MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA ASHERA COIN LAUNDRY DI DAERAH TANJUNG ANOM

Dela Agesty br Ginting[1], Darwis Robinson Manalu[2]
[1,2]Program Studi Sistem Informasi, Fakultas Ilmu Komputer, Universitas Methodist Indonesia, Indonesia

Email: delaagesty480@gmail.com[1], manaludarwis@gmail.com[2]

Abstract

This study aims to examine the effect of service quality on customer satisfaction at Ashera Coin Laundry, a self-service coin laundry business located in the Tanjung Anom area, Deli Serdang, North Sumatra. The rapid growth of self-service laundry businesses in suburban residential areas has intensified competition, making service quality a key factor in retaining customers. This research uses a quantitative associative approach with a survey method. The population consists of all customers of Ashera Coin Laundry, and a sample of 100 respondents was determined using purposive sampling with the criterion of having used the service at least twice. Data were collected through a questionnaire measured on a five-point Likert scale, covering five dimensions of service quality (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy) as well as customer satisfaction. Data were analyzed using validity and reliability tests, classical assumption tests, and simple linear regression with the aid of SPSS version 26. The results show that all instrument items are valid and reliable, the regression model meets the classical assumption requirements, and service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction, with a coefficient of determination (R Square) of 0.618, indicating that 61.8% of the variation in customer satisfaction is explained by service quality. These findings imply that Ashera Coin Laundry management needs to continuously improve service reliability and responsiveness to enhance customer satisfaction and business sustainability.

Keywords: *service quality, customer satisfaction, coin laundry, reliability, responsiveness*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Ashera Coin Laundry, sebuah usaha jasa laundry mandiri berbasis koin yang berlokasi di daerah Tanjung Anom, Deli Serdang, Sumatera Utara. Pesatnya pertumbuhan usaha coin laundry di kawasan permukiman pinggiran kota menyebabkan persaingan semakin ketat, sehingga kualitas pelayanan menjadi faktor penting dalam mempertahankan pelanggan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan metode survei. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan Ashera Coin Laundry, dengan sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria pernah menggunakan jasa minimal dua kali. Data dikumpulkan melalui kuesioner dengan skala Likert lima poin yang mencakup lima dimensi kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) serta kepuasan pelanggan. Data dianalisis menggunakan uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, serta regresi

Article History
Received: Juli 2026
Reviewed: Juli 2026
Published: Juli 2026

Plagirism checker no 80
Copyright : author
Publish by : musytari

This work is licensed under a creative commons attribution-noncommercial 4.0 international license

linear sederhana dengan bantuan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan seluruh item instrumen valid dan reliabel, model regresi memenuhi syarat asumsi klasik, serta kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,618 yang berarti 61,8% variasi kepuasan pelanggan dijelaskan oleh kualitas pelayanan. Temuan ini mengimplikasikan bahwa manajemen Ashera Coin Laundry perlu terus meningkatkan keandalan dan daya tanggap pelayanan guna meningkatkan kepuasan pelanggan dan keberlanjutan usaha.

Kata Kunci: kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, coin laundry, keandalan, daya tanggap

PENDAHULUAN

Perubahan gaya hidup masyarakat perkotaan maupun kawasan pinggiran kota yang semakin sibuk mendorong meningkatnya permintaan terhadap jasa yang praktis dan efisien, termasuk jasa laundry. Coin laundry (laundry koin) hadir

sebagai alternatif layanan cuci mandiri (self-service) yang menawarkan fleksibilitas waktu dan biaya yang lebih ekonomis dibandingkan laundry kiloan konvensional. Ashera Coin Laundry merupakan salah satu usaha coin laundry yang berlokasi di daerah Tanjung Anom, kawasan permukiman yang terus berkembang di wilayah Deli Serdang, Sumatera Utara, dan menghadapi persaingan dari beberapa penyedia jasa laundry lain di sekitarnya.

Hasil observasi awal di lokasi penelitian menunjukkan bahwa Ashera Coin Laundry masih menghadapi sejumlah kendala pelayanan, di antaranya mesin cuci yang sesekali tidak beroperasi secara optimal, waktu tunggu yang cukup lama pada jam-jam ramai, kebersihan ruang tunggu yang belum sepenuhnya terjaga, serta respons karyawan yang belum konsisten dalam menangani keluhan pelanggan. Permasalahan-permasalahan tersebut berpotensi menurunkan tingkat kepuasan pelanggan apabila tidak segera dilakukan perbaikan secara berkelanjutan.

Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa (Kotler & Keller, 2023). Pelayanan yang baik akan menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, mendorong mereka untuk kembali menggunakan jasa yang sama, serta bersedia merekomendasikan usaha tersebut kepada orang lain. Sebaliknya, pelayanan yang buruk dapat menimbulkan ketidakpuasan yang berdampak pada penurunan jumlah pelanggan dan pendapatan usaha.

Penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada usaha laundry telah banyak dilakukan, terutama pada laundry kiloan konvensional di wilayah perkotaan (Novandi & Prihadi, 2026; Afrianti & Zulkifli, 2023). Namun, penelitian pada usaha coin laundry berskala kecil di kawasan pinggiran kota seperti Tanjung Anom masih terbatas. Karakteristik pelanggan coin laundry yang lebih mandiri dalam proses pencucian turut memunculkan penekanan dimensi kualitas pelayanan yang sedikit berbeda dibandingkan laundry kiloan konvensional, sehingga penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi empiris baru pada konteks usaha coin laundry di kawasan pinggiran kota.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Ashera Coin Laundry di daerah Tanjung Anom, baik dari sisi kekuatan pengaruh maupun signifikansinya secara statistik.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas pelayanan diartikan sebagai perbandingan antara harapan pelanggan terhadap suatu layanan dengan persepsi mereka atas kinerja layanan yang sesungguhnya diterima (Parasuraman et al., 2024). Semakin kecil kesenjangan antara harapan dan kenyataan, semakin tinggi kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan. Parasuraman et al. (2024) mengemukakan lima dimensi utama kualitas pelayanan yang dikenal dengan model SERVQUAL, yaitu: (1) tangibles atau bukti fisik, berkaitan dengan penampilan fasilitas fisik, peralatan, dan kebersihan tempat usaha; (2) reliability atau keandalan, yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan dapat diandalkan; (3) responsiveness atau daya tanggap, yaitu kesediaan karyawan membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat; (4) assurance atau jaminan, yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka menumbuhkan kepercayaan pelanggan; dan (5) empathy atau empati, yaitu perhatian secara personal yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil suatu produk maupun jasa dengan harapan yang dimiliki pelanggan (Kotler & Keller, 2023). Apabila kinerja layanan sesuai atau melampaui harapan, pelanggan akan merasa puas, sedangkan apabila kinerja berada di bawah harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Kepuasan pelanggan dapat diukur melalui beberapa indikator, di antaranya kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan harapan pelanggan, minat pelanggan untuk berkunjung atau menggunakan jasa kembali, serta kesediaan pelanggan untuk merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain (Zeithaml et al., 2026). Kepuasan pelanggan memiliki peran penting bagi keberlangsungan usaha jasa karena berkaitan erat dengan loyalitas dan citra usaha di mata masyarakat.

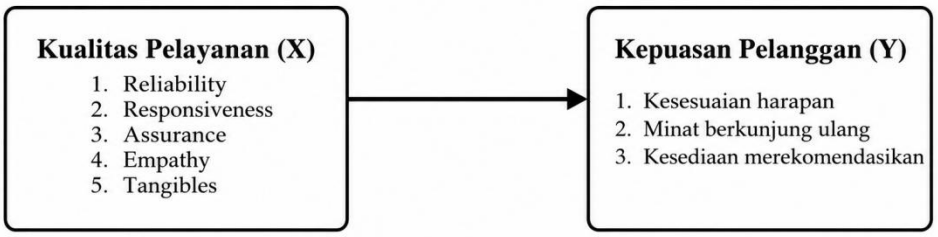
Penelitian Terdahulu

Beberapa penelitian terdahulu mendukung adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada usaha laundry. Novandi dan Prihadi (2026) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Miss Laundry di Kota Tegal. Afrianti dan Zulkifli (2023) juga menemukan hasil serupa pada Citra Laundry di Kota Pariaman, di mana kualitas pelayanan bersama lokasi usaha memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Selain itu, Kusumanto (2025) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada Buana Laundry dengan koefisien pengaruh yang cukup besar. Konsistensi temuan pada penelitian-penelitian tersebut memperkuat dasar teoretis bahwa kualitas pelayanan merupakan determinan penting kepuasan pelanggan pada usaha jasa laundry, termasuk yang diduga akan terjadi pada Ashera Coin Laundry di daerah Tanjung Anom.

Kerangka Konsep dan Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tinjauan teori dan penelitian terdahulu, penelitian ini menempatkan kualitas pelayanan (X) sebagai variabel bebas yang diduga memengaruhi kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel terikat. Kerangka konsep penelitian digambarkan pada Gambar 1 berikut.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026



Gambar 1 Kerangka Konsep Penelitian

Sumber: Data diolah oleh peneliti (2024)

Berdasarkan kerangka konsep tersebut, hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut. H0: kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Ashera Coin Laundry di daerah Tanjung Anom. Ha: kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Ashera Coin Laundry di daerah Tanjung Anom.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara dua variabel atau lebih. Metode yang digunakan adalah metode survei melalui penyebaran kuesioner kepada pelanggan Ashera Coin Laundry yang berlokasi di daerah Tanjung Anom, Deli Serdang, Sumatera Utara.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan Ashera Coin Laundry yang jumlahnya tidak diketahui secara pasti (unidentified population). Oleh karena itu, penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Lemeshow dengan tingkat kepercayaan 95% (Z = 1,96), proporsi 0,5, dan margin kesalahan 10%, sehingga diperoleh jumlah sampel minimal sebanyak 96 responden yang kemudian dibulatkan menjadi 100 responden untuk mempermudah pengolahan data. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling dengan kriteria responden berusia minimal 17 tahun dan telah menggunakan jasa Ashera Coin Laundry minimal dua kali.

Variabel penelitian terdiri atas variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan (X), yang diukur melalui sepuluh item pernyataan yang merepresentasikan lima dimensi SERVQUAL (tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy), serta variabel terikat, yaitu kepuasan pelanggan (Y), yang diukur melalui lima item pernyataan meliputi kesesuaian harapan, minat berkunjung ulang, dan kesediaan merekomendasikan. Seluruh item diukur menggunakan skala Likert lima poin, mulai dari skor 1 (sangat tidak setuju) hingga skor 5 (sangat setuju).

Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner secara langsung kepada pelanggan di lokasi Ashera Coin Laundry, serta didukung dengan observasi dan dokumentasi. Sebelum digunakan, instrumen penelitian terlebih dahulu diujivaliditasnya menggunakan korelasi Pearson Product Moment dan diuji reliabilitasnya menggunakan koefisien Cronbach's Alpha.

Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji asumsi klasik, yaitu uji normalitas dengan metode Kolmogorov-Smirnov dan uji heteroskedastisitas dengan metode Glejser, dilanjutkan dengan analisis regresi linear sederhana, uji hipotesis (uji t), dan uji koefisien determinasi (R Square). Seluruh pengujian statistik dilakukan dengan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26.

MUSYTARI
ISSN : 3025-9495
Neraca Akuntansi Manajemen, Ekonomi
Vol 25 No 8 Tahun 2026

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan pelanggan Ashera Coin Laundry di daerah Tanjung Anom. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan frekuensi kunjungan per bulan disajikan pada Tabel 1 berikut.

Karakteristik	Jumlah	Persentase (%)
Jenis Kelamin		
Laki-laki	42	42,0
Perempuan	58	58,0
Usia		
< 20 tahun	15	15,0
21 - 30 tahun	47	47,0
31 - 40 tahun	28	28,0
> 40 tahun	10	10,0
Pekerjaan		
Pelajar/Mahasiswa	34	34,0
Karyawan Swasta	38	38,0
Wiraswasta	18	18,0
Lainnya	10	10,0
Frekuensi Kunjungan per Bulan		
1 - 2 kali	41	41,0
3 - 4 kali	39	39,0
> 4 kali	20	20,0

Tabel 1 Karakteristik Responden

Sumber: Data primer diolah (2024)

Tabel 1 menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (58,0%), berusia 21-30 tahun (47,0%), dan bekerja sebagai karyawan swasta (38,0%). Dari sisi frekuensi kunjungan, sebagian besar responden mengunjungi Ashera Coin Laundry sebanyak 1-2 kali dalam sebulan (41,0%), yang mengindikasikan bahwa mayoritas pelanggan menggunakan jasa ini secara rutin meskipun tidak terlalu sering, sesuai dengan karakteristik layanan coin laundry sebagai solusi cuci mandiri yang praktis.

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung terhadap r tabel pada taraf signifikansi 5% dengan jumlah responden 100, sehingga diperoleh nilai r tabel sebesar 0,197. Suatu item dinyatakan valid apabila nilai r hitung lebih besar dari r tabel. Hasil pengujian validitas disajikan pada Tabel 2.

Item	r Hitung	r Tabel	Keterangan
X.1	0,612	0,197	Valid
X.2	0,578	0,197	Valid
X.3	0,703	0,197	Valid
X.4	0,655	0,197	Valid
X.5	0,598	0,197	Valid
X.6	0,681	0,197	Valid
X.7	0,742	0,197	Valid
X.8	0,629	0,197	Valid
X.9	0,667	0,197	Valid

ISSN : 3025-9495

X.10	0,591	0,197	Valid
Y.1	0,712	0,197	Valid
Y.2	0,688	0,197	Valid
Y.3	0,751	0,197	Valid
Y.4	0,669	0,197	Valid
Y.5	0,694	0,197	Valid

Tabel 2 Hasil Uji Validitas

Sumber: Hasil olah data SPSS 26 (2025)

Tabel 2 menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai r hitung lebih besar dari r tabel (0,197), sehingga seluruh item dinyatakan valid dan layak digunakan sebagai instrumen penelitian.

Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai Cronbach's Alpha, di mana suatu variabel dinyatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60. Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 3.

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,861	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,822	Reliabel

Tabel 3 Hasil Uji Reliabilitas

Sumber: Hasil olah data SPSS 26 (2025)

Nilai Cronbach's Alpha untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 0,861 dan kepuasan pelanggan sebesar 0,822. Kedua nilai tersebut berada di atas 0,60, sehingga seluruh item pernyataan pada kedua variabel dinyatakan reliabel dan konsisten apabila digunakan untuk pengukuran berulang.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Sebelum dilakukan analisis regresi, terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik yang meliputi uji normalitas dan uji heteroskedastisitas untuk memastikan model regresi layak digunakan.

Uji	Nilai Signifikansi	Keterangan
Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)	0,200	Data berdistribusi normal

Tabel 4 Hasil Uji Normalitas

Sumber: Hasil olah data SPSS 26 (2025)

Hasil uji normalitas dengan metode One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,200, lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual pada penelitian ini berdistribusi normal dan memenuhi syarat untuk dilakukan analisis regresi.

Uji heteroskedastisitas dilakukan menggunakan metode Glejser, yaitu dengan meregresikan nilai absolut residual terhadap variabel bebas. Hasil pengujian menunjukkan nilai signifikansi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,342, lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini.

Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil pengolahan data disajikan pada Tabel 5.

Model	B	Std. Error	t	Sig.
(Constant)	8,245	2,116	3,897	0,000
Kualitas Pelayanan	0,712	0,058	12,276	0,000

Tabel 5 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Sumber: Hasil olah data SPSS 26 (2026)

Berdasarkan Tabel 5, diperoleh persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut: Y = 8,245 + 0,712X. Nilai konstanta sebesar 8,245 menunjukkan bahwa apabila kualitas pelayanan bernilai 0, maka kepuasan pelanggan berada pada nilai 8,245. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,712 danbertanda positif menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,712 satuan, dengan asumsi variabel lain konstan.

Hasil Uji Hipotesis (Uji t)

Pengujian hipotesis dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung terhadap t tabel pada taraf signifikansi 5% dan derajat kebebasan (df) = 98, sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1,984. Berdasarkan Tabel 5, nilai t hitung untuk variabel kualitas pelayanan sebesar 12,276 dengan nilai signifikansi 0,000. Karena nilai t hitung (12,276) lebih besar dari t tabel (1,984) dan nilai signifikansi (0,000) lebih kecil dari 0,05, maka H0 ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Ashera Coin Laundry di daerah Tanjung Anom.

Hasil Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R Square) digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel kualitas pelayanan dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan. Hasil pengujian disajikan pada Tabel 6.

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
0,786	0,618	0,614	2,045

Tabel 6 Hasil Koefisien Determinasi

Sumber: Hasil olah data SPSS 26 (2026)

Tabel 6 menunjukkan nilai R Square sebesar 0,618, yang berarti bahwa 61,8% variasi kepuasan pelanggan pada Ashera Coin Laundry dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar 38,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar model penelitian ini, seperti harga, lokasi, dan promosi.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Ashera Coin Laundry di daerah Tanjung Anom. Hasil analisis regresi linear sederhana membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,712 dan nilai signifikansi 0,000. Temuan ini sejalan dengan konsep yang dikemukakan oleh Parasuraman et al. (2024) bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang dirasakan pelanggan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang mereka rasakan.

Hasil penelitian ini juga konsisten dengan penelitian terdahulu. Novandi dan Prihadi (2026) pada Miss Laundry di Kota Tegal, Afrianti dan Zulkifli (2023) pada Citra Laundry di Kota Pariaman, serta Kusumanto (2025) pada Buana Laundry, sama-sama menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor yang konsisten memengaruhi kepuasan pelanggan pada berbagai jenis usaha laundry, baik laundry kiloan konvensional maupun coin laundry berbasis layanan mandiri seperti Ashera Coin Laundry.

Ditinjau dari nilai koefisien determinasi sebesar 0,618, kualitas pelayanan mampu menjelaskan 61,8% variasi kepuasan pelanggan, yang tergolong cukup besar untuk penelitian pada satu variabel bebas. Kondisi ini mengindikasikan bahwa dimensi keandalan (reliability) dan daya tanggap (responsiveness), yang berkaitan dengan ketersediaan mesin yang berfungsi optimal serta kecepatan penanganan keluhan, merupakan aspek yang paling dirasakan langsung oleh pelanggan self-service coin laundry, sehingga perbaikan pada kedua dimensi tersebut berpotensi memberikan dampak yang besar terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.

Secara manajerial, temuan ini mengindikasikan bahwa manajemen Ashera Coin Laundry perlu memprioritaskan perawatan rutin mesin cuci dan mesin pengering agar selalu berfungsi optimal, mempercepat respons terhadap keluhan pelanggan, serta menjaga kebersihan dan kenyamanan ruang tunggu. Upaya-upaya tersebut diharapkan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan yang pada akhirnya berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan dan keberlanjutan usaha.

Penelitian ini memiliki keterbatasan, di antaranya cakupan penelitian yang hanya dilakukan pada satu lokasi usaha coin laundry sehingga hasil penelitian belum tentu dapat digeneralisasikan pada usaha coin laundry di lokasi lain. Selain itu, penelitian ini hanya menggunakan satu variabel bebas, yaitu kualitas pelayanan, sehingga 38,2% variasi kepuasan pelanggan yang belum terjelaskan kemungkinan dipengaruhi oleh variabel lain seperti harga, lokasi, atau promosi yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Ashera Coin Laundry di daerah Tanjung Anom. Hal ini dibuktikan dengan nilai t hitung sebesar 12,276 yang lebih besar dari t tabel sebesar 1,984 serta nilai signifikansi sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05, sehingga hipotesis alternatif (Ha) dalam penelitian ini diterima. Kualitas pelayanan mampu menjelaskan 61,8% variasi kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain di luar model penelitian ini.

Berdasarkan temuan tersebut, disarankan kepada manajemen Ashera Coin Laundry untuk terus meningkatkan keandalan pelayanan, terutama dengan menjaga seluruh unit mesin cuci dan mesin pengering tetap berfungsi optimal melalui perawatan rutin, mempercepat daya tanggap karyawan dalam menangani keluhan pelanggan, serta menjaga kebersihan dan kenyamanan area tunggu. Peningkatan pada aspek-aspek tersebut diyakini akan berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan secara keseluruhan.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada cakupan lokasi dan variabel yang diteliti, sehingga bagi peneliti selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan penelitian pada beberapa lokasi usaha coin laundry sekaligus, serta menambahkan variabel lain seperti harga, lokasi, dan promosi agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada usaha coin laundry.

DAFTAR PUSTAKA

Afrianti, R., & Zulkifli. (2023). Pengaruh kualitas pelayanan dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan pada Citra Laundry Kota Pariaman. Jurnal Menara Ilmu, 11(78).

Ghozali, I. (2023). Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2023). Manajemen pemasaran (13th ed., Jilid 1). Erlangga.

Kusumanto. (2025). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen dan loyalitas pelanggan di Buana Laundry. Seminar Nasional Teknologi Informasi Komunikasi dan Industri.

Novandi, D. H., & Prihadi, D. (2026). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Miss Laundry di Kota Tegal. Konsentrasi: Jurnal Manajemen dan Bisnis, 1(1), 26-37. https://doi.org/10.24905/konsentrasi.v1i1.7

Oliver, R. L. (2024). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. Journal of Marketing Research, 17(4), 460-469. https://doi.org/10.2307/3150499

Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2024). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality. Journal of Retailing, 64(1), 12-40.

Sugiyono. (2024). Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Alfabeta.

Tjiptono, F. (2025). Pemasaran jasa - prinsip, penerapan, dan penelitian. Andi Offset.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2026). Services marketing: Integrating customer focus across the firm (7th ed.). McGraw-Hill Education.