

**PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN  
JASA LAUNDRY DI JAYA LAUNDRY TANJUNGTANI**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)  
Pada Program Studi Manajemen



OLEH :

**APRELYA KUMALADEWI**

NPM 19.1.02.02.0027

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI**

**2023**

Skripsi Oleh :

**APRELYA KUMALADEWI**

NPM 19.1.02.02.0027

Judul :

**PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN  
JASA LAUNDRY DI JAYA LAUNDRY TANJUNGTANI**

Telah disetujui untuk diajukan Kepada

Panitia Ujian/Sidang Skripsi Program Studi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

Tanggal : 21 Juni 2023

Dosen Pembimbing I



**Bambang Agus Sumantri, S.IP.,M.M**  
NIDN. 0706067004

Dosen Pembimbing II



**Sigit Ratnanto, M.M**  
NIDN. 0706067004

Skripsi Oleh :

**APRELYA KUMALADEWI**

NPM 19.1.02.02.0027

Judul :

**PENGARUH HARGA, LOKASI, DAN KUALITAS PELAYANAN  
TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DALAM MENGGUNAKAN  
JASA LAUNDRY DI JAYA LAUNDRY TANJUNGTANI**

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian/Sidang Skripsi

Program Studi Manajemen

Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri

Pada tanggal: 14 Juli 2023

**Dan Dinyatakan telah Memenuhi Persyaratan**

Panitia Penguji:

1. Ketua : Bambang Agus Sumantri, S,IP., M.M

2. Penguji I : Suhardi, M.Pd.

3. Penguji II : Sigit Ratnanto, M.M.

Mengetahui,  
Dekan FEB



**Dr. Subagvo, M.M**  
NIDN. 0717066601

### PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini saya,

Nama : Aprelya Kumaladewi  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Tempat/tgl. lahir : Nganjuk/ 02 April 2000  
NPM : 19.1.02.02.007  
Fak : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen

menyatakan dengan sebenarnya, bahwa dalam Skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya tulis atau pendapat yang pernah diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara sengaja dan tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Kediri, 14 Juli 2023

Yang Menyatakan



**APRELYA KUMALADEWI**

NPM: 19.1.02.02.0027

Motto:

*Sungguh ada banyak hal di dunia ini yang bisa jadi kita susah payah menggapainya, memaksa memilikinya, ternyata kuncinya dekat sekali; cukup lepaskan, maka dia datang sendiri. Ada banyak masalah di dunia ini yang bisa jadi kita mati matian menyelesaikannya, susah sekali jalan keluarnya, ternyata cukup diselesaikan dengan ketulusan, dan jalan keluar masalah itu hadir seketika.*

*(Tere Liye)*

Kupersembahkan Skripsi ini kepada:

*Allah SWT, atas rahmat dan hidayah-Nya saya dapat menyelesaikan tugas akhir ini.*

*Terimakasih Kepada ibuku dan ayah yang menjadi alasan untuk tidak menyerah dan terus berjuang.*

## **Abstrak**

**Aprelya Kumaladewi** “Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa *Laundry* Di Jaya Laundry Tanjungtani”  
Skripsi, Manajemen, FEB UNP Kediri, 2023.

**Kata Kunci:** Harga, Lokasi, Kualitas Pelayanan, Loyalitas Pelanggan.

Jaya Laundry merupakan badan usaha yang bergerak di bidang jasa laundry atau binatu dengan konsep cuci dan setrika perkilogram. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis harga, lokasi, dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Jaya Laundry Tanjungtani. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik penelitian kausalitas. Populasinya adalah seluruh pelanggan yang menggunakan jasa laundry di Jaya Laundry Tanjungtani. Sampel yang digunakan berjumlah 40 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel purposive sampling. Alat pengumpulan data menggunakan kuisioner. Teknik analisis data yang digunakan ialah analisis regresi linier berganda dengan bantuan software SPSS for windows versi 23. Hasil ini menunjukkan bahwa harga, lokasi dan kualitas pelayanan secara parsial maupun simultan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Jaya Laundry Tanjungtani. Penelitian ini menemukan hasil bahwa: 1) Harga berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Jaya Laundry Tanjungtani; 2) Lokasi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Jaya Laundry Tanjungtani; 3) Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Jaya Laundry Tanjungtani; 4) Harga, lokasi dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Jaya Laundry Tanjungtani.

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur kami panjatkan kehadiran Allah Tuhan Yang Maha Kuasa, karena hanya atas perkenan-Nya tugas penyusunan proposal ini dapat diselesaikan. Penyusunan proposal ini merupakan bagian dari rencana penelitian guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Manajemen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri

Pada kesempatan ini diucapkan terimakasih dan penghargaan yang setulus-tulusnya kepada :

1. Dr. Zaenal Affandi, M.Pd., selaku Rektor Universitas Nusantara PGRI Kediri karena telah memberikan motivasi kepada mahasiswa untuk menyelesaikan proposal skripsi ini.
2. Dr. Subagyo, M.M., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri karena telah memberikan motivasi kepada mahasiswa.
3. Restin Meilina, M.M., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Nusantara PGRI Kediri karena telah tak henti-hentinya memberikan semangat kepada mahasiswa untuk tidak pernah lelah dalam mengerjakan proposal skripsi ini.
4. Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M., selaku Dosen Pembimbing I yang telah rela meluangkan waktu dan bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
5. Sigit Ratnanto, M.M., selaku Dosen Pembimbing II yang telah rela meluangkan waktu dan bimbingan kepada penulis dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Kedua orang tuaku, Bapakku Mahsun dan Almarhumah ibuku tersayang ibu Lasemi yang telah membesarkanku, mendidik dan tidak pernah lelah dalam memberikan dukungan dan materi, dan yang mengajarku arti sebuah kesabaran, kejujuran dalam hidup. Karya ini saya persembahkan untuk kalian.

Terima kasih pada bapak dan ibu ku (Almh) dan kelak cita-cita saya ini akan menjadi persembahan yang paling mulia untuk kalian. Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat-Nya kepada bapak dan ibu.

7. Kakak ku Rini Sulasanti S. Kep, Ners., yang telah memotivasi untuk selalu bekerja keras mengerjakan skripsi ini.
8. Responden yang telah ikut serta membantu dalam mengisi kuesioner penelitian saya ucapkan terima kasih telah membantu dalam proses penelitian skripsi ini.
9. Diriku sendiri yang telah berjuang demi menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.
10. Almamaterku Universitas Nusantara PGRI Kediri Serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu penyelesaian skripsi manajemen ini.

Kediri, 21 Juni 2023

**APRELYA KUMALADEWI**

NPM: 19.1.02.02.0027



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN.....</b>	<b>iv</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Pembatasan Masalah .....	8
D. Rumusan Masalah.....	8
E. Tujuan Penelitian.....	9
F. Manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II KAJIAN TEORI</b>	
A. Kajian Teori .....	12
1. Loyalitas Pelanggan .....	12
2. Harga.....	15
3. Lokasi.....	17

4. Kualitas Pelayanan.....	20
B. Kajian Hasil Penelitian Terdahulu .....	24
C. Karangka Berpikir.....	27
D. Kerangka Konseptual.....	29
E. Hipotesis.....	30

### **BAB III METODE PENELITIAN**

A. Variabel Penelitian .....	32
1. Identifikasi Variabel Penelitian .....	32
2. Definisi Operasional variabel .....	32
B. Pendekatan Dan Teknik Penelitian .....	36
1. Pendekatan Penelitian .....	36
2. Teknik Penelitian.....	36
C. Tempat Dan Waktu Penelitian .....	37
1. Tempat penelitian .....	37
2. Waktu Penelitian .....	37
D. Populasi Dan Sampel .....	37
1. Populasi .....	37
2. Sampel .....	37
E. Instrumen Penelitian .....	38
F. Teknik Pengumpulan Data .....	39
1. Sumber Data .....	39
2. Uji Validasi dan Uji Reliabilitas .....	40
3. Metode Pengumpulan Data .....	41
G. Teknik Analisis Data .....	42

1. Uji Asumsi Klasik .....	43
2. Analisis Regresi Linier Berganda.....	44
3. Koefisien Determinasi R2 .....	45
4. Pengujian Hipotesis.....	45

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

A. Gambaran Umum Subjek Penelitian.....	48
B. Deskripsi Data Variabel .....	50
1. Deskripsi Data Variabel Harga.....	50
2. Deskripsi Data Variabel Lokasi .....	54
3. Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan.....	56
4. Deskripsi Data Variabel Loyalitas Pelanggan.....	60
C. Analisis Data .....	62
1. Uji Instrumen .....	63
2. Pengujian Asumsi Klasik .....	65
3. Analisis Regresi Linier Berganda.....	68
4. Uji Koefisien Determinasi.....	71
D. Pengujian Hipotesis .....	72
1. Uji T .....	72
2. Uji F.....	73
E. Pembahasan .....	74
1. Pengaruh Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	74
2. Pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	75
3. Pengaruh Kualitas Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	76

4. Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan .....	78
--	----

**BAB V SIMPULAN DAN SARAN**

A. Simpulan .....	79
B. Saran .....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	82
LAMPIRAN .....	87

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	List Harga Pada Jaya Laundry .....	2
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	24
Tabel 3.1	Skala Likert .....	38
Tabel 3.2	Kisi – Kisi Instrumen Penelitian .....	39
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Responden .....	49
Tabel 4.2	Usia Responden.....	50
Tabel 4.3	Deskripsi Data Variabel Harga .....	50
Tabel 4.4	Deskripsi Data Variabel Lokasi .....	54
Tabel 4.5	Deskripsi Data Variabel Kualitas Pelayanan .....	57
Tabel 4.6	Deskripsi Data Variabel Loyalitas Pelanggan.....	60
Tabel 4.7	Uji Validitas .....	64
Tabel 4.8	Uji Raliabilitas.....	65
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas.....	66
Tabel 4.10	Hasil Multikolinierialitas.....	67
Tabel 4.11	Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	68
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda .....	69
Tabel 4.13	Hasil Adjusted R .....	71
Tabel 4.14	Hasil Uji T.....	72
Tabel 4.15	Hasil Uji F .....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.2 Kerangka Konseptual .....	30
--------------------------------------	----

## DAFTAR LAMPIRAN

1	: Instrumen Penelitian (Lengkap) .....	86
2	: Data Penelitian Variabel Harga ( $X_1$ ) .....	92
3	: Data Penelitian Variabel Lokasi ( $X_2$ ) .....	93
4	: Data Penelitian Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) .....	94
5	: Data Penelitian Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	95
6	: Output Uji Validitas Variabel Harga ( $X_1$ ) .....	96
7	: Output Uji Validitas Variabel Lokasi ( $X_2$ ).....	97
8	: Output Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ).....	98
9	: Output Uji Validitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	99
10	: Output Uji Reliabilitas Variabel Harga ( $X_1$ ) .....	100
11	: Output Uji Reliabilitas Variabel Lokasi ( $X_2$ ) .....	100
12	: Output Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_3$ ) .....	100
13	: Output Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Pelanggan (Y).....	100
14	: Output SPSS Statistika Deskriptif .....	100
15	: Output SPSS Analisis Regresi Linier Berganda dan Uji T .....	107
16	: Output SPSS Uji F.....	107
17	: Output Koefisien Determinasi .....	107
18	: Output Uji Asumsi Klasik Normalitas.....	108
19	: Output Uji Asumsi Klasik Heteroskedastisitas .....	108
20	: Output Uji Asumsi Klasik Multikolinearitas.....	108
21	: Surat Pengantar Ijin Penelitian .....	110
22	: Surat Balasan dari tempat Penelitian .....	111
23	: Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian .....	112
24	: Berita Acara Kemajuan Bimbingan Karya Tulis Ilmiah .....	113

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Perkembangan dunia bisnis yang sangat pesat dan sudah berdampak pada semakin banyaknya unit pengusaha baru yang di rilis masyarakat baik yang berskala kecil, menengah maupun yang berskala besar. Perkembangan bisnis tersebut, diikuti dengan pesatnya perkembangan penyedia jasa cucian *laundry* lainnya. Dengan kemajuan zaman, kehidupan masyarakat dalam segala bidang menjadi lebih praktis, misalnya dalam hal mencuci pakaian. Kebiasaan mencuci pakaian khususnya bagi masyarakat perkotaan semakin praktis semenjak adanya penyedia jasa mencuci pakaian yang biasa disebut *laundry*. Banyaknya usaha yang bermunculan mengakibatkan peningkatan jumlah usaha yang bersifat sejenis menyebabkan persaingan yang semakin ketat. Oleh sebab itu seorang pebisnis dituntut memberikan sesuatu yang berharga dan berkesan yang mendalam.

Bisnis laundry di Indonesia mengalami pertumbuhan signifikan dari tahun ke tahun. Bahkan, selama 2021-2022 diperkirakan tumbuh sebesar 50%. Gaya hidup praktis dan cepat telah menjadi ciri khas gaya hidup manusia modern. (<https://www.gurusiana.id/read/ilhamfoundationinstitute/article/industri-laundry-di-indonesia-berkembang-pesat-bagaimana-dengan-plastik>) website yang menjelaskan salah satu contoh adalah tentang cara mencuci pakaian. Mencuci pakaian merupakan salah satu kebutuhan utama dalam setiap keluarga, yang salah satu jasa yang menawarkan pemenuhan kebutuhan ini adalah jasa laundry. Dalam



penelitian ini dirancang suatu industri jasa laundry yang cukup berbeda dari laundry yang sudah ada. Berdasarkan hal itu dimulai berdirinya produksi yang pesat kegiatan industri laundry menjadi cukup perlu diperhatikan.

Berdasarkan hasil observasi berikut ini adalah tabel 1.1 daftar harga pada Jaya Laundry Tanjungtani :

**Tabel 1.1 List Harga pada Jasa Jaya Laundry Tanjungtani**

No.	Barang	Harga
1.	Cuci kering	4000/Kg
2.	Cuci setrika	5000/Kg
3.	Setrika	4000/Kg
4.	Selimut/Badcover	6000/Kg

Sumber : Jaya laundry tanjungtani, (2023)

Sebuah perusahaan memberikan produk atau jasanya dengan kualitas yang baik, maka diharapkan mampu memenuhi harapan pelanggan sehingga mampu memberikan nilai yang maksimal serta menciptakan loyalitas bagi pelanggan di bandingkan kompetitor-kompetitor yang lainnya. (Kotler dan Keller, 2016) mendefinisikan loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau mendukung kembali produk atau jasa yang disukai, meskipun pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih. Berdasarkan pengertian tersebut peneliti membuat kesimpulan bahwa loyalitas pelanggan merupakan kecenderungan pelanggan untuk menentukan sebuah produk atau menggunakan jasa yang diberikan oleh suatu perusahaan dengan tingkat konsistensi yang tinggi. Loyalitas pelanggan akan menjadi kunci kesuksesan tidak hanya dalam jangka pendek tetapi keunggulan dalam bersaing secara berkelanjutan.

Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang seringkali dijadikan sebagai bahan pertimbangan bagi konsumen dalam melakukan pembelian dalam melakukan pembelian tidak bisa dikesampingkan oleh perusahaan. harga mempunyai dua peran utama dalam proses pengambilan keputusan para pembeli yaitu peranan alokasi dan peranan informasi, (Pramesti & Chasanah, 2021). Harga adalah sesuatu yang harus diberikan oleh pelanggan untuk mendapatkan keunggulan yang ditawarkan oleh bauran pemasaran perusahaan, jadi harga memainkan peran langsung dalam membentuk nilai pelanggan (U. Fadilah, 2017). Dari pengertian dan definisi diatas maka dapat disimpulkan bahwa harga merupakan suatu nilai uang yang ditentukan oleh perusahaan sebagai imbalan barang atau jasa yang diperdagangkan dan sesuatu yang lain yang diadakan suatu perusahaan guna memuaskan keinginan pelanggan. Setelah memberikan atau menentukan harga yang terbaik untuk pelanggan perusahaan harus memperbaiki lokasi dalam menentukan tempat yang strategis dalam berbisnis.

Lokasi mengacu pada berbagai aktivitas pemasaran yang berusaha memperlancar dan mempermudah penyampaian atau penyalur barang dan jasa dari produsen ke konsumen (Tjiptono, 2015). Lokasi adalah tempat perusahaan melakukan kegiatan untuk menghasilkan barang dan jasa yang mementingkan segi ekonominya (Alma, 2016). Sedangkan menurut (Kotler, 2018a) menyatakan bahwa lokasi adalah berbagai kegiatan perusahaan untuk membuat produk yang dihasilkan atau dijual terjangkau dan tersedia bagi pasar sasaran, dalam hal ini berhubungan dengan bagaimana cara menyampaikan produk ataupun jasa kepada

para konsumen dimana lokasi yang strategis. Lokasi dapat dikatakan sebagai tempat pelayanan jasa, berhubungan dengan dimana perusahaan harus bermarkas dan melakukan operasi atau kegiatan lainnya yang nantinya akan mendistribusi konsumen dalam memenuhi kebutuhannya (Ajengyahud, Sumantri 2021). Dari pengertian dan definisi para ahli maka dapat disimpulkan bahwa lokasi merupakan suatu tempat dimana perusahaan beroperasi dan menghasilkan barang dan jasa serta pemilihan suatu lokasi perusahaan yang sangat menentukan keberhasilan suatu usaha. Setelah menentukan lokasi yang tepat untuk usaha, perusahaan harus memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

Kualitas pelayanan yaitu seberapa bagus layanan yang di dapatkan dari penyedia jasa tersebut (Bambang & Evira, 2020). Menurut (Tjiptono, 2017) mendefinisikan kualitas pelayanan atau kualitas jasa sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan maupun sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan (Riyanto, 2018). Berdasarkan definisi dan kesimpulan diatas dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan merupakan ukuran pelayanan yang diberikan penjual kepada pelanggan dalam memenuhi kebutuhan konsumen demi tercapainya kepuasan pelanggan.

Peneliti telah mengumpulkan sejumlah penelitian terdahulu terkait tentang harga, seperti yang dikatakan oleh (Suntani, 2018) dan (Hengestu & Iskandar, 2017) yang menyatakan bahwa secara parsial harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan menurut penelitian dari

(Hidayat dan Firdaus, 2008) yang menyatakan bahwa secara parsial harga berpengaruh negatif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Hasil penelitian terdahulu terkait lokasi menurut penelitian dari (Silitonga and Wibowo, 2020) dan (Hartono & Purba, 2022) yang menyatakan bahwa secara parsial lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan menurut penelitian dari (Hilmi & Mulyana, 2020) yang menyatakan bahwa secara parsial lokasi berpengaruh negatif terhadap loyalitas pelanggan.

Penelitian dari (Triana et al., 2017) dan (Tiong, 2018) yang menyatakan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Sedangkan penelitian dari (Maimunah, 2020) yang menyatakan bahwa secara parsial kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan.

Gap *research* pengaruh secara simultan atau bersama-sama yang didapatkan peneliti dari penelitian terdahulu oleh (Yanti & Fitriani, 2017) yang menyatakan bahwa lokasi dan harga secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan (Sugiarsih Duki Saputri, 2019) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian yang dilakukan (Chrisando et al., 2021) bahwa harga dan lokasi secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.

**Gambar 1.1 Grafik Pertumbuhan Ekonomi Tahun 2013-2022**



Sumber : Badan Pusat Statistik, 2023

Diketahui bahwa berdasarkan grafik diatas pertumbuhan ekonomi dari tahun 2013-2022 tidak stabil atau bisa dikatakan naik turun bahkan secara kumulatif berada di level 5,31%. Hal tersebut dapat berpengaruh pada pertumbuhan UMKM dalam kehidupan perharinya apakah juga semakin meningkat bahkan menurun, dalam penelitian ini peneliti mengamati pertumbuhan jasa laundry yang memarak dan berkembang saat ini. Kondisi pengusaha jasa laundry pada saat ini mempunyai banyak pesaing dalam bidangnya yang dimana perusahaan harus berusaha agar tetap bertahan dalam persaingan saat ini. Peneliti menentukan lokasi penelitiannya di *Jaya Laundry Tanjuntani* karena merupakan suatu usaha yang bergerak dalam bidang jasa pencucian baju, karpet, selimut dll.

Berdasarkan wawancara dengan owner *Jaya Laundry Tanjuntani*, permasalahan pada *Jasa Jaya Laundry Tanjuntani* yaitu loyalitas pelanggan yang

menurun. Penjual kurang memenuhi kebutuhan konsumen atau pelanggan yang menyebabkan loyalitas pelanggan menurun yang mampu mengakibatkan usaha tersebut akan susah dalam mencapai tujuannya atau bertahan dalam jangka panjang.

Berdasarkan wawancara dengan owner Jasa Jaya *Laundry* Tanjungtani, permasalahan pada harga yaitu beberapa harga yang ditetapkan atau diberikan pada pelanggan mayoritas dengan harga yang tinggi. Dimana harga yang terlalu tinggi atau susah dijangkau oleh pelanggan akan mengakibatkan pelanggan pindah kepada kompetitor lainnya.

Berdasarkan wawancara dengan owner Jasa Jaya *Laundry* Tanjungtani, permasalahan pada lokasi yaitu pemilihan lokasi pada Jasa Jaya *Laundry* Tanjungtani ini berada di dalam gang atau tidak terlihat di jalan raya sehingga beberapa konsumen akan kesusahan dalam mengetahui bahwa adanya keberadaan jasa *laundry*.

Berdasarkan wawancara dengan owner Jasa Jaya *Laundry* Tanjungtani, kualitas pelayanan yaitu pelayanan yang diberikan penjual kepada pembeli kurang ramah sehingga ketika konsumen atau pelanggan berkunjung merasa kurang puas akan pelayanan yang diberikan. Sedangkan kualitas pelayanan yang baik dan ramah sangat membantu pengusaha dalam mencapai tujuannya dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti ingin mengetahui lebih lanjut tentang seberapa besar pengaruh harga, lokasi dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif. Dalam

latar belakang ini, peneliti menganggap permasalahan tersebut sebagai bahan penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga, Lokasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Laundry Di Jaya Laundry Tanjungtani”

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah yang terkait dengan latar belakang masalah, sebagai berikut:

1. Loyalitas pelanggan yang menurun dikarenakan penjual kurang memenuhi keinginan pelanggan dan menyebabkan pelanggan merasa kurang puas. Kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa apabila kebutuhannya sudah terpenuhi dengan baik.
2. Harga yang bervariasi tergantung kebutuhan konsumen, tetapi harga yang ditawarkan lebih cenderung tinggi dibandingkan dengan kompetitor lainnya.
3. Memiliki lokasi yang kurang strategis, yaitu lokasi pada jaya laundry ini memasuki gang sempit sehingga yang berakibat kurang adanya konsumen yang mengetahui adanya jaya laundry.
4. Pelayanan yang diberikan kepada konsumen kurang baik atau kurang ramah, seharusnya penjual memberikan pelayanan dengan lebih ramah dan sopan terhadap konsumen.

## **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan masalah di atas, maka peneliti perlu membatasi hanya pada wilayah objek penelitian dan konsumen yang sudah menggunakan jasa *Laundry* adalah variabel loyalitas pelanggan pada penelitian ini

dibatasi aspek kurang adanya kepuasan pada pelanggan, aspek harga yang ditetapkan terlalu tinggi, aspek penentuan lokasi yang kurang strategis, pelayanan yang kurang baik.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut ini :

1. Apakah harga berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Jaya Laundry Tanjungtani ?
2. Apakah lokasi berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Jaya Laundry Tanjungtani ?
3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan di Jaya Laundry Tanjungtani ?
4. Apakah harga, lokasi, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Jaya Laundry Tanjungtani?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini dilakukan dengan tujuan yaitu:

1. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan di Jaya Laundry Tanjungtani.
2. Untuk menganalisis pengaruh lokasi terhadap loyalitas pelanggan di Jaya Laundry Tanjungtani.
3. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan di Jaya Laundry Tanjungtani.



4. Untuk menganalisis pengaruh harga, lokasi, dan kualitas pelanggan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan di Jaya Laundry Tanjungtani.

## **F. Manfaat Penelitian**

Ada pun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

### 1. Manfaat Praktis

- a. Berkaitan dengan manfaat praktis dari harga dengan meminimalisir penentuan harga dengan memberikan harga yang lebih terjangkau lagi. Hal ini mempunyai manfaat pada pengusaha agar mampu meningkatkan loyalitas pelanggan dalam menggunakan jasa laundry.
- b. Berkaitan dengan manfaat praktis dari lokasi, dengan memilih atau menentukan lokasi yang strategis dan tepat. Hal ini mempunyai manfaat bagi pengusaha agar usahanya lebih diketahui oleh banyak lagi konsumen.
- c. Berkaitan dengan manfaat praktis dari kualitas pelayanan, dengan cara memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen maupun pelanggan. Seperti memperhatikan kebutuhan pelanggan dan selalu bersikap ramah terhadap pelanggan.
- d. Berkaitan dengan manfaat praktis dari loyalitas pelanggan, dengan cara memberikan apa kebutuhan maupun keinginan konsumen agar selalu terpenuhi dan merasa puas dalam menggunakan jasa laundry. Hal ini memiliki manfaat agar pengusaha dapat mencapai tujuannya dan agar pelanggan tidak pindah pada kompetitor lainnya.

### 2. Manfaat Teoritis

- a. Berkaitan dengan manfaat teori harga menurut (Kotler, 2017), yang memperkuat teori pada indikator harga. Dimana harga mengacu pada keterjangkauan harga yang diberikan kepada konsumen. hal ini perlu diminimalisir, sehingga memiliki dampak positif dan menguntungkan bagi pengusaha.
  - b. Berkaitan dengan manfaat teori lokasi menurut (Tjiptono, 2017), yang memperkuat teori pada indikator lokasi. Dimana penentuan lokasi yang strategis sangat menentukan kesuksesan atau kelancaran pengusaha. Hal ini perlu di pertimbangkan, sehingga akan berdampak bagi keuntungan pengusaha.
  - c. Berkaitan dengan manfaat teori kualitas pelayanan menurut (Kotler dan Keller, 2016), yang memperkuat teori pada indikator kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan yang baik mampu meningkatkan loyalitas konsumen dalam menggunakan jasa tersebut.
  - d. Berkaitan dengan manfaat teori loyalitas pelanggan menurut (Dharma, 2017) yang memperkuat teori loyalitas pelanggan pada pemenuhan kebutuhan konsumen. sehingga dengan konsumen yang merasa terpenuhi akan selalu loyal terhadap jasa yang diberikan. Sehingga perusahaan mampu mencapai tujuannya.
3. Manfaat Peneliti Selanjutnya

Manfaat penelitian ini bagi peneliti lain yaitu dapat menjadi rujukan, sumber informasi dan bahan referensi penelitian selanjutnya agar bisa lebih dikembangkan dalam materi-materi yang lainnya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ajeng, Bambang, S. (N.D.). *Keputusan Pembelian Tiket Di Jaya Mulya Transport*. 61–67.
- Alma, B. (2016). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta.
- Alma, B. (2017). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa Cetakan 5*. Bandung: Cv Alfabeta. In *Bandung: Cv Alfabeta*.
- Arikunto. (2018). *Prosedur Penelitian Ilmiah*.
- Bambang, & Evira. (2020). Kepuasan Pelanggan Berkaitan Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Pada Restoran Bu Eko Kediri. *Bambang Evira*.
- Chrisando, D., Bambang, A., Sumantri, S., Ip, M. M., & Ratnanto, S. (2021). *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unp Kediri Analisis Kepuasan Konsumen Ditinjau Dari Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Di Kedai Damoni Kopi Kediri 2021*. 519–528.
- Curatman, A. (2020). Program Loyalitas Pelanggan - Google Books. In *Deepublish(Penerbit Group Cv Budi Utama)*.
- Deddy Rakhmad Hidayat, & Muhammad Riza Firdaus. (2008). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Kepercayaan, Citra Perusahaan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Pelanggan Telkom Speedy Di Palangka Raya). *Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi Terapan (Jimat)*, 4(November), 237–250.
- Dharma, R. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kepercayaan Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Pt. Padang Tour Wisata Pulau Padang*. 6.
- Dharmmesta, B. S. (2014). *Manajemen Pemasaran Modern*. Bpfe.
- Dzulhidayat. (2022). Pengaruh Harga, Lokasi Dan Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Jasa Laundry Happy Wash 21 Di Metro Lampung. *γ787*, 2(8.5.2017), 2003–2005.
- Ekasari, R. (2018). Pengaruh Lokasi, Inovasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Kebun Coklat Cafe & Resto Di Balongbendo Kab. Sidoarjo. *Ecopreneur*.12, 1(1), 25.

<https://doi.org/10.51804/Econ12.V1i1.194>

- Farisi, S., & Siregar, Q. R. (2020). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pengguna Jasa Transportasi Online Di Kota Medan. *Maneggio: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 3(1), 148–159.  
<https://doi.org/10.30596/Maneggio.V3i1.4941>
- Febianti, Y. N. (2014). Permintaan Dalam Ekonomi Mikro. *Edunomic*, 2(1).
- Ghozali. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Ibm Spss 25. *Forum Ilmiah Pendidikan Akuntansi Universitas Pgri Madiun*, 6(2).
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss Update Pls Regresi*. Badan Penerbit Universitas.
- Griffin, J. (2016). Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan. Alih Bahasa Dr. Dwi Kartini Yahya. *Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)*, 15(1).
- Hariono, R., & Marlina, M. A. E. (2021). Pengaruh Harga, Lokasi, Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediator Pada Star Motor Carwash. *Performa*, 6(1), 1–10.  
<https://doi.org/10.37715/Jp.V6i1.1904>
- Hariyani, D. S. (2018). Akuntansi Manajemen Teori Dan Aplikasi. In *Aditya Media Publishing*.
- Harly, G. S., & Octavia, D. (2018). The Impact Of Endorsement Fashion Blogger Towards Purchase Intention On Local Brand (2013 - 2014). *Jurnal Manajemen Indonesia*.
- Hartono, R., & Purba, T. (2022). Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Sugar Café Batam. *Jesya*, 5(2), 1139–1147. <https://doi.org/10.36778/Jesya.V5i2.662>
- Hengestu, N., & Iskandar, D. A. (2017). Pelanggan Air Minum Dalam Kemasan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 2(3), 363–372.
- Hilmi, N. N., & Mulyana, M. (2020). Pengaruh Lokasi, Kualitas Pelayanan Dan Periklanan Dalam Meningkatkan Loyalitas Pelanggan Jungle Water Park Bogor. *Jurnal Ilmiah Pariwisata Kesatuan*, 1(1), 19–30.  
<https://doi.org/10.37641/Jipkes.V1i1.324>

- Kartika, D. A., Hurriyati, R., & Razati, G. (2018). Gambaran Kepribadian Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Bedak Tabur Pixy Di Indonesia. *Journal Of Business Management Education (Jbme)*, 3(3).  
<https://doi.org/10.17509/Jbme.V3i3.14310>
- Kotler Dan Keller. (2016). *Manajemen Pemasaran* (Edisi 12 J). Pt. Indeks.
- Kotler, P. Dan A. (2017). *Principles Of Marketing*.
- Kotler, P. Dan A. (2018a). *Prinsip-Prinsip Marketing* (Edisi Ke T). Salemba Empat.
- Kotler, P. Dan A. (2018b). *Prinsip-Prinsip Marketing Edisi Ke Tujuh*. Salemba Empat.
- Lupiyoadi. (2017). Manajemen Pemasaran Jasa Teori Dan Praktik. In *Salemba Empat*.
- Maimunah, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Loyalitas Konsumen. *Iqtishadequity Jurnal Manajemen*, 1(2), 57–68. <https://doi.org/10.51804/Iej.V1i2.542>
- Nariswari, I. (2015). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Sains Dan Seni Its*, 1(1), 248–252.
- Nugraheni, & Khaerunisa, L. (2016). Analisis Proses Penyusunan E-Budgeting Pemerintah Provinsi Dki Jakarta. *Jurnal Ilmiah Universitas Bakrie*, 4(02).
- Piter Tiong. (2018). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Effect Of Quality Of Service To Customer Loyalty Pt . Primagum Sejati In Makassar Piter Tiong*. 1(2), 176–204.
- Pramesti, M. A., & Chasanah, U. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 14(2), 281–287.  
<https://doi.org/10.46306/Jbbe.V14i2.76>
- Prasetya, A. Y. (2020). Pengaruh Lokasi, Harga, Kepercayaan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cuwa Laundry Di Kota Kisaran. *Jurnal Sains Ekonomi*, 1, 68–78.  
<http://www.jurnal.una.ac.id/index.php/jse/article/view/1953/1580>
- Riyanto, A. (2018). *Implikasi Kualitas Pelayanan*. Ecodomia.

- Sangadji, Etta Mamang, S. (2016). *Perilaku Konsumen*. Andi Offset.
- Sopian, A. M. (2017). *Pengaruh Lokasi Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian*.
- Soriton, J. F. W., Tampi, J. R. E., & Walangitan, O. F. (2021). Jurnal Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Berusaha Motor Kawangkoan. *Jurnal Productivity*, 2(7), 537–543.
- Sriyanto, A. (2017). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Kepuasan Layanan Akademik Mahasiswa Prodi Diploma I Kepabebean Dan Cukai. *Jurnal Perspektif Bea Dan Cukai*, 1(1).  
<https://doi.org/10.31092/jpbc.v1i1.124>
- Stanton, William J. (2017). *Fundamental Of Marketing. Fundamental Of Marketing*.
- Sugiarsih Duki Saputri, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Grab Semarang. *Coverage: Journal Of Strategic Communication*, 10(1), 46–53.  
<https://doi.org/10.35814/coverage.v10i1.1232>
- Sugiyono. (2017). Sugiyono, Metode Penelitian Dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D , (Bandung: Alfabeta, 2015), 407 1. *Metode Penelitian Dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sukanti, N. K., Herlambang, P. G. D., & ... (2021). Pengaruh Lokasi, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen Ud Sumber Jaya Motor Denpasar Bali. *Jurnal Ekonomi Dan ...*, 16(2), 41–48.  
<https://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/pariwisata/article/view/1503%0ahttps://jurnal.undhirabali.ac.id/index.php/pariwisata/article/viewfile/1503/1285>
- Suntani, S. (2018). Pengaruh Harga Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Serta Dampaknya Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Widya Cipta*, 2(2), 247–254. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/widyacipta>
- Tjiptono, F. (2015). *Strategi Pemasaran* (Edisi 4). Andi Offset.

- Tjiptono, F. (2017). *Strategi Pemasaran* (4th Ed.). Andi Offset.
- Trianah, L., Pranitasari, D., & Marichs, S. Z. (2017). *Pelanggan ( Studi Kasus Pada Pelanggan D ' Besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan )*. 26(01), 105–122.
- U. Fadilah. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada “Cafe Bima” Bandung Tulungagung. *Simki-Economic*, 01(10), 1–14.
- Utami, C. W. (2015). *Manajemen Ritel: Strategi Dan Implementasi Ritel Modern*. Salemba Empat.
- Wasiman, Silitonga, F., & Edy Wibowo, A. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Hotel Bintang Dua Di Kota Batam. *Jurnal Cafeteria*, 1(2), 64–73.  
<https://doi.org/10.51742/Akuntansi.V1i2.162>
- Yanti, N., & Fitriani, Y. (2017). Pengaruh Lokasi, Persepsi Harga Dan Kelengkapan Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Cs Minimarket Pauh Kambar Nan Sabaris. *Menara Ilmu*, 11(78), 133–146.