	0.621

Sumber : Pengolahan Data Penelitian, 2024

Dari hasil dari output data pada tabel 5, hasil menunjukkan model pengukuran dengan tingkat kecocokan tinggi, dengan artinya model penelitian yang digunakan cocok dengan data.

**KESIMPULAN DAN SARAN**

Bedasarkan dari hasil penelitian, maka dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan memiliki sebuah dampak ke Loyalitas Konsumen. Dengan semakin ditingkatkan kualitas pelayanan pada usaha King Laundry, maka konsumen akan semakin loyal untuk kembali menggunakan jasa tersebut.
2. Kepuasan konsumen dapat sebagai mediasi tentang dampak antara Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas. Dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan kepada konsumen, maka secara langsung konsumen akan merasakan puas dan tentu akan Kembali lagi kepada usaha King Laundry.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Febriana, D. R., & Wijayanti, R. (2023). Pengaruh Kepuasan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Metropolitan Mall Cibubur. *IKRAITH-EKONOMIKA, Volume 6, Nomor 2: 312–321*.
- Firmansyah, F., & Oktaviyani, H. (2023). Analisis Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Konsumen pada Perusahaan CV. Indah Laundry Palembang. *Journal of Management and Bussines (JOMB), Volume 5, Nomor 2: 896–903*.
- Haryono, N., & Octavia, R. (2020). Analisis Pengaruh Citra Merek dan Mutu Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen. *Jurnal Industri Elektro Dan Penerbangan. Volume 4, Nomor 2*.
- Lestari, R. P., Subagyo, S., & Purnomo, H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Barokah Laundry. *Simposium Nasional Manajemen dan Bisnis (SIMANIS) Dan Call for Paper, 2, 935–945*.
- Masitah, N., & Hutagulung, M. A. K. (2023). Pengaruh Quality Service, Price dan Place Terhadap Loyalitas Konsumen Laundry Syari. com. *Management, Accounting, Islamic Banking and Islamic Economic Journal. Volume 1, Nomor 1: 342–353*.
- Ryadi, D. D., Elvia, D., Sefriana, D., Damanik, E. P., Amalia, F. A., Astuti, R. V., Prasetya, G. A., Marccela, S. R., Sijabat, M. C. M., & Manik, V. G. (2024). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening Pada Usaha Mikro Umaku Shoe. *Jurnal Ekonomi Manajemen. Volume 28, Nomor 5*.



- Suandi, S. (2019). Analisis Kepuasan Masyarakat terhadap Pelayanan Publik Berdasarkan Indeks Kepuasan Masyarakat di Kantor Kecamatan Belitang Kabupaten OKU Timur. *Jurnal Ilmu Administrasi Dan Studi Kebijakan (JIASK). Volume 1, Nomor 2: 13–22.*
- Wahid, D., & Romadani, D. (2021). Analisis Indeks Kepuasan Masyarakat Dari Pelayanan Puskesmas Lubuk Landai Kabupaten Bungo. *Jurnal Manajemen Sains. Volume 1, Nomor 1.*
- Wibisono, A. (2019). Peningkatan Kinerja Usaha Melalui Kemampuan Manajemen Serta Inovasi. *Wacana Equiliberium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi). Volume 7, Nomor 1: 43–50.*
- Wibisono, A., & Destryana, R. A. (2018). PELAYANAN PUBLIK KESEHATAN PUSKESMAS DALAM MEMBERIKAN KEPUASAN MASYARAKAT DI KABUPATEN SUMENEP. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT. Volume 3, Nomor 3: 321–330.*
- Wiguna, M. A., & Padmantyo, S. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Konsumen Yang Dimediasi Oleh Kepuasan Konsumen. *Jurnal Lentera Bisnis. Volume 12, Nomor 2: 379.*