

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Sektor jasa laundry di Indonesia saat ini sedang berkembang pesat. Fenomena ini menunjukkan perkembangan yang signifikan, mengingat perusahaan laundry telah menyebar ke lokasi terpencil di samping kota-kota besar, menyediakan berbagai layanan dan fasilitas. Karena perusahaan laundry merupakan jenis bisnis jasa yang menawarkan jasa sebagai imbalan atas jasa yang diberikan, pemilik bisnis harus memastikan mereka memiliki karyawan yang terampil untuk menjalankan tugas mereka dengan baik.

Dari tahun ke tahun, industri laundry Indonesia mengalami pertumbuhan yang signifikan. Diperkirakan meningkat sebesar 50% antara tahun 2021 dan 2022 (Kumaladewi, 2023). Hal ini disebabkan oleh kesadaran masyarakat yang percaya bahwa mencuci baju memakan waktu yang lama, sedangkan mencuci pakaian di laundry jauh lebih bersih dan efisien. Dalam upaya mempertahankan penetrasi pasar Indonesia, produsen peralatan laundry profesional memandang Indonesia sebagai pasar yang signifikan dengan potensi yang signifikan dalam industri laundry. Untuk meningkatkan usaha laundry tersebut, pihak usaha wajib memberikan pelayanan dan kualitas harga yang terbaik. Layanan ini disediakan oleh bisnis yang mengutamakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat disebabkan oleh harga, harga rendah dan harga tinggi akan dipersepsikan secara berbeda pada tiap konsumen (Ronasih, 2023).

Pada intinya penelitian-penelitian ini secara umum menekankan pentingnya kepuasan pelanggan *brand image* sebagai mediator penting antara persepsi harga, kualitas layanan, memahami dan mengelola faktor-faktor ini secara efektif dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di berbagai industri. Persepsi terhadap harga merupakan bagaimana konsumen memproses/menilai harga berdasarkan manfaat yang akan didapatkan, bagi konsumen yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan value for money yang tinggi (Ronasih,2023). Kualitas pelayanan yang baik akan berpengaruh langsung terhadap kepuasan dari pelanggan, yang juga akan berpengaruh pada pembelian berulang (*repurchase*) (Saipuloh, 2023).

Literatur pemasaran telah secara luas menetapkan dampak citra merek terhadap kepuasan konsumen. Klaim bahwa citra merek merupakan faktor kunci dalam menentukan kebahagiaan konsumen di berbagai bisnis, termasuk sektor jasa laundry, didukung sepenuhnya oleh data ini. Selain meningkatkan kepuasan pelanggan, citra merek yang positif meletakkan dasar untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Hubungan ini menekankan betapa pentingnya manajemen merek strategis dalam menciptakan pengalaman pelanggan yang memuaskan. (Mario, 2022).

Hal ini sama halnya dengan kualitas pelayanan suatu perusahaan karena suatu pelayanan secara langsung mempengaruhi reputasi perusahaan dan tingkat kepuasan pelanggan. Salah satu aspek yang mendukung tercapainya kepuasan pelanggan adalah kualitas pelayanan yang diberikan baik, Kualitas layanan mencakup bagaimana perusahaan memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan

melalui interaksi langsung atau tidak langsung. Kualitas layanan yang baik dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan mereka (Le,Nguyen 2020).

Persaingan usaha laundry di wilayah penelitian menunjukkan kondisi yang semakin kompetitif. Hal ini ditandai dengan bertambahnya jumlah usaha laundry yang menawarkan layanan serupa dengan variasi harga, kualitas pelayanan, serta fasilitas yang beragam. Berdasarkan data pesaing yang diperoleh, sebagian besar usaha laundry di wilayah tersebut menetapkan harga jasa pencucian berkisar antara Rp5.500 hingga Rp7.000 per kilogram, tergantung pada jenis layanan yang diberikan, seperti layanan reguler maupun express. Tingginya tingkat persaingan tersebut menuntut setiap pelaku usaha laundry untuk mampu memahami kebutuhan dan harapan pelanggan. Usaha laundry yang tidak mampu menyesuaikan harga dengan kualitas pelayanan serta tidak memiliki keunggulan citra merek berpotensi kehilangan pelanggan. Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, seperti persepsi harga, kualitas pelayanan, dan brand image, menjadi hal yang penting bagi keberlangsungan dan daya saing usaha laundry di tengah persaingan yang semakin ketat. Berikut Data Pesaing The Colors Laundry:

Tabel 1.1 Data Pesaing The Colors Laundry

Nama Laundry	Harga	Alamat	Jumlah Pelanggan
The Colors Laundry	6000/Kg	Jlan Adi Sucipto km 11	6.600
Hidayah Laundry 99	6000/Kg	Jln Adi Sucipto km 11	5.000
Lynn Laundry	7000/Kg	Jln Adi Sucipto km 11	5.300

Laundry Express	6.500/Kg	Jln Adi Sucipto km 11	6.000
Laundry Kiloan	6000/Kg	Jln Adi Sucipto km 11	4.500
Sukses Laundry	6000/Kg	Jln Adi Sucipto km 11	5.300
Berkah Laundry 2	6000/Kg	Jln Adi Sucipto km 11	5.320

Sumber: Data Pesaing The Colors Laundry, Berkah Laundry,

Hidayah Laundry (2024)

Tabel 1.1 Menunjukkan harga yang ditetapkan oleh The color Laundry dan pesaing pesaing nya. Harga yang ditetapkan The Color Laundry sama dengan harga pesaingnya, maka dari itu dalam upaya menarik perhatian pasar dan menghadapi persaingan dalam bisnis laundry, The Colors Laundry harus memberikan pelayanan yang tidak dimiliki pesaingnya, salah satu contohnya pencucian boneka. Jenis layanan sangat menentukan biaya, di mana layanan sederhana seperti cuci kering lipat biasanya lebih murah dibandingkan layanan yang mencakup setrika atau *dry cleaning*. Jenis kain yang dilayani juga mempengaruhi harga, karena kain-kain khusus seperti sutra, wol, atau bahan sensitif lain memerlukan perlakuan lebih hati-hati, sehingga dikenakan biaya tambahan. Selain itu, jumlah atau berat cucian juga memainkan peran besar, di mana harga laundry umumnya dihitung per kilogram, tetapi ada juga laundry yang menerapkan tarif minimum atau harga per item untuk pakaian besar seperti jas atau jaket.

The colors laundry merupakan sebuah usaha yang bergerak di bidang jasa cuci kiloan dan cuci satuan, yang memiliki 3 cabang diantaranya cabang jl. Pemuda batu 4, jl. Pancur batu 8 dan km 8 atas Kota Tanjung Pinang. The colors

Laundry tidak hanya menerima jasa cuci kiloan namun juga melayani pembersihan, spring bed, bed cover, boneka, bantal hingga Sepatu. Berdasarkan observasi Tingkat kepuasan pada the colors laundry ini dapat dilihat dari jumlah pelanggan yang mengalami ketidakstabilan, dapat dilihat dari tabel dibawah:

Tabel 1.2 Jumlah Pelanggan The colors laundry

Tahun	Jumlah Pelanggan
2020	5.000
2021	6.120
2022	6.256
2023	5.184
2024	6.600
Total	29.160

Sumber: Data Pelanggan The Colors Laundry, (2024)

Dari Tabel 1.2 dapat dilihat bahwa pada tahun 2022 ke 2023 telah terjadi penurunan jumlah pelanggan yang melakukan transaksi terhadap laundry the colors, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor, berdasarkan survei yang peneliti lakukan bahwa banyak pelanggan atau customer merasakan hal yang sama tentang the colors laundry, dimana harga yang diterapkan pada laundry ini berbeda dengan laundry lainnya, selisih harga dan ketidak sesuain harga dengan apa yang mereka harapkan yang menjadi penghalang untuk melakukan transaksi pada laundry the colors. Berdasarkan kualitas pelayanan pada laundry ini sedikit kurang lengkap, seperti halnya keterangan dibrosur bahwa pihak terkait tidak menerima pencucian gorden, stroller baby, dan sofa. Dapat kita ketahui bahwa masih banyak barang yang masih bisa untuk di cuci seperti toko usaha laundry lainnya.

Penelitian ini sangat penting untuk dilakukan, mengingat bahwa Perusahaan atau organisasi perlu mengetahui bagaimana cara untuk membentuk kepuasan konsumen. Untuk mempertahankan loyalitas pelanggan, pendekatan tradisional yang biasanya digunakan adalah menawarkan kualitas produk yang lebih tinggi dibandingkan barang lain, layanan terbaik, dan harga yang wajar. Bisnis akan menyusun rencana untuk menarik pelanggan agar membeli barang atau jasa, dan mereka berupaya memastikan bahwa pelanggan senang dengan barang atau jasa yang mereka jual. Jika pelanggan sangat puas, mereka akan tetap menggunakan produk atau jasa perusahaan. Oleh karena itu, untuk mencapai tujuan mereka, bisnis perlu mampu bersaing dalam memenangkan hati pelanggan dan membuat mereka merasa puas. Pola transaksi, pembelian berulang, rujukan, dan adanya komitmen pelanggan dapat digunakan untuk mengukur loyalitas pelanggan terhadap barang atau jasa perusahaan. (Dewi, 2020).

Brand Image yang baik juga berperan dalam membentuk kepuasan pelanggan. Ketika pelanggan memiliki persepsi yang positif terhadap merek The Colors Laundry dan merasa bahwa layanan yang diberikan sesuai dengan harapan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Sebaliknya, *Brand Image* yang kurang kuat dapat menyebabkan pelanggan ragu dan beralih ke usaha laundry lain. Oleh karena itu, penting bagi The Colors Laundry untuk memahami sejauh mana brand image berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sehingga dapat dijadikan dasar dalam merumuskan strategi pemasaran dan pelayanan yang lebih efektif.

Berdasarkan penjelasan dan latar belakang tersebut maka perlu dilakukan penelitian dengan judul: **“Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Usaha The Colors Laundry Kecamatan Tanjungpinang Timur”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dapat disimpulkan beberapa masalah yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Terjadinya penurunan jumlah kunjungan pelanggan yang berdatangan, dapat disimpulkan bahwa belum semua pelanggan yang mempunyai rasa kepuasan pada the colors laundry
2. Perbedaan selisih harga yang diterapkan oleh the colors laundry yang belum sesuai dengan keinginan pelanggan
3. Pelayanan yang kurang lengkap, karena masih banyak pelanggan yang sangat membutuhkan pencucian barang-barang lainnya.

1.3 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah di jelaskan di atas, maka penulis dapat menyimpulkan beberapa masalah mengenai Pengaruh Persepsi Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Usaha The Colors Laundry Cabang Km 8 atas Kota Tanjungpinang dan kemudian merumuskan sebagai berikut:

1. Apakah Persepsi Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan The Colors Laundry?

2. Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan The Colors Laundry?
3. Apakah Brand Image berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan The Colors Laundry?
4. Apakah Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan Brand Image berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan The Colors Laundry?

1.4 Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah pada penelitian ini dibuat agar ruang lingkup masalah yang akan diteliti tidak terlalu luas, dan tidak adanya pembahasan yang berlarian tentang masalah pribadi dan menyimpang, serta perluasan rumusan masalah dari yang tidak seharusnya. Tujuan dari penelitian ini berfokus untuk meneliti pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan pada usaha The Colors Laundry Tanjung Pinang timur.

Dalam melakukan penelitian ini penulis membatasi variabel yang akan diteliti yaitu variabel Persepsi Harga (X_1), Kualitas Pelayanan (X_2), *Brand Image* (X_3), Kepuasan Pelanggan (Y). Ruang lingkup penelitian yang penulis lakukan pun terbatas pada Pelanggan The Colors Laundry Kecamatan Tanjungpinang Timur.

1.5 Tujuan Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas tujuan penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi mengenai Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pelanggan, adapun tujuan khusus penelitian ini yaitu:

- 1 Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan The Colors Laundry
- 2 Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga terhadap Kepuasan Pelanggan The Colors Laundry
- 3 Untuk mengetahui pengaruh *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan The Colors Laundry
- 4 Untuk mengetahui pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Pelayanan, dan *Brand Image* terhadap Kepuasan Pelanggan The Colors Laundry

1.6 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Dari hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan informasi bagi mahasiswa tentang pengertian kinerja pada saat mereka terjun ke dunia pekerjaan.
- b. Hasil penelitian diharapkan dapat menjadi bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini diharapkan sebagai motivasi bagi mahasiswa dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan pengaruh persepsi harga, kualitas pelayanan dan *brand image* terhadap kepuasan pelanggan

b. Bagi Universitas

Diharapkan dari hasil penelitian ini dapat bermanfaat dan memberikan kontribusi positif sebagai bahan pertimbangan dari pihak Universitas mengenai penelitian yang sama.

c. Bagi Peneliti

Sebagai persyaratan untuk mencapai gelar sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Maritim Universitas Maritim Raja Ali Haji dan dapat menambah pengetahuan keterampilan dalam membuat karya tulis.

d. Bagi Pemilik The Colors Laundry

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis bagi pemilik The Colors Laundry dalam menentukan alokasi anggaran usaha secara lebih efektif, khususnya antara kebijakan harga dan peningkatan kualitas pelayanan. Dengan mengetahui pengaruh persepsi harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, pemilik usaha dapat mengalokasikan budget secara tepat, misalnya dengan tidak hanya berfokus pada penetapan harga yang kompetitif, tetapi juga pada peningkatan kualitas pelayanan yang dirasakan langsung oleh pelanggan.

1.7 Sistematika Penelitian

Tujuan dari suatu sistem penulisan adalah untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan. Gaya penulisan berikut digunakan dalam lima bagian yang membentuk penelitian ini:

BAB I PENDAHULUAN

Pendahuluan merupakan bagian yang menjelaskan latar belakang masalah, indentifikasi masalah, perumusan masalah yang diambil, pembatasan penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II Tinjauan Pustaka

Tinjauan Pustaka merupakan bagian yang menjelaskan landasan teori dari studi-studi sebelumnya mengenai teori, motivasi, dan faktor-faktor pendorong.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bagian yang menjelaskan metodologi, sampel sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data disebut metode penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini menjelaskan tentang hasil pembahasan yang menguraikan tentang data penelitian, dan pembahasan tentang hasil penelitian tersebut

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menjelaskan kesimpulan berdasarkan hasil penelitian yang telah didapatkan dan merupakan jawaban dari rumusan masalah serta berisi tentang saran dan keterbatasan kekurangan penelitian