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

PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN BABY LAUNDRY CV. STROLLA INDONESIA DI KOTA SURABAYA

Afriana Miftahul[1], Jimmy ignatius[2], Ageng Pratiwi[3]
[123]Jurusan Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi IBMT Surabaya
1afrianamiftahul@gmail.com, 2Jimmyignatius2015@gmail.com, 3agengpratiwi382@gmail.com

Abstract

This study aims to determine and analyze the effect of service quality on customer satisfaction in baby laundry services at CV Strolla Indonesia. Competition in the laundry business specializing in baby supplies in Surabaya City is increasing so that companies are required to provide the best service quality to create customer satisfaction. Good service quality is expected to be able to optimally increase customer satisfaction. The research method used is a quantitative method with a descriptive approach. The population in this study were all baby laundry customers of CV Strolla Indonesia in Surabaya City. The sampling technique used purposive sampling with a total of 75 respondents. Data collection techniques were carried out through distributing questionnaires. Data analysis methods used include validity tests, reliability tests, normality tests, results of simple linear regression analysis, coefficient of determination tests, and t-tests with the help of the SPSS program. The results showed that service quality has a positive effect on customer satisfaction. This indicates that the better the quality of service provided, the higher the level of customer satisfaction.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan baby laundry di CV Strolla Indonesia. Persaingan usaha laundry khusus perlengkapan bayi di Kota Surabaya semakin meningkat sehingga perusahaan dituntut untuk memberikan kualitas layanan terbaik guna menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas layanan yang baik diharapkan mampu meningkatkan kepuasan pelanggan secara optimal. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan baby laundry CV Strolla Indonesia di Kota Surabaya. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan jumlah responden sebanya 75 responden. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner. Metode analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, hasil analisis regresi linier sederhana, uji koefisien determinasi, dan uji t dengan bantuan program SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan

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

Edit dengan WPS Office

Pendahuluan

Perkembangan sektor jasa di Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup pesat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin mengutamakan kepraktisan dan efisiensi waktu. Salah satu sektor jasa yang mengalami perkembangan signifikan adalah usaha laundry. Meningkatnya aktivitas masyarakat, khususnya di wilayah perkotaan, menyebabkan kebutuhan akan layanan pencucian pakaian semakin tinggi. Jasa laundry menjadi solusi bagi masyarakat yang memiliki keterbatasan waktu untuk melakukan pekerjaan rumah tangga, termasuk mencuci dan menyetrika pakaian.

Industri laundry di Indonesia menunjukkan prospek yang menjanjikan. Asosiasi Laundry Indonesia (ASLI) mencatat bahwa industri jasa laundry mampu menyerap sekitar 34.000 tenaga kerja dengan pertumbuhan keanggotaan sekitar 20% per tahun. Selain itu, pertumbuhan usaha laundry di Indonesia juga didorong oleh meningkatnya urbanisasi, perubahan pola hidup masyarakat, serta meningkatnya kesadaran akan pentingnya kebersihan pakaian.

Persaingan dalam industri laundry saat ini semakin ketat karena banyaknya pelaku usaha yang menawarkan layanan serupa. Kondisi tersebut menuntut perusahaan untuk mampu memberikan kualitas layanan yang unggul agar dapat mempertahankan pelanggan. Kualitas layanan menjadi faktor penting dalam bisnis jasa karena pelanggan tidak hanya menilai hasil akhir layanan, tetapi juga menilai proses pelayanan yang diberikan, seperti ketepatan waktu, keramahan karyawan, keamanan barang pelanggan, kebersihan hasil cucian, dan kemampuan perusahaan dalam memenuhi harapan pelanggan. Apabila kualitas layanan yang diberikan sesuai atau bahkan melebihi harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas dan cenderung menggunakan kembali jasa tersebut.

Ada beberapa Fenomena Masalah pada Jasa Baby Laundry CV Strolla Indonesia yaitu yang pertama adanya keluhan pelanggan terkait ketepatan waktu penyelesaian laundry, Dalam industri laundry ketepatan waktu merupakan salah satu aspek yang sangat memengaruhi kepuasan pelanggan. Keterlambatan penyelesaian atau pengantaran laundry dapat menimbulkan ketidakpuasan karena pelanggan membutuhkan pakaian dan perlengkapan bayi secara cepat dan rutin. Keluhan mengenai keterlambatan layanan merupakan salah satu masalah yang sering ditemukan pada usaha laundry. Kedua yaitu Keluhan terhadap hasil pencucian dan kebersihan pakaian bayi, Pelanggan baby laundry memiliki ekspektasi tinggi terhadap kebersihan, kehigienisan, dan keamanan deterjen yang digunakan. Apabila masih ditemukan noda, bau kurang segar, atau hasil pencucian yang tidak sesuai harapan, maka pelanggan berpotensi menyampaikan komplain dan memberikan penilaian negatif. Ketiga yaitu Meningkatnya persaingan usaha laundry di Surabaya, banyak penyedia jasa laundry di Surabaya menawarkan layanan antar-jemput, pengerjaan cepat, serta jaminan kebersihan dan higienitas. Kondisi ini menuntut CV Strolla Indonesia untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan tidak beralih ke kompetitor. Keempat yaitu Potensi komplain terkait pelayanan karyawan, keramahan, kecepatan respons, kemampuan menangani keluhan, dan komunikasi karyawan menjadi faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang kurang responsif dapat menyebabkan pelanggan merasa tidak diperhatikan dan menurunkan tingkat kepuasan. Kelima yaitu adanya review atau penilaian pelanggan yang memengaruhi citra perusahaan, ulasan pelanggan di media sosial maupun platform digital dapat memengaruhi keputusan calon pelanggan. Beberapa penelitian pada bisnis laundry menunjukkan bahwa komentar negatif mengenai kualitas layanan, hasil pencucian, maupun ketepatan waktu dapat menurunkan kepercayaan konsumen.

Menurut Tjiptono (2019), kualitas layanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan

Edit dengan WPS Office

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

pelanggan. Sementara itu, kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang setelah membandingkan kinerja yang dirasakan dengan harapan yang dimilikinya.



Gambar 1 Layanan Baby Laundry CV Strolla Indonesia

Athomebabycare adalah nama sebutan dari perusahaan CV Strolla Indonesia sebagai penyedia perawatan layanan jasa pencucian khusus untuk pakaian, perlengkapan, dan peralatan bayi/anak (seperti pakaian bayi, selimut, gendongan, boneka, stroller, car seat, bouncer dan perlengkapan lainnya) yang menggunakan detergen hipoalergenik, metode deep steam cleaning (uap), serta sabun ramah lingkungan. Fokus utama baby laundry adalah kebersihan, higienitas, dan keamanan kulit sensitif bayi yang menghadapi persaingan yang semakin ketat. Oleh karena itu, penting untuk memahami sejauh mana kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan mengetahui faktor-faktor tersebut, pelaku usaha dapat menyusun strategi peningkatan layanan secara lebih tepat.

Salah satu usaha yang bergerak dalam bidang jasa laundry adalah CV Strolla Indonesia yang berlokasi di Kota Surabaya. Berbeda dengan laundry pada umumnya, baby laundry memerlukan standar kebersihan dan keamanan yang lebih tinggi karena berkaitan dengan kesehatan dan kenyamanan bayi yang memiliki kulit lebih sensitif. Oleh karena itu, pelanggan memiliki harapan yang tinggi terhadap kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan.

Sebagai perusahaan yang bergerak pada segmen khusus, CV Strolla Indonesia perlu memastikan bahwa seluruh aspek pelayanan berjalan dengan baik. Ketepatan waktu penyelesaian cucian, penggunaan bahan pencuci yang aman untuk bayi, kebersihan hasil cucian, keramahan karyawan, serta kemampuan perusahaan dalam menangani keluhan pelanggan merupakan beberapa faktor yang dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Apabila pelanggan merasa puas terhadap layanan yang diterima, maka kemungkinan besar pelanggan akan melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain.

Namun demikian, meningkatnya jumlah usaha laundry di Kota Surabaya menyebabkan pelanggan memiliki banyak pilihan dalam menggunakan jasa laundry. Kondisi ini menuntut CV Strolla Indonesia untuk terus meningkatkan kualitas layanannya agar mampu mempertahankan kepuasan pelanggan. Apabila kualitas layanan yang diberikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka dapat menimbulkan ketidakpuasan yang berpotensi menyebabkan pelanggan beralih kepada perusahaan lain.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwa kualitas layanan memiliki peranan penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan pada usaha jasa laundry, khususnya baby laundry. Oleh karena itu, penelitian mengenai "**Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Baby Laundry CV Strolla Indonesia di Kota Surabaya**" menjadi penting untuk dilakukan guna mengetahui sejauh mana kualitas layanan yang diberikan perusahaan mampu memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

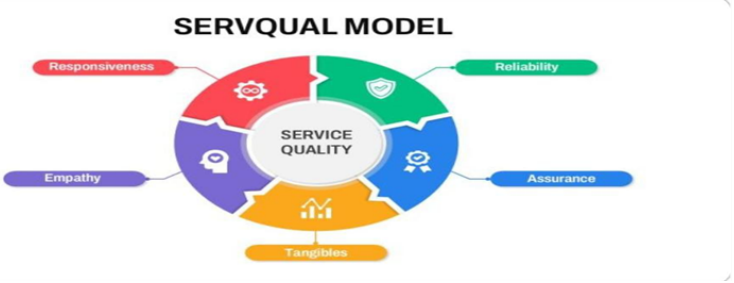
Edit dengan WPS Office

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada berbagai sektor jasa. Namun, sebagian besar penelitian sebelumnya fokus laundry umum, hotel, restoran, maupun jasa lainnya. Penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada karakteristik pelanggan baby laundry berbeda karna terkait kesehatan bayi. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat mengisi kesenjangan penelitian (research gap) tersebut dengan menjadikan CV Strolla Indonesia sebagai objek penelitian.

Tinjauan Pustaka

1. Kualitas Layanan (*Service Quality*)

Kualitas layanan adalah tingkat keunggulan suatu layanan atau jasa yang diberikan oleh organisasi atau perusahaan untuk memenuhi atau bahkan melampaui ekspektasi kepuasan pelanggan. Merujuk pada pandangan Kotler dan Keller (2016), kualitas layanan dipahami sebagai perpaduan seluruh fitur dan karakteristik jasa yang berfungsi memenuhi ekspektasi konsumen. Dengan kata lain, terdapat ruang evaluasi mengenai tingkat kesesuaian antara harapan awal pelanggan dengan implementasi kinerja di lapangan. Adapun metodologi untuk mengukur variabel ini telah dikembangkan oleh Parasuraman et al. (1988) lewat instrumen SERVQUAL yang bersandarkan pada lima dimensi utama.



Gambar 2 Model Servqual

Pada pembaruan model SERVQUAL, Parasuraman et al. mengonseptualisasikan kualitas layanan sebagai kesenjangan (gap) yang terjadi antara ekspektasi konsumen (customer expectations) dengan persepsi mereka terhadap performa aktual yang diterima (perceived performance). Pendekatan ini menegaskan bahwa mutu pelayanan tidak sekadar berorientasi pada hasil akhir, melainkan juga pada kualitas interaksi yang terbangun antara penyedia jasa dan pelanggan dalam konteks industri modern.

Di sisi lain, Tjiptono (2021) mendefinisikan kualitas layanan sebagai target keunggulan yang diharapkan disertai upaya pengendaliannya demi memuaskan kebutuhan konsumen. Ia menggarisbawahi bahwa standar kualitas ini bersifat dinamis dan wajib dievaluasi secara berkelanjutan mengikuti pergeseran tren serta perkembangan zaman. Oleh karena itu, apabila performa yang diterima mampu menyamai atau melampaui harapan, konsumen akan mempersepsikannya sebagai layanan yang berkualitas. Sebaliknya, jika kinerja operasional berada di bawah standar ekspektasi, maka hal tersebut akan memicu kekecewaan pelanggan.

Dalam konteks baby laundry Athomebabycare CV. Strolla Indonesia di Kota Surabaya, kualitas layanan mencakup kebersihan pakaian bayi, penggunaan deterjen yang aman, ketepatan waktu pengerjaan, serta keramahan dan ketelitian karyawan dalam menangani pakaian bayi.

Kualitas layanan adalah ukuran seberapa baik layanan yang diberikan perusahaan dapat memenuhi harapan pelanggan. Model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry masih menjadi acuan utama hingga tahun 2024, namun dengan penyesuaian konteks digital.

2.Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

Edit dengan WPS Office

Kepuasan pelanggan menjadi parameter utama dalam mengukur kinerja dan keberlanjutan suatu usaha. Kotler dan Keller (2016) mendefinisikannya sebagai impresi psikologis berupa kepuasan atau ketidakpuasan yang muncul dari hasil komparasi antara realitas kinerja produk dengan harapan konsumen. Pada era pasca-pandemi, indikator kepuasan ini berkembang menjadi lebih kompleks, di mana penilaian konsumen tidak hanya bertumpu pada komoditas yang dibeli, tetapi sangat dipengaruhi oleh kualitas interaksi dan pengalaman layanan secara holistik.

Menurut Tjiptono (2020), kepuasan pelanggan adalah respons evaluasi konsumen terhadap kesenjangan antara harapan dan kinerja produk atau jasa yang diterima.

Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan survei kuantitatif dengan desain cross-sectional, yaitu pengumpulan data dilakukan pada satu waktu tertentu tanpa pengukuran atau observasi lanjutan. Desain ini dipilih karena efisien dari segi waktu dan biaya serta sesuai untuk mengidentifikasi hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan athomebabycare (Babbie, 2021). Penelitian menggunakan model asosiatif-kausal untuk menguji pengaruh kualitas layanan (X) sebagai variabel independen terhadap kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel dependen (Hair et al., 2019).

Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan baby laundry CV Strolla Indonesia di Kota Surabaya yang menggunakan layanan sekurang-kurangnya dua kali dalam tiga bulan terakhir. Kriteria tersebut ditetapkan agar responden memiliki pengalaman yang cukup dalam menilai kualitas layanan dan kepuasan secara objektif (Sugiyono, 2019). Sampel ditentukan berdasarkan pedoman 5–10 kali jumlah indikator. Dengan 10 indikator, jumlah minimum sampel adalah 50 dan maksimum 100 responden. Penelitian ini menetapkan 75 responden sebagai sampel (Sugiyono, 2018). Subjek penelitian merupakan pelanggan CV Strolla Indonesia yang berdomisili atau beraktivitas di Surabaya, sedangkan objek penelitian meliputi kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Penelitian dilaksanakan di Kota Surabaya pada layanan baby laundry CV Strolla Indonesia melalui brand athomebabycare. Pelaksanaan penelitian mencakup tahap persiapan, pengujian instrumen, pengumpulan data, pengolahan dan analisis data, serta penyusunan laporan dengan total waktu sekitar sepuluh minggu. Teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu, antara lain pernah menggunakan jasa baby laundry minimal dua kali, berusia di atas 20 tahun, memiliki anak usia 0–5 tahun, dan bersedia mengisi kuesioner (Sugiyono, 2019).

Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner digital menggunakan Google Forms yang disebarkan melalui WhatsApp, Telegram, Instagram, dan secara langsung. Instrumen menggunakan skala Likert empat tingkat, yaitu skor 4 untuk sangat setuju hingga skor 1 untuk sangat tidak setuju. Data penelitian terdiri atas data kuantitatif sebagai data primer dari kuesioner dan data sekunder dari jurnal, artikel, serta sumber pendukung lainnya (Sugiyono, 2018).

Variabel kualitas layanan diukur melalui tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy (Tjiptono, 2021), sedangkan kepuasan pelanggan diukur melalui pemenuhan harapan, perasaan positif, minat kembali, tingkat komplain, dan perbandingan dengan kompetitor (Kotler & Keller, 2021). Analisis data meliputi uji validitas dan reliabilitas menggunakan SPSS. Validitas dinilai berdasarkan perbandingan r hitung dan r tabel pada taraf signifikansi 0,05, sedangkan reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha dengan kriteria $\alpha > 0,60$ (Ghozali, 2018). Selanjutnya, pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dianalisis menggunakan regresi linear sederhana. Pengujian hipotesis dilakukan melalui uji t

Edit dengan WPS Office

dan koefisien determinasi (R^2), dengan signifikansi 0,05 sebagai dasar pengambilan keputusan (Ghozali, 2018).

Hasil dan Pembahasan

1. Deskripsi Umum Objek Penelitian

CV Strolla Indonesia merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa perawatan perlengkapan bayi dan laundry khusus bayi dengan brand Athomebabycare. Perusahaan didirikan untuk memberikan layanan yang higienis, aman, berkualitas, serta praktis bagi masyarakat, khususnya orang tua. Seiring meningkatnya kesadaran terhadap pentingnya kebersihan perlengkapan bayi, perusahaan terus mengembangkan kualitas pelayanan dan inovasi melalui berbagai layanan, seperti pencucian stroller, car seat, baby box, mainan, dan perlengkapan bayi lainnya dengan bahan pembersih yang aman. Dalam menjalankan kegiatan usaha, CV Strolla Indonesia mengutamakan kepuasan pelanggan melalui pelayanan cepat, hasil bersih, serta komunikasi yang baik. Pemanfaatan media sosial dan platform digital juga dilakukan untuk memperluas jangkauan pemasaran di Surabaya dan sekitarnya. Visi perusahaan adalah menjadi penyedia jasa babycare dan laundry bayi terpercaya dengan mengutamakan kualitas, kebersihan, keamanan, dan kepuasan pelanggan. Misinya meliputi pemberian layanan berkualitas, aman, dan higienis, peningkatan kepuasan pelanggan, pemeliharaan kualitas layanan, serta pengembangan usaha berkelanjutan melalui peningkatan kompetensi sumber daya manusia (CV Strolla Indonesia, 2026).

2. Uji Deskriptif

Data penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara online menggunakan Google Form kepada 75 customer pengguna jasa laundry di CV Strolla Indonesia. Karakteristik responden dianalisis berdasarkan jenis kelamin dan usia. Berdasarkan jenis kelamin, sebanyak 22 responden (29%) adalah laki-laki, sedangkan 53 responden (71%) adalah perempuan. Dengan demikian, mayoritas pengguna jasa laundry dalam penelitian ini adalah perempuan. Selanjutnya, berdasarkan usia, responden berusia 20–25 tahun berjumlah 24 orang (32%), usia 26–30 tahun sebanyak 20 orang (27%), usia 31–35 tahun sebanyak 18 orang (24%), usia 36–40 tahun sebanyak 9 orang (12%), dan responden berusia di atas 40 tahun sebanyak 4 orang (5%). Hasil tersebut menunjukkan bahwa kelompok usia 20–25 tahun merupakan responden terbanyak. Secara keseluruhan, karakteristik responden didominasi perempuan dan kelompok usia muda, sehingga dapat menggambarkan bahwa pengguna jasa laundry CV Strolla Indonesia dalam penelitian ini mayoritas berasal dari kalangan perempuan dan generasi muda (Data Diolah Peneliti, 2026).

3. Profil Persepsi Responden

Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa persepsi responden terhadap variabel Kualitas Layanan (X) pada CV Strolla Indonesia secara umum berada pada kategori positif. Pengukuran dilakukan melalui lima indikator, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Dari 10 pernyataan, diperoleh total 206 jawaban sangat setuju, 367 setuju, 124 tidak setuju, dan 53 sangat tidak setuju. Dominasi jawaban setuju dan sangat setuju menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan menilai fasilitas perusahaan, penampilan karyawan, kemampuan memenuhi janji layanan, penyelesaian masalah, kecepatan respons admin, penanganan keluhan, kompetensi karyawan, rasa aman, perhatian personal, serta waktu operasional telah memenuhi harapan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas layanan menjadi aspek penting dalam membentuk persepsi positif pelanggan terhadap perusahaan, khususnya melalui kemampuan perusahaan

Edit dengan WPS Office

memberikan layanan yang andal, responsif, aman, dan berorientasi pada kebutuhan pelanggan (Parasuraman et al., 1988).

Sementara itu, persepsi responden terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) juga menunjukkan kecenderungan positif. Pengukuran mencakup pemenuhan harapan, perasaan positif, minat kembali, tingkat komplain, dan perbandingan dengan kompetitor. Dari 10 pernyataan, terdapat 242 jawaban sangat setuju, 391 setuju, 102 tidak setuju, dan 15 sangat tidak setuju. Mayoritas responden menyatakan bahwa layanan dan kualitas barang sesuai harapan, memberikan pengalaman menyenangkan, mendorong keinginan menggunakan kembali jasa, serta bersedia merekomendasikan perusahaan kepada orang lain. Selain itu, rendahnya tanggapan negatif menunjukkan minimnya keluhan pelanggan. Responden juga menilai layanan CV Strolla Indonesia memberikan nilai lebih dibandingkan kompetitor. Secara keseluruhan, temuan tersebut memperlihatkan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari terpenuhinya harapan dan pengalaman layanan yang positif (Kotler & Keller, 2016).

4. Hasil Uji Instrumen Data

1) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk memastikan instrumen survei mengukur sesuai tujuan. Instrumen diuji pada 75 responden, kemudian setiap pernyataan dibandingkan nilai r hitung dan r tabelnya. Jika r hitung > r tabel, maka pernyataan dinyatakan valid.

Uji Validitas Kualitas layanan (X)

Uji validitas variabel Budaya Kerja (X) melibatkan 75 responden dan diolah menggunakan SPSS versi 27. Dengan tingkat signifikansi 5% dan df (n-2) = 73, diperoleh r tabel = 0,2272. Item dinyatakan valid jika rhitung > 0,2272 dan sig < 0,05. Hasil pengujian validitasnya yaitu:

Tabel 1. Hasil Uji Validitas X

No.	Pernyataan	R hitung	R tabel	Sig.	Keterangan
1.	Fasilitas fisik yang dimiliki CV Strolla Indonesia (gedung, ruangan, dan peralatan) terlihat modern dan terawat dengan baik. (X.1)	0,6380	0,2272	0,01	Valid
2.	Penampilan karyawan serta materi promosi (seperti brosur atau website) CV Strolla Indonesia terlihat profesional dan menarik. (X.2)	0,6470	0,2272	0,01	Valid
3.	CV Strolla Indonesia mampu memberikan layanan sesuai dengan janji yang telah disampaikan kepada pelanggan. (X.3)	0,6720	0,2272	0,01	Valid
4.	Perusahaan mampu menyelesaikan masalah pelanggan dengan tepat dan akurat. (X.4)	0,6480	0,2272	0,01	Valid
5.	Admin CV Strolla Indonesia selalu siap membantu pelanggan dengan cepat. (X.5)	0,6130	0,2272	0,01	Valid

Edit dengan WPS Office

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

6.	Perusahaan memberikan pelayanan yang responsif terhadap keluhan atau permintaan pelanggan. (X.6)	0,6700	0,2272	0,01	Valid
7.	Karyawan CV Strolla Indonesia memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan pelanggan. (X.7)	0, 64 80	0,2272	0,01	Valid
8.	Pelanggan merasa aman dan percaya saat menggunakan layanan yang disediakan oleh CV Strolla Indonesia. (X.8)	0,6400	0,2272	0,01	Valid
9.	CV Strolla Indonesia memberikan perhatian khusus dan pelayanan yang personal kepada setiap pelanggan. (X.9)	0,6500	0,2272	0,01	Valid
10.	Waktu operasional CV Strolla Indonesia sesuai dengan kebutuhan dan kenyamanan pelanggan. (X.10)	0,6060	0,2272	0,01	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

Berlandaskan Tabel 1 diatas, bisa diketahui bahwasannya seluruh item pernyataan dalam variabel Kualitas layanan (X) mempunyai nilai r hitung > r tabel (0,2272), sehingga kedelapan item tersebut dinyatakan valid.

Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Uji validitas melibatkan 75 responden dan diolah menggunakan SPSS versi 27. Item dinyatakan valid bila r hitung > r tabel (0,2272) dan sig < 0,05, sesuai df = 73 dan α = 0,05. Berikut hasil pengujian validitasnya:

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Y

No.	Pernyataan	R hitung	R tabel	Sig.	Keterangan
1.	Layanan yang diberikan oleh Cv Strolla Indonesia sesuai dengan informasi atau janji yang disampaikan sebelumnya. (Y.1)	0,6010	0,2272	0,01	Valid
2.	Barang laundy yang diterima memenuhi standar kualitas yang saya harapkan. (Y.2)	0,7700	0,2272	0,01	Valid
3.	Saya merasa senang dan puas setelah menggunakan layanan Cv Strolla Indonesia. (Y.3)	0,5660	0,2272	0,01	Valid
4.	Pengalaman berbelanja di Cv Strolla Indonesia memberikan kesan yang menyenangkan bagi saya. (Y.4)	0,6310	0,2272	0,01	Valid

Edit dengan WPS Office

5.	Saya berniat untuk kembali mengunakan jasa laundry di Cv Strolla Indonesia. (Y.5)	0,5330	0,2272	0,01	Valid
6.	Saya akan merekomendasikan Cv Strolla Indonesia ke orang yang saya kenal. (Y.6)	0,5030	0,2272	0,01	Valid
7.	Saya tidak pernah mengalami kendala yang membuat saya perlu mengajukan komplain kepada Cv Strolla Indonesia. (Y.7)	0,5510	0,2272	0,01	Valid
8.	Kualitas Layanan Cv Strolla Indonesia sangat baik sehigga tidak memunculkan keluhan dari saya. (Y.8)	0,6280	0,2272	0,01	Valid
9.	Layanan Cv Strolla Indonesia lebih baik dibandingkan dengan toko jasa baby laundry lainnya.kompetitor jasa baby laundry lainnya (Y.9)	0,5580	0,2272	0,01	Valid
10.	Saya merasa Cv Strolla Indonesia memberikan nilai lebih dibandingkan kompetitor lainnya. (Y.10)	0,6480	0,2272	0,01	Valid

Sumber: Data Diolah Peneliti, 2026

Berlandaskan Tabel 2 diatas, bisa diketahui bahwasannya semua pernyataan mempunyai nilai r hitung > r tabel (0,2272), sehingga kedelapan item tersebut dinyatakan valid.

2) Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dilakukan guna menilai konsistensi ataupun tingkat keandalan dari jawaban responden kepada instrumen yang dipakai. Pengujian berikut memakai metode Cronbach's Alpha, di mana suatu instrumen dianggap reliabel jikalau nilai koefisien Cronbach's Alpha ≥ 0,60. Berikut ialah hasil uji Reliabilitas.

Tabel 3 Hasil Uji Realibilitas X dan Y

No.	Variabel	Cronbach's Alpha Hitung	Cronbach's Alpha Hitung	Keterangan
1.	Kualitas Layanan (X)	0,896	0,60	Reliabel
2.	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,815	0,60	Reliabel

Sumber: Hasil Olah Data memakai SPSS, 2026

Berlandaskan Tabel 3, seluruh variabel (Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan) memiliki koefisien reliabilitas > 0,60. Dengan demikian, instrumen yang digunakan dinyatakan reliabel dan layak sebagai alat ukur penelitian.

3) Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data variabel independen dan dependen berdistribusi normal, yang merupakan syarat dalam regresi linier klasik. Dalam penelitian ini, uji dilakukan dengan metode Kolmogorov-Smirnov melalui SPSS. Data

Edit dengan WPS Office

dinyatakan normal jika nilai signifikansi (Asymp. Sig.) > 0,05, dan tidak normal jika < 0,05. Hasil uji ini menentukan kelayakan model untuk analisis lebih lanjut. Berikut hasil uji normalitasnya.

Tabel 4 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstandardized Residual
N			75
Normal Parameters[a,b]	Mean		.0000000
	Std. Deviation		3.86545713
Most Extreme Differences	Absolute		.094
	Positive		.063
	Negative		-.094
Test Statistic			.094
Asymp. Sig. (2-tailed)[c]			.095
Monte Carlo Sig. (2-tailed)[d]	Sig.		.093
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.086
		Upper Bound	.101

a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.
d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1314643744.

Sumber: Hasil Olah Data memakai SPSS, 2026

Berlandaskan Tabel 4, nilai signifikansi sebesar 0,93 (> 0,05) menunjukkan bahwa data residual berdistribusi normal, sehingga salah satu asumsi klasik regresi terpenuhi.

4) Analisis Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda untuk melihat pengaruh kualitas layanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil regresinya disajikan sebagai berikut Analisis Linear Sederhana.

Tabel 5 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	20.953	2.247		9.326	<,001
	Kualitas Layanan	.357	.074	.490	4.800	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olah Data memakai SPSS, 2026

Berikut ialah hasil perhitungan persamaan regresi linier sederhana:

$$Y = \alpha + \beta 1X + \varepsilon$$

$$Y = 20{,}953 + 0{,}357\ X + \varepsilon$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan
X = Kualitas layanan
A = Konstanta
β1 = Koefisien regresi Kualitas layanan
ε = Error

1. Setiap peningkatan kualitas layanan berkontribusi terhadap meningkatnya Kepuasan pelanggan, sebagaimana ditunjukkan oleh koefisien regresi variabel Kualitas layanan (X) sebesar 0,357. Hal ini menunjukkan adanya hubungan positif antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelangggan. Kualitas layanan memberikan pengaruh lebih dominan, sebagaimana terlihat dari nilai koefisien regresinya yang tertinggi yaitu 0,357.

Edit dengan WPS Office

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

5) Uji Hipotesis

Uji Koefisien Korelasi (R) serta Koefisien Determinasi (r^2)

Koefisien determinasi digunakan untuk melihat sejauh mana variabel independen menjelaskan variabel dependen, dengan nilai 0 hingga 1 (atau 0 hingga 100%). Hasil perhitungannya adalah sebagai berikut:

Tabel 5 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.490[a]	.240	.230	3.89184

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olah Data memakai SPSS, 2025

1. Nilai R sebesar 0,490 menunjukkan adanya korelasi sedang 49,0% antara Kepuasan Pelanggan dengan Kualitas Layanan.
2. Nilai R Square sebesar 0,240 berarti 24,0% variasi Kepuasan Pelanggan dijelaskan oleh Kualitas Layanan.
3. Standard Error of the Estimate sebesar 3,89184 menunjukkan rata-rata kesalahan prediksi model terhadap kualitas layanan sekitar ±3,89184 satuan.

Uji Statistik T

Uji t digunakan untuk melihat pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Jika Sig. < 0,05, maka variabel berpengaruh signifikan. Hasil uji t disajikan sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan (X) kepada Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 6 Uji Statistik T X kepada Y

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	20.953	2.247		9.326	<,001
	Kualitas Layanan	.357	.074	.490	4.800	<,001

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olah Data memakai SPSS 2026

T tabel = t (n-k-l) = t (75-2-1) = 0,05 : 72 = 1,666

Hasil uji Kualitas Layanan (X) menunjukkan sig. 0,001 < 0,05 dan t hitung 4,800 > t tabel 1,666, sehingga Kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan CV. Strolla Indonesia.

5. Pembahasan

1) Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan Baby Laundry Cv. Strolla Indonesia di Kota Surabaya.

Berlandaskan hasil analisis deskriptif, sebagian besar karakteristik responden dari penelitian ini yaitu yang sudah memiliki anak berusia 0-5 tahun, responden berjenis kelamin laki-laki yaitu 22 responden dengan presentase 29%, perempuan yaitu 53 responden dengan

Edit dengan WPS Office

presentase 71% dan mayoritas terbanyak berusia 20-25 tahun sebanyak 24 responden dengan presentase 32%, kemudian 26-30 tahun sebanyak 20 responden dengan presentase 27%, dan berusia 31-35 Tahun sebanyak 18 responden dengan presentase 24%, kemudian yang beusia 36-40 Tahun sebanyak 9 responden dengan presentase 12%, dilanjut dengan yang berusia diatas 40 Tahun sebanyak 4 responden dengan presentase 5%, Kondisi ini mengindikasikan bahwa Customer Cv.Strolla Indonesia umumnya berada dalam usia Muda produktif dan memiliki Perhatian Khusus kepada baby laundry Perlengkapan baby di CV. Strolla Indonesia. Pada pernyataan dari responden dalam variabel kualitas layanan total yang memilih sangat setuju sebanyak 206 dan setuju sebanyak 367 lalu tidak setuju sebanyak 124 dilanjut dengan sangat tidak setuju sebanyak 53. Kemudian pada pernyataan dari responden dalam variabel kepuasan pelanggan total yang memilih sangat setuju sebanyak 242 dan setuju sebanyak 391 lalu tidak setuju sebanyak 102 dilanjut dengan sangat tidak setuju sebanyak 15.

Hasil persepsi Kepuasan Pelanggan terhadap Kualitas layanan di CV. Strolla Indonesia menunjukkan kategori baik. Hal ini terlihat dari pernyataan pada item X.7 dengan pernyataan "*Karyawan CV. Strolla Indonesia memiliki pengetahuan yang cukup untuk menjawab pertanyaan pelanggan*." sebanyak 42 responden yang menyatakan setuju.

Pengujian instrumen penelitian juga memperlihatkan kualitas instrumen yang memadai. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa nilai r hitung tertinggi, yakni 0,6720, melampaui r tabel sebesar 0,2272, terutama pada pernyataan "CV. Strolla Indonesia mampu memberikan layanan sesuai dengan janji yang telah disampaikan kepada pelanggan," sehingga instrumen penelitian dikategorikan valid. Selain itu, uji reliabilitas memperoleh nilai Cronbach's alpha sebesar 0,896 (> 0,60), yang menunjukkan bahwa instrumen penelitian ini sangat reliabel dan sesuai digunakan untuk pengumpulan data.

Berdasarkan uji t, nilai t hitung Kualitas Layanan yaitu 4,800 > t tabel, dan nilai signifikansinya 0,001 < 0,05. Hasil penelitian ini menegaskan bahwa kualitas layanan memengaruhi kepuasan pelanggan CV. Strolla Indonesia. Dengan kata lain, semakin baik Kualitas layanan yang dibangun dan dikembangkan perusahaan, semakin meningkat pula Kepuasan pelanggannya.

Temuan ini sejalan dengan hasil studi sebelumnya, seperti penelitian Anindya & Mindhayani (2021) mengenai "*Analisis Kepuasan Pelanggan De Laundry dengan Metode Customer Satisfaction Index dan Service Quality*." dan Patasya, Fatimah, & Meutia (2025) yang berjudul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha XY Laundry*." Kedua penelitian tersebut sama-sama menyimpulkan bahwa Kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkuat bukti empiris bahwa pengembangan kualitas layanan merupakan faktor strategis yang harus diperhatikan untuk mendukung peningkatan Kepuasan pelanggan secara berkesinambungan.

Kesimpulan

Berlandaskan hasil penelitian yang telah dibahas, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Baby Laundry CV. Strolla Indonesia. Hal ini dapat dilihat dari hasil t hitung sebesar 4,800 > t tabel sebesar 1,666 dan nilai signifikansinya 0,001 < 0,05.

DAFTAR PUSTAKA

Anindita, R., Prakoso, D., & Wijaya, H. (2025). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Industri Jasa di Indonesia. Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia.

Anindya, P., & Mindhayani, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan

Edit dengan WPS Office

Pelanggan pada Usaha Jasa. Jurnal Ekonomi dan Manajemen.
Babbie, E. (2021). The Practice of Social Research (15th ed.). Cengage Learning. https://www.cengage.com
Cochran, W. G. Sampling Techniques (3rd ed.). John Wiley & Sons. https://onlinelibrary.wiley.com
Dewi, N., Rahmawati, S., & Putri, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Sektor Jasa. Jurnal Administrasi Bisnis.
Ferdinand, A. Metode Penelitian Manajemen. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. https://eprints.undip.ac.id
Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. https://www.undip.ac.id
Ghozali, I. (2021). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 26. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro. https://www.undip.ac.id
Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate Data Analysis (8th ed.). Cengage Learning. https://www.cengage.com
Hidayat, R., & Nugroho, A. (2022). Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan pada Industri Laundry di Indonesia. Jurnal Manajemen Pemasaran.
Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education. https://www.pearson.com
Kotler, P., & Keller, K. L. (2021). Marketing Management. Pearson Education. https://www.pearson.com
Oliver, R. L. (2022). Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer. Routledge. https://www.routledge.com
Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (2020). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. https://www.researchgate.net/publication/225083802_SERVQUAL_A_multiple-item_scale_for_measuring_consumer_perceptions_of_service_quality
Patasya, R., Firmansyah, M., & Lestari, D. (2025). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha Laundry Modern. Jurnal Manajemen Bisnis.
Sari, D., & Pratama, A. (2023). Pengaruh Kecepatan Respons dan Personalisasi Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Era Digital. Jurnal Manajemen Pemasaran Indonesia.
Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta. https://alfabeta.co.id
Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta. https://alfabeta.co.id
Sugiyono. (2019). Statistika untuk Penelitian. Bandung: Alfabeta. https://alfabeta.co.id
Tjiptono, F. (2021). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi. https://andipublisher.com
Tjiptono, F. (2022). Pemasaran Jasa: Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. Yogyakarta: Andi. https://andipublisher.com
Tjiptono, F. (2023). Service Management: Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: Andi. https://andipublisher.com
Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2021). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. McGraw-Hill Education.

Edit dengan WPS Office