

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Laundry KW Ciputat

Masroni¹

¹ Universitas Pamulang, Indonesia

Email: ronnykangmas87@gmail.com¹

Article History : Received: 08-08-2025 Accepted: 23-10-2025 Publication: 30-10-2025

Abstract: *This study aims to analyze the effect of service quality and promotion on customer satisfaction at Laundry KW Ciputat. This type of research is quantitative with an explanatory approach. The population in this study were 1,877 Laundry KW Ciputat customers in 2023, with a sample size of 95 respondents determined using the Slovin formula. Data analysis used was simple linear regression analysis and multiple regression analysis using SPSS version 27. The results of this study indicate that, based on the results of the simple linear regression test, service quality has a positive and significant effect on strong customer satisfaction.*

Abstrak : *Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan promosi terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Laundry KW Ciputat. Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan eksplantif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Laundry KW Ciputat sebanyak 1.877 orang pada tahun 2023, dengan jumlah sampel sebanyak 95 responden yang ditentukan melalui rumus Slovin. Analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier sederhana dan analisis regresi berganda dengan menggunakan alat bantu SPSS versi 27. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, berdasarkan hasil uji regresi linier sederhana kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan kuat*

Keywords : *Service Quality, Promotion, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Di era persaingan bisnis yang semakin ketat, produk berkualitas menjadi tujuan dan pilihan utama pelanggan. Banyaknya jasa Laundry yang bermunculan saat ini membuat setiap usaha harus bersaing untuk merebut hati pelanggan dengan menawarkan pelayanan yang baik dan harga yang terjangkau agar dapat mempertahankan kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur masa depan suatu perusahaan, dan beberapa hal perlu diubah apabila pelanggan merasa tidak puas atau merasa tersesat. Jika pelanggan merasa tidak puas, kemungkinan besar mereka tidak akan kembali dan bahkan mungkin akan mengeluh kepada pelanggan lain, yang dapat berdampak buruk bagi bisnis (Audri, dkk., 2023).

Kota Tangerang Selatan adalah salah satu kota yang berbatasan langsung dengan ibu kota Jakarta, dimana masyarakatnya sibuk dengan aktivitas pekerjaan hampir setiap hari. Akibatnya, waktu untuk

mempersiapkan kebutuhan sehari-hari seperti mencuci pakaian semakin terbatas, sehingga kebutuhan akan jasa Laundry menjadi sangat penting bagi warga Kota Tangerang Selatan. Hal ini menarik minat para pelaku usaha jasa Laundry untuk membuka layanan di daerah tersebut demi memenuhi kebutuhan masyarakat yang sibuk.

Tabel 1 Total Jumlah Pelanggan dan Omset Laundry KW Ciputat Tahun 2023

No	Bulan	Jumlah Pelanggan	Omset	Target	Realisasi
1	Januari	149	Rp. 12.921.000	Rp. 14.000.000	Tidak Tercapai
2	Februari	149	Rp. 12.780.000	Rp. 14.000.000	Tidak Tercapai
3	Maret	195	Rp. 14.599.000	Rp. 14.000.000	Tercapai
4	April	240	Rp. 14.921.000	Rp. 14.000.000	Tercapai
5	Mei	232	Rp. 14.859.000	Rp. 14.000.000	Tercapai
6	Juni	157	Rp. 13.590.000	Rp. 14.000.000	Tidak Tercapai
7	Juli	140	Rp. 12.256.000	Rp. 14.000.000	Tidak Tercapai
8	Agustus	123	Rp. 11.243.000	Rp. 14.000.000	Tidak Tercapai
9	September	141	Rp. 12.376.000	Rp. 14.000.000	Tidak Tercapai
10	Oktober	94	Rp. 10.214.000	Rp. 14.000.000	Tidak Tercapai
11	November	133	Rp. 11.576.000	Rp. 14.000.000	Tidak Tercapai
12	Desember	124	Rp. 11.554.000	Rp. 14.000.000	Tidak Tercapai
Total		1.877	Rp. 152.589.000.	Rp. 168.000.000	Tidak Tercapai

Sumber: Laundry KW Ciputat 2023.

Secara total, Laundry KW Ciputat berhasil melayani 1.877 pelanggan dan memperoleh omset keseluruhan sebesar Rp. 152.589.000. pada tahun 2023. Puncak jumlah pelanggan tercapai pada bulan April dengan 240 pelanggan, menghasilkan omset tertinggi sebesar Rp. 14.921.000. Sebaliknya, bulan Oktober mencatatkan jumlah pelanggan terendah, yaitu 94 pelanggan, dengan omset Rp. 10.214.000.

Kualitas pelayanan menurut Jany dan Mauli Siagian (2020) adalah suatu tindakan yang dapat membawa perubahan yang dibutuhkan pelanggan, sehingga pelanggan mengevaluasi dan bersedia menerima layanan tersebut. Kualitas ini juga diukur sebagai tingkat pelayanan yang diberikan untuk memuaskan Kepuasan Pelanggan pelanggan. Menurut Brahim Eli Nur Muh (2021) periklanan merupakan suatu kegiatan dan alat komunikasi yang dapat dilakukan oleh individu atau pelaku usaha terhadap masyarakat luas, dengan tujuan untuk memperkenalkan barang dan produk kepada masyarakat.

Menurut Tjiptono (2020:19) Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Adapun tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut : 1. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Laundry KW Ciputat, 2. Untuk mengetahui apakah promosi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Laundry KW Ciputat, 3. Untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan dan promosi berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada jasa Laundry KW Ciputat.

METOD

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif dengan pendekatan eksplantif. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Laundry KW Ciputat sebanyak 1.877 orang pada tahun 2023, dengan jumlah sampel sebanyak 95 responden yang ditentukan melalui rumus Slovin. Sumber data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah tanggapan responden dari hasil kuesioner dengan menggunakan skala likert. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas, analisis regresi linier berganda, uji koefisien determinasi, uji t , dan uji f , dengan menggunakan SPSS versi 27.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil uji validasi dari item-item pertanyaan pada variabel kualitas pelayanan, promosi dan kepuasan pelanggan maka diperoleh hasil uji validasi sebagaimana pada tabel 2

Tabel 2 Uji Validitas

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan				
1	X1_1	0.749	0,201	Valid
2	X1_2	0.671	0,201	Valid
3	X1_3	0.696	0,201	Valid
4	X1_4	0.767	0,201	Valid
5	X1_5	0.648	0,201	Valid
6	X1_6	0.679	0,201	Valid
7	X1_7	0.691	0,201	Valid
8	X1_8	0.740	0,201	Valid
9	X1_9	0.697	0,201	Valid
10	X1_10	0.570	0,201	Valid
Promosi				
1	X2_1	0.718	0,201	Valid
2	X2_2	0.616	0,201	Valid
3	X2_3	0.455	0,201	Valid
4	X2_4	0.688	0,201	Valid
5	X2_5	0.604	0,201	Valid
6	X2_6	0.525	0,201	Valid
7	X2_7	0.361	0,201	Valid
8	X2_8	0.673	0,201	Valid
9	X2_9	0.547	0,201	Valid
10	X2_10	0.725	0,201	Valid
Kepuasan Pelanggan				
1	Y1	0.604	0,201	Valid
2	Y2	0.685	0,201	Valid
3	Y3	0.607	0,201	Valid
4	Y4	0.721	0,201	Valid
5	Y5	0.452	0,201	Valid
6	Y6	0.656	0,201	Valid

No	Pernyataan	r _{hitung}	r _{tabel}	Keterangan
7	Y7	0.626	0,201	Valid
8	Y8	0.654	0,201	Valid
9	Y9	0.505	0,201	Valid
10	Y10	0.556	0,201	Valid

Sumber: Data Premier Diolah Dengan SPSS 27 (2025)

Berdasarkan tabel 2, diketahui bahwa semua item pertanyaan dari masing–masing variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki nilai rhitung > rtabel sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap variabel dalam penelitian ini valid.

Sedangkan hasil uji realibilitas variabel Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan maka diperoleh hasil uji realibitas sebagaimana pada tabel 3

Tabel 3 Uji Relabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai kritis	Keputusan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,877	0,600	Reliable
Promosi (X ₂)	0,793	0,600	Reliable
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,811	0,600	Reliable

Sumber: Hasil Olahan Data SPSS 27 (2025).

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa nilai alpha Cronbach semua item pernyataan > 0,600 sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pernyataan variabel dinyatakan reliabel. Sedangkan uji Uji Normalitas pada variabel tersebut digambarkan pada tabel 4

Tabel 4 Uji Normalias Data
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.16346338
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.073
	Negative	-.055
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

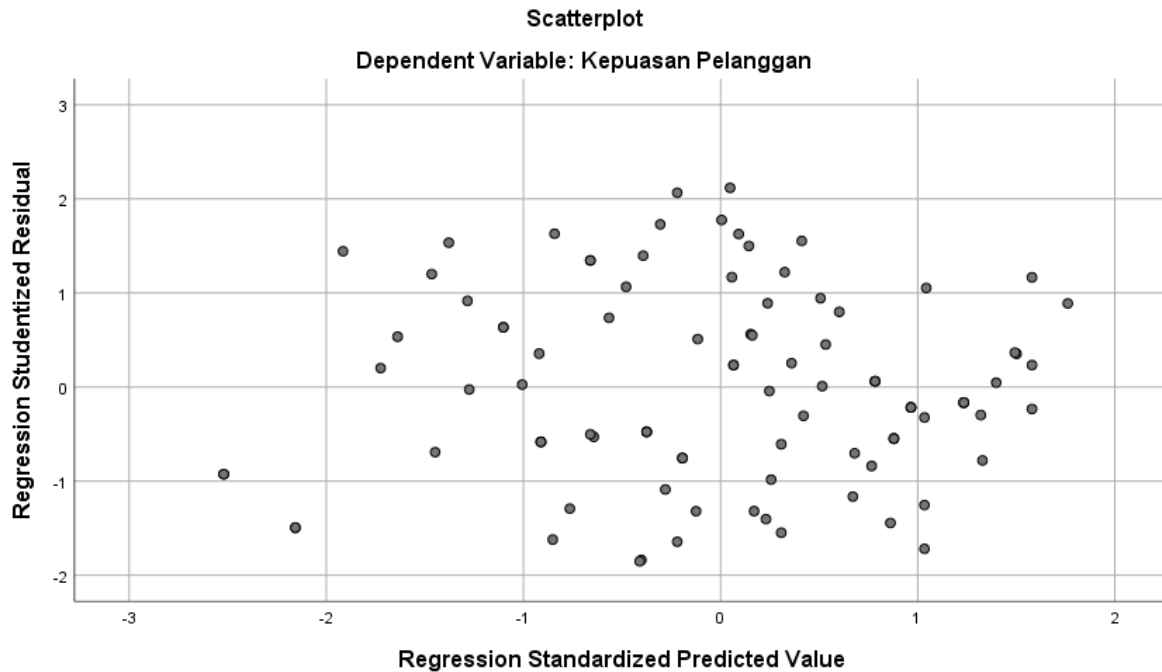
Cite this article as :

Masroni , M. . Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Laundry KW Ciputatiputat. *Miftah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 79–86. <https://doi.org/10.61231/miftah.v3i2.387>

Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0

d. This is a lower bound of the true significance.

Berdasarkan tabel 4 diketahui nilai signifikansinya adalah $0,200^{c,d} > 0,05$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal pada gambar 1 Uji Heteroskedastisitas.



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Sumber : Data diolah dari SPSS versi 27 (2025)

Berdasarkan gambar 1 dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak terdapat gejala heteroskedastisitas karena penyebaran titik –titik data tidak berbentuk pola. Sedangkan pada hasil uji multikolinearitas diperoleh sebagaimana pada tabel 5

Tabel 5 Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.946	2.566		1.927	.057		
Kualitas Pelayanan	.286	.060	.327	4.768	.000	.693	1.442
Promosi	.601	.067	.611	8.909	.000	.693	1.442

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah dari SPSS versi 27 (2025)

Berdasarkan tabel 5 diketahui bahwa nilai Tolerance variabel Kualitas Pelayanan (X_1) 0,693, dan variabel Promosi (X_2) 0,693, $> 0,10$ maka dinyatakan tidak terdapat gejala multikolinearitas. Sedangkan dengan Koefisien Determinasi diperoleh hasil sebagaimana pada table 6

Tabel 6 Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.837 ^a	.700	.694	2.187

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah dari SPSS versi 27 (2025)

Berdasarkan Tabel 6 di atas dapat diketahui bahwa besarnya *Adjusted R square* adalah 0,694 atau 69,4%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase pengaruh variabel independen Kualitas Pelayanan (X_1) dan Promosi (X_2) terhadap dependen Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 69,4%. Sedangkan sisanya 30,6% ($100\% - 69,4\%$) dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain di luar variabel yang diteliti. Sedangkan dengan uji t variable Kualitas Pelayanan diperoleh hasil sebagaimana pada table 7

Tabel 7 Uji Parsial (Uji t) Variabel Kualitas Pelayanan
Terhadap Kepuasan Pelanggan
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.028	2.957	5.759	.000
	Kualitas Pelayanan	.582	.068	.665	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah dari SPSS versi 27 (2025)

Variabel Kualitas Pelayanan mempunyai tingkat signifikansi sebesar 0,000 nilai ini lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dengan nilai t_{hitung} 8,584 $> t_{tabel}$ 1,986. Hal ini berarti H_a diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Sedangkan dengan uji t variable Promosi diperoleh hasil sebagaimana pada table 8

Tabel 8 Uji Parsial (Uji t) Variabel Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	9.966	2.599		3.835	.000
	Promosi	.779	.062	.791	12.489	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah dari SPSS versi 27 (2025)

Variabel Promosi mempunyai tingkat signifikasi sebesar 0,000 nilai ini lebih besar dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) dengan nilai t_{hitung} 12,489 > t_{tabel} 1,986. Hal ini berarti H_{a1} diterima. Sehingga dapat dikatakan bahwa Promosi berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Sedangkan pada uji F diperoleh hasil sebagaimana pada tabel 9

Tabel 9 Uji Simultan (F)
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1028.910	2	514.455	107.574	.000 ^b
Residual	439.974	92	4.782		
Total	1468.884	94			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil diperoleh dari SPSS versi 27 (2025)

Berdasarkan Tabel 9 di atas dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} sebesar 107,574. Sedangkan F_{tabel} sebesar 3,10 maka F_{hitung} 107,574 > F_{tabel} 3,10 dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Makna data tersebut dapat diartikan bahwa hipotesis diterima. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Promosi secara simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis data yang dilakukan pada penelitian ini membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Laundry KW Ciputat. Promosi berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Laundry KW Ciputat. Kualitas Pelayanan dan Promosi berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Laundry KW Ciputat.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan, maka kesimpulan berkaitan dengan Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Laundry KW Ciputat adalah sebagai berikut :1) Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap

Cite this article as :

Masroni , M. . Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Laundry KW Ciputatiputat. *Miftah : Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam*, 3(2), 79–86. <https://doi.org/10.61231/miftah.v3i2.387>

Creative Commons - Attribution 4.0 International - CC BY 4.0

Kepuasan Pelanggan pada jasa Laundry KW Ciputat, 2) Promosi secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Laundry KW Ciputat., 3) Kualitas Pelayanan dan Promosi secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Laundry KW Ciputat.

DAFTAR PUSTAKA

- Andri Priadi & Styo Budi Utomo, (2024), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Jasa Sampurna Laundry*, Jurnal Semarak Vol.4, No.3, Oktober 2021
- Angga Setiawan & Ahyani (2024), *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi terhadap Kepuasan Konsumen pada Mandala Laundry Depok*, Jurnal Ilmiah Swara MaNajemen, Vol 4 (1) 2024:
- Audri Pratiwi, Suri Amilia, Rahmi Meutia, (2023), *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Hemat Laundry Tanjung Pura*, Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI) Vol. 3 No. 1 January 2023
- Audri, Pratiwi, dkk., (2023), *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Shoesolic*. Jurnal Manajemen Akuntansi (JUMSI), 3(1)
- Brahim Eli Nur Muh., (2021), *Produk Kreatif dan Kewirausahaan Akuntansi dan Keuangan Lembaga*, Yogyakarta Penerbit Andi
- Jany, Mauli Siagian, (2020), *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Nasabah terhadap Loyalitas Nasabah pada BPR Artha Prima Perkasa*. JMBI UNSRAT. Vol.7 No.3
- Siagian, S., (2020), *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta; Penerbit PT Bumi. Aksara.
- Sugiyono, (2018), *Metode Penelitian Kombinasi (Cet III)*, Bandung: Alfabeta)
- Sugiyono, (2021), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandy, (2017), *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Yogyakarta: Andi.