

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA ARTSYA LAUNDRY BATAM

Celsi Punuh¹, Daris Purba²

¹ Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo

Kota Batam, Kepulauan Riau

celsipunuh@gmail.com

² Program Studi Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo

Kota Batam, Kepulauan Riau

darispurba26@gmail.com

ABSTRACT

This quantitative descriptive study investigates the relationship between service quality, location, and customer loyalty at Artsya Laundry Batam. The study sampled 96 customers from a population of 1,126 (March-June 2023) using accidental sampling. Regression analysis revealed a significant positive correlation between service quality and location on customer loyalty ($R^2=12.7\%$). The results indicate that 12.7% of customer loyalty variance is attributed to service quality and location, while 87.3% is influenced by other factors. The findings suggest that enhancing service quality and strategic location can improve customer loyalty.

Keywords: Service Quality, Location, Customer Loyalty.

PENDAHULUAN

Batam merupakan kota industri yang mana sebagian besar penduduknya adalah orang-orang yang sibuk bekerja yang tidak memiliki banyak waktu untuk sekedar mencuci pakaian karena padatnya aktivitas. Gaya hidup masyarakat di kota Batam cenderung praktis dan cepat dalam melakukan segala hal. Salah satu kebiasaan praktis yang dijalani setiap hari adalah kebiasaan mencuci pakaian dengan menggunakan jasa penyedia layanan mencuci atau yang biasa kita kenal dengan jasa *laundry*.

Artsya Laundry adalah sebuah usaha perorangan yang bergerak di bidang pelayanan usaha *laundry* yaitu meliputi pelayanan mencuci, pelayanan setrika, dan pelayanan mencuci dan menyetrika. Menurut beberapa penelitian loyalitas pelanggan ditentukan oleh kualitas pelayanan dan lokasi hal ini karena kepuasan merupakan kunci perusahaan untuk membentuk loyalitas pelanggan, selain itu kualitas pelayanan yang memuaskan juga dapat menciptakan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas dapat diketahui kajian utama dalam penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Artsya Laundry Batam. artinya konsumen mencari tau terlebih dahulu tentang Laundry yang

akan menjadi tujuan konsumen untuk mencuci pakaian. Hal ini tentu akan berdampak terhadap jumlah konsumen Artsya Laundry Batam. Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dikemukakan.

Adapun tujuan penelitian adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Artsya Laundry Batam.
2. Untuk mengetahui pengaruh Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Artsya Laundry Batam.

Definisi Variabel

Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan sudah menjadi keharusan perusahaan, melakukan Kualitas Pelayanan yang terbaik supaya mampu bertahan dan tetap menjadi kepercayaan pelanggan. Terciptanya Kepuasan Pelanggan dapat memberikan manfaat di antaranya hubungan antara Perusahaan dan Pelanggan menjadi harmonis. Pelanggan akan melakukan pembelian ulang sehingga terciptanya loyalitas Pelanggan, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan Perusahaan. Menurut Arianto (2018:83)

Lokasi

Lokasi erat kaitannya dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan dan lokasi merupakan penilaian menyeluruh atas suatu tingkat pelayanan yang baik, sedangkan kepuasan konsumen pelanggan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan hasil kinerja yang dirasakan di bandingkan dengan harapannya. Kepuasan pelanggan dapat tercipta dengan adanya kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan melebihi harapan konsumen dengan pelayanan yang memuaskan dan diimbangi dengan lokasi yang baik. Dengan kata lain semakin meningkatnya pelayanan yang memuaskan serta lokasi yang baik, kriteria, aman dan strategis maka akan semakin besar kepuasan yang dirasakan pelanggan. (Fandy Tjiptono 2015)

Loyalitas Pelanggan

Loyalitas pelanggan di Artsya laundry Batam akhir-akhir ini meningkat, hal itu ditunjukkan dengan peningkatan jumlah pelanggan dari bulan ke bulan. Pelanggan yang sudah merasa puas akan kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan tersebut, maka pelanggan akan percaya terhadap perusahaan itu dan pada akhirnya terjadilah pelanggan yang loyal (setia). Kotler dan Keller (2013)

Hipotesis

- H0 : Kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Artsya Laundry Batam
- H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Artsya Laundry Batam

- H0 : Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Artsya Laundry Batam
- H2 : Lokasi berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Artsya Laundry Batam
- H0 : Kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada Artsya Laundry Batam
- H3 : Kualitas pelayanan dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap loyalitas pelanggan pada Artsya Laundry Batam

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif deskriptif yang menggunakan sistem survei. Dimana data yang dikumpulkan Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Artsya Laundry Batam. Analisa deskriptif, yaitu memberikan gambaran secara umum tentang objek penelitian yang sedang diteliti, dan metode kuantitatif yaitu data yang diperoleh melalui penyebaran pertanyaan terhadap responden, ditabulasi dan dianalisa berdasarkan prosedur analisa statistik. Adapun sumber dan jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Populasi merupakan gabungan dari berbagai elemen yang membentuk suatu peristiwa, hal ataupun orang yang membentuk karakteristik serupa akan menjadi pusat perhatian peneliti karena hal tersebut dipandang sebagai sebuah penelitian (Ferdinand, 2006). Sampel adalah sub kelompok atau sebagian dari populasi, dengan mempelajari sampel, peneliti akan mampu menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terhadap (atau dapat mewakili) populasi penelitian. (Sekaran 2006), Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka penelitian dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Objek penelitiannya adalah seluruh konsumen yang mencuci pakaian Pada Artsya Laundry Batam. dan selanjutnya mengukur apakah data yang digunakan adalah benar-benar data yang sebenarnya Skala yang digunakan untuk mengukur Kualitas Pelayanan, Lokasi, Loyalitas Pelanggan menggunakan skala *likert*. (Sugiyono. 2013), Uji validitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur valid tidaknya sebuah kuesioner. Instrumen dapat dikatakan valid apabila alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data itu valid atau dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung (*correlated item-total correlations*) dengan nilai r tabel. Jika nilai r hitung $\geq r$ tabel dan bernilai positif maka pertanyaan tersebut akan dikatakan valid. Jika sebaliknya (r hitung $< r$ tabel), maka dianggap tidak valid (Sugiyono, 2009). Beberapa hal yang mendasari tentang perlunya melakukan uji asumsi klasik atau uji persyaratan regresi linear berganda adalah agar besaran atau koefisien statistik yang diperoleh benar-benar merupakan penduga parameter yang memang dapat di per tanggung jawabkan atau akurat. Uji asumsi klasik terdiri dari uji normalitas, uji multikolinearitas serta uji heteroskedastisitas. (Ghozali 2006).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Responden dalam penelitian ini memiliki beberapa karakteristik seperti, Jenis kelamin, Usia, Pendidikan dan penghasilan.

- **Kualitas Pelayanan**

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Item Kualitas Pelayanan

Item Pernyataan	Nilai Korelasi	Nilai R_{tabel}	Keterangan
X1.1	0.496	0.198	Valid
X1.2	0.522		Valid
X1.3	0.589		Valid
X1.4	0.599		Valid
X1.5	0.623		Valid

Sumber: Data Primer, Diolah SPSS.20, 2023

- **Lokasi**

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Item Lokasi

Item Pernyataan	Nilai Korelasi	Nilai R_{tabel}	Keterangan
X2.1	0.365	0.198	Valid
X2.2	0.437		Valid
X2.3	0.602		Valid
X2.4	0.576		Valid
X2.5	0.498		Valid

Sumber: Data Primer, Diolah SPSS.20, 2023

- **Kepuasan Nasabah**

Tabel 3. Hasil Uji Validitas Item Loyalitas Pelanggan

Item Pernyataan	Nilai Korelasi	Nilai R_{tabel}	Keterangan
Y.1	0.812	0,198	Valid
Y.2	0.762		Valid
Y.3	0.622		Valid

Sumber: Data Primer, Diolah SPSS.20, 2023

Dilihat dari tabel, diperoleh nilai korelasi seluruh item pernyataan dari variabel kualitas pelayanan, Fasilitas dan Loyalitas Pelanggan lebih besar dari nilai R_{tabel} 0.198, menyimpulkan bahwa semua adalah valid, yang artinya semua pernyataan telah sesuai dengan semua variabel.

PENGUJIAN HIPOTESIS

Tabel 4. Regresi Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
	B	Std. Error		
1 Constant	5,442	2,090		
Kualitas Pelayanan	0,347	0,101	0,376	0,001
Lokasi	-0,051	0,119	-0,047	0,670

Sumber: Data Primer, Diolah SPSS, 2023

Dari tabel diatas dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut;

$$Y = 5.442 + 0.347X_1 + -0.051X_2 + e$$

Persamaan di atas dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Apabila variabel lain bernilai konstan maka Nilai Y akan berubah dengan sendirinya sebesar nilai konstanta yaitu 5.442.
2. Apabila variabel lain bernilai konstan maka Nilai Y akan berubah sebesar 0,347 setiap satu satuan X1.
3. Apabila variabel lain bernilai konstan maka Nilai Y akan berubah sebesar -0,051 setiap satu satuan X2.

Tabel 5. Uji T

Variabel	t	Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan	3.439	0.001	Berpengaruh Secara Parsial
Lokasi	-0.428	0.670	Tidak Berpengaruh Secara Parsial

Sumber: Data Primer, Diolah SPSS.20, 2023

Berdasarkan Tabel 5 dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Variabel Kualitas Pelayanan $t_{hitung} (3.439) > t_{tabel} (1.661)$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Disamping itu nilai probabilitas 0.001 lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X₁ berpengaruh secara signifikan terhadap Y atau hipotesis diterima.
2. Variabel Lokasi $t_{hitung} (0.428) < t_{tabel} (1.661)$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara Lokasi terhadap Loyalitas Pelanggan. Disamping itu nilai probabilitas 0.670 lebih besar dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X₂ tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Y atau hipotesis ditolak.

Tabel 6. Uji F

Variabel	F	Sig	Keterangan
Fasilitas Kualitas Pelayanan	6,676	0.002	Berpengaruh Secara Simultan

Sumber: Data Primer, Diolah SPSS.20, 2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa $F_{hitung} = 6.676 > F_{tabel} = 2.699$, dan jika dilihat berdasarkan nilai signifikan bahwa nilai $sig < 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa variable Kualitas Pelayanan (X_1), Fasilitas (X_2) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan (Y).

Tabel 7. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,356 ^a	,127	,108	1,703

a. *Predictors: (Constant)*, Kualitas pelayanan, Lokasi

b. *Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan*

Sumber: Data Primer, Diolah SPSS.20, 2023

Berdasarkan nilai ouput tabel diatas dapat disimpulkan bahwa nilai $R\ Square\ (R)^2 = 0.127$, nilai $R\ Square$ berasal dari pengkuadratan nilai koefisien korelasi atau R , yaitu $0.356 \times 0.356 = 0.127$. dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Lokasi (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap variable Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 12.7% sedangkan sisanya 87,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti oleh penulis.

PEMBAHASAN

1. Berdasarkan hasil regresi linear berganda diperoleh nilai koefisien regresi berganda Variabel Kualitas Pelayanan $t_{hitung} (3.439) > t_{tabel} (1.661)$, maka dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan. Disamping itu nilai probabilitas 0.001 lebih kecil dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_1 berpengaruh secara signifikan terhadap Y atau dan dapatkan dikatakan bawah H_1 diterima. Hal ini memperkuat peneliti Insani & Madiawati (2020), Kualitas Pelayanan berdampak positif kepada Loyalitas pelanggan pada pelanggan Gofood di Kota Bandung. Berdasarkan hasil regresi linear berganda diperoleh nilai koefisien regresi berganda Variable Fasilitas $t_{hitung} (-0,051) < t_{tabel} (1.661)$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh antara Fasilitas terhadap Loyalitas Pelanggan. Disamping itu nilai probabilitas 0.670 lebih besar dari 0.05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X_2 tidak berpengaruh secara signifikan terhadap Y atau H_2 ditolak. Hal ini memperkuat peneliti Putri, Dea Irana, Wahyu Hidayat & Reni Shinta Dewi. (2013) Lokasi tidak berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, dimana hasil uji korelasi antara keduanya yaitu - 0,067. Hasil uji determinasi antara lokasi terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0,5%, ini berarti 0,5% variabel loyalitas pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel lokasi.
2. Berdasarkan hasil analisis determinasi diperoleh hasil nilai koefisien determinasi $R\ Square\ (R)^2 = 0.127$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Fasilitas (X_2) secara simultan berpengaruh terhadap variabel

Loyalitas Pelanggan (Y) sebesar 12.7% sedangkan sisanya 87,3% dipengaruhi oleh variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti oleh penulis dan artinya H3 diterima. Hal ini memperkuat penelitian Nardiman & Yasri (2015) Kualitas layanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan serta loyalitas pada nasabah adira finance di Kecamatan Kinali Kabupaten Pasaman Barat, Harga berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan serta loyalitas pada nasabah adira finace di Kecamatan Kinali Kabupaten Pasaman Barat.

KESIMPULAN

Berdasarkan dari hasil penelitian maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan menunjukan bahwa terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan.
2. Berdasarkan hasil penelitian pada varibel Lokasi menunjukan bahwa terdapat pengaruh yang positif terhadap Loyalitas Pelanggan.
3. Sedangkan secara simultan berdasarkan hasil analisis determinasi diperoleh hasil nilai koefisien determinasi dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X_1), Fasilitas (X_2) secara simultan berpengaruh positif terhadap variabel Loyalitas Pelanggan (Y).

UCAPAN TERIMA KASIH

Terimakasih kepada Bapak Daris Purba, S.E.I., M.S.I selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penelitian ini, terimakasih kepada Bapak Hazriyanto, S.E., M.M., Ph.D selaku ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo, Bapak Dr. Nasruji, M.M selaku Wakil I Bid Akademik Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo, Bapak Riki, S.T., M.M selaku Koordinator Prodi Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo beserta Seluruh Dosen, dan staff Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Galileo yang telah banyak membantu penulisan selama perkuliahan, Orang tua dan keluarga lainnya yang selalu memberi nasehat dan dukungan dalam penelitian ini, beserta teman dan sahabat-sahabat saya yang telah banyak membantu dalam penyelesaian Penelitian ini dan semua sahabat, teman seperjuangan yang selalu memberikan semangat dalam penyelesaian penelitian ini serta Pimpinan Artsya Laundry Batam beserta karyawan dan seluruh Pelanggan yang turut andil dalam menyelesaikan Penelitian ini.

Akhir kata, Penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Penelitian ini membawa mamfaat bagi pengembang ilmu.

DAFTAR PUSTAKA

- Arianto , N., & Patilaya , E. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Salt n Papper Pada PT Mitra Busana Sentosa Bintaro. Jurnal Kreatif: Pemasaran, Sumber Daya Manusia dan Keuangan , Vol. 6.
- F.T, J., & B. d. (2014). Pengaruh Kualitas Produk,Harga Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Warung-Warung Makan Lamongan Di Kota Manado.
- Ferdinand. (2006). Metode Penelitian Manajemen. Semarang : Universitas Diponegoro.
- Kotler, K. (2016). Marketing Management 15e Global Edition. England: Pearson Education Limited.
- Putri, Dea Irana, Wahyu Hidayat & Reni Shinta Dewi. 2013. Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Sebagai Variabel Intervening. Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol.2,No.2.
- Rinanda , N. (2013) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. skripsi (tidak diterbitkan). Salatiga : Universitas Kristen Satya Wacana.
- Sugiyono. (2009). Metode Penelitan Kuantitatif,Kualitatif dan R&D . Bandung : Alfabeta .
- Tjiptono. (2011). Service Management Mewujudkan Layanan Prima. Yogyakarta: Andi.