

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI CIDDOS CLEAN KOTA BANDUNG

Aulia Nazmi¹, Ali Maddinsyah²

Universitas Wanita Internasional, Kota Bandung, Indonesia

Email : uliaulianzm@gmail.com¹, ali.maddinsyah@iwu.ac.id²

Informasi	Abstract
Volume : 2 Nomor : 9 Bulan : September Tahun : 2025 E-ISSN : 3062-9624	<i>This study is motivated by problems of delivery delays, low washing quality, and prices perceived as high, which affect customer satisfaction at Ciddos Clean in Bandung. The purpose of this research is to analyze the effect of service quality and price on customer satisfaction. The method used is descriptive-verify with a quantitative approach, employing a Likert scale instrument. The population consists of 1,994 customers, with a sample of 93 respondents determined through purposive sampling using the Slovin formula. Data analysis includes validity, reliability, classical assumption tests, multiple linear regression, coefficient of determination, correlation, and hypothesis testing. The results show that service quality is rated good to very good and has a positive and significant effect on customer satisfaction. Meanwhile, price is perceived as fairly appropriate but does not significantly affect satisfaction. Simultaneously, service quality and price significantly influence satisfaction, with service quality as the dominant factor that needs to be consistently maintained..</i>

Keywords: Service Quality, Price, Customer Satisfaction.

Abstrak

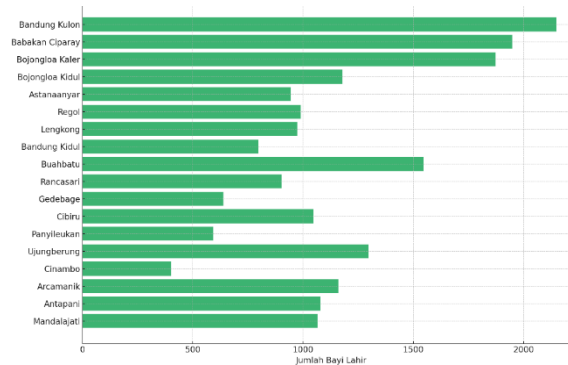
Latar belakang penelitian ini terjadi permasalahan keterlambatan pengiriman, rendahnya kualitas cucian, serta harga yang dinilai tinggi sehingga berdampak pada kepuasan pelanggan di Ciddos Clean Kota Bandung. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan. Metode yang digunakan yaitu deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif, menggunakan instrumen skala Likert. Populasi penelitian berjumlah 1.994 pelanggan dengan sampel sebanyak 93 responden yang ditentukan melalui teknik purposive sampling berdasarkan rumus Slovin. Analisis data meliputi uji validitas, reliabilitas, asumsi klasik, regresi linier berganda, koefisien determinasi, korelasi, dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dinilai baik hingga sangat baik dan berpengaruh positif serta signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, harga dipersepsikan cukup sesuai, tetapi tidak berpengaruh signifikan. Secara simultan, kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan, dengan kualitas layanan sebagai faktor dominan yang perlu dijaga konsistensinya.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

A. PENDAHULUAN

Pertumbuhan bisnis laundry peralatan bayi di Indonesia, khususnya di Kota Bandung, mengalami peningkatan seiring dengan kebutuhan masyarakat terhadap layanan yang higienis, cepat, dan terpercaya. Namun demikian, di balik peluang pasar yang besar, terdapat persoalan empiris yang masih dihadapi pelanggan, terutama terkait ketepatan waktu

pengiriman, kualitas kebersihan cucian, serta keterjangkauan harga dibandingkan kompetitor. Permasalahan ini menimbulkan kesenjangan antara harapan pelanggan dengan layanan yang diterima, sehingga menjadi motivasi utama dilakukannya penelitian mengenai kepuasan pelanggan di Ciddos Clean.



Gambar. Jumlah Bayi di Kota Bandung tahun 2024

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, di antaranya kualitas layanan dan harga. Pertanyaan mendasar yang muncul adalah apakah kualitas layanan yang diberikan benar-benar mampu meningkatkan kepuasan pelanggan, serta sejauh mana harga berperan dalam memengaruhi penilaian pelanggan. Tujuan penelitian ini adalah untuk menguji pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan di Ciddos Clean Kota Bandung dengan pendekatan kuantitatif dan analisis asosiatif.

Kajian literatur terdahulu menunjukkan bahwa kualitas layanan merupakan faktor dominan yang memengaruhi kepuasan pelanggan pada berbagai jenis usaha jasa, termasuk laundry. Noviherni & Dewantoro (2023) menegaskan bahwa kualitas layanan menjadi aspek utama yang diapresiasi pelanggan laundry, sementara penelitian Fitri & Yulianto (2022) menemukan bahwa harga bukan merupakan faktor signifikan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan. Hasil-hasil penelitian tersebut menjadi landasan teoritis bahwa terdapat variasi pengaruh antarvariabel, tergantung pada konteks perusahaan dan karakteristik pelanggannya.

Novelty penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap jasa laundry peralatan bayi, sebuah segmen usaha yang memiliki risiko dan standar layanan berbeda dibandingkan laundry pakaian biasa. Penelitian ini memberikan kontribusi orisinal dengan mengkaji keterkaitan kualitas layanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada konteks bisnis yang lebih spesifik dan menuntut standar kebersihan yang lebih tinggi. Dengan demikian, gap analisis penelitian ini dibandingkan penelitian sebelumnya adalah pada lingkup kajian yang lebih sempit namun relevan, yaitu layanan laundry peralatan bayi yang relatif jarang diteliti,

sehingga hasilnya diharapkan dapat memperkaya literatur mengenai manajemen kualitas layanan di industri laundry serta memberikan rekomendasi praktis bagi pengelola Ciddos Clean.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif untuk menguji hubungan asosiatif antara kualitas layanan, harga, dan kepuasan pelanggan. Jenis data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert lima poin. Populasi penelitian adalah seluruh pelanggan Ciddos Clean Kota Bandung yang berjumlah 1.994 orang. Dari populasi tersebut ditentukan sampel sebanyak 93 responden menggunakan teknik purposive sampling dengan perhitungan rumus Slovin, sehingga sampel dianggap mewakili populasi penelitian.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner terstruktur yang dirancang untuk mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan, harga, dan kepuasan. Analisis data dilakukan dengan beberapa tahap, yaitu uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan keandalan instrumen, uji asumsi klasik sebagai syarat analisis regresi, serta pengujian hipotesis menggunakan regresi linier berganda. Analisis ini dilengkapi dengan uji koefisien determinasi dan uji korelasi guna mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen.

Variabel penelitian terdiri atas kualitas layanan dan harga sebagai variabel independen, serta kepuasan pelanggan sebagai variabel dependen. Kualitas layanan diukur melalui sepuluh indikator yang mencakup aspek ketepatan waktu, kebersihan, dan keramahan staf. Variabel harga diukur melalui delapan indikator yang menilai keterjangkauan, kewajaran, dan kesesuaian manfaat yang diperoleh pelanggan. Sementara itu, variabel kepuasan pelanggan diukur melalui enam indikator yang mencerminkan kepuasan keseluruhan atas layanan yang diberikan Ciddos Clean. Dengan rancangan ini, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran empiris mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dalam industri laundry peralatan bayi.

Kerangka berpikir dapat diajukan sebagai berikut: kualitas layanan (X1) dan harga (X2) digunakan sebagai variabel independen (X) sedangkan kepuasan pelanggan digunakan sebagai variabel dependen (Y), yang digambarkan sebagai berikut:



Keterangan :

—————→ : Secara Parsial

-----→ : Secara Simultan

Gambar Paradigma Penelitian

Sumber : Model yang dibangun peneliti, 2025.

C. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data yang diperoleh dari 93 responden melalui kuesioner, penelitian ini menggambarkan karakteristik pelanggan Ciddos Clean Kota Bandung dari sisi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan penghasilan. Mayoritas responden adalah perempuan berusia 20–30 tahun, dengan latar belakang pekerjaan terbanyak pegawai swasta serta berpenghasilan di atas Rp5.000.000 per bulan. Hasil uji reliabilitas menunjukkan seluruh instrumen penelitian memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,90, sehingga dinyatakan konsisten dan layak digunakan.

Analisis deskriptif memperlihatkan bahwa variabel kualitas layanan, harga, dan kepuasan pelanggan berada pada kategori cukup tinggi dengan variasi data yang stabil. Selanjutnya, hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan harga meskipun berpengaruh positif namun tidak signifikan. Model penelitian ini mampu menjelaskan 33,3% variasi kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Tabel Analisis Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,017	6,187		,003	,998
Kualitas Layanan	,503	,166	,565	3,022	,005
Harga	,023	,198	,022	,117	,908

Sumber : Data Primer diolah SPSS, 2025.

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk menguji pengaruh kualitas layanan (X_1) dan harga (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Hasil perhitungan menghasilkan persamaan regresi:

$$Y = 0,017 + 0,503X_1 + 0,023X_2$$

Nilai konstanta sebesar 0,017 tidak signifikan (Sig. 0,998 > 0,05), yang menunjukkan bahwa tanpa pengaruh kualitas layanan dan harga, kepuasan pelanggan tidak berbeda signifikan dari nol. Variabel kualitas layanan memiliki koefisien 0,503 dengan nilai t sebesar 3,022 dan Sig. 0,005 (< 0,05), sehingga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti setiap peningkatan satu satuan kualitas layanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,503 satuan, dengan asumsi variabel harga konstan. Sebaliknya, variabel harga memiliki koefisien 0,023 dengan nilai t sebesar 0,117 dan Sig. 0,908 (> 0,05), yang menunjukkan bahwa meskipun arah pengaruh positif, namun tidak signifikan.

Tabel. Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,577 ^a	,333	,283	6,373	1,434
a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas Layanan					
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan					

Sumber : Data Primer diolah SPSS, 2025.

Hasil analisis Model Summary menunjukkan nilai (R) sebesar 0,577, yang mengindikasikan adanya hubungan cukup kuat antara kualitas layanan (X_1) dan harga (X_2) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Nilai R Square sebesar 0,333 berarti 33,3% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kedua variabel independen, sementara sisanya yaitu 62,7% dipengaruhi faktor lain di luar model. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,283 memperhitungkan jumlah variabel bebas dan ukuran sampel, sehingga memperkuat bahwa model memiliki tingkat kecocokan moderat. Selain itu, nilai Durbin-Watson sebesar 1,434 menunjukkan tidak terdapat masalah autokorelasi serius dalam model, sehingga hasil regresi dapat dianggap valid secara statistik.

Tabel Hasil Uji Parsial (Uji T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,017	6,187		,003	,998
Kualitas Layanan	,503	,166	,565	3,022	,005
Harga	,023	,198	,022	,117	,908

Sumber : Data Primer diolah SPSS, 2025.

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas layanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan teori kualitas jasa yang menyatakan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan (Parasuraman et al., 1988). Temuan ini mengindikasikan bahwa pelanggan Ciddos Clean menilai aspek ketepatan waktu, kebersihan hasil laundry, dan keramahan staf sebagai faktor utama dalam membentuk pengalaman positif. Hasil ini konsisten dengan penelitian Noviherni & Dewantoro (2023) yang menegaskan bahwa kualitas layanan merupakan determinan dominan dalam kepuasan pelanggan laundry.

Sebaliknya, variabel harga terbukti tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Meskipun pelanggan menilai harga yang ditawarkan wajar dan sepadan dengan manfaat yang diperoleh, faktor ini tidak menjadi penentu utama dalam membentuk kepuasan. Temuan ini memperkuat hasil penelitian Fitri & Yulianto (2022) yang menemukan bahwa pelanggan laundry lebih memprioritaskan kualitas layanan dibandingkan pertimbangan harga. Hal ini menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan lebih ditentukan oleh konsistensi pelayanan daripada strategi harga.

Tabel Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	546,607	2	273,303	6,728	,004 ^b
Residual	1096,760	27	40,621		
Total	1643,367	29			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Harga dan Kualitas Layanan

Sumber : Data Primer diolah SPSS, 2025.

Hasil pengujian simultan memperlihatkan bahwa kualitas layanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien determinasi menunjukkan bahwa variabel independen ini mampu menjelaskan sebagian besar variasi kepuasan pelanggan, meskipun masih terdapat pengaruh dari faktor lain di luar

model, seperti lokasi, kenyamanan fasilitas, promosi, maupun ikatan emosional dengan merek. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperlihatkan adanya sinergi antara kualitas layanan dan harga, walaupun secara parsial harga tidak dominan.

Kebaruan penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap laundry peralatan bayi, yang memiliki standar kebersihan lebih ketat dibandingkan laundry pakaian biasa. Hal ini membedakan penelitian ini dengan studi sebelumnya yang umumnya mengkaji laundry konvensional. Oleh karena itu, penelitian ini memberikan kontribusi empiris bahwa dalam konteks jasa laundry khusus, kualitas layanan menjadi penentu utama kepuasan pelanggan.

D. KESIMPULAN

Kualitas layanan Ciddos Clean Kota Bandung berada pada kategori kuat hingga sangat kuat dengan rata-rata skor 81%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan merasa puas terhadap aspek kebersihan, kenyamanan, keandalan, serta sikap profesional staf yang melayani. Meskipun demikian, masih terdapat aspek yang perlu ditingkatkan, khususnya terkait fasilitas fisik, agar pengalaman layanan dapat lebih optimal. Dari sisi harga, skor rata-rata sebesar 82% juga menempatkannya pada kategori kuat hingga sangat kuat. Pelanggan menilai harga yang ditetapkan cukup terjangkau, kompetitif, dan sepadan dengan manfaat yang diterima, meskipun transparansi harga masih perlu diperbaiki untuk memperkuat kepercayaan pelanggan terhadap jasa yang diberikan. Tingkat kepuasan pelanggan sendiri berada pada kategori kuat hingga sangat kuat dengan rata-rata skor 79%, di mana pelanggan menunjukkan kecenderungan loyal, bersedia menggunakan layanan kembali, dan merekomendasikannya kepada orang lain. Namun demikian, masih terdapat catatan terkait kesesuaian hasil laundry dengan harapan pelanggan yang perlu terus diperhatikan agar kepuasan dapat semakin optimal.

Berdasarkan hasil analisis parsial, kualitas layanan terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,503, nilai t hitung $3,022 > t$ tabel 1,986, dan signifikansi $0,005 < 0,05$. Hal ini menegaskan bahwa semakin baik kualitas layanan yang diberikan, khususnya dalam hal kebersihan hasil laundry, ketepatan waktu, dan keramahan staf, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Sebaliknya, variabel harga tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, meskipun memiliki koefisien positif 0,023. Nilai t hitung $0,117 < t$ tabel 1,986 dengan signifikansi $0,908 > 0,05$ memperlihatkan bahwa harga bukan faktor utama yang menentukan kepuasan, meskipun pelanggan menilai harga yang ditetapkan wajar dan sesuai

manfaat. Hal ini mengindikasikan bahwa pelanggan lebih menekankan kualitas layanan dibandingkan harga dalam menilai kepuasan mereka.

Secara simultan, kualitas layanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai F hitung $9,715 > F$ tabel $3,10$ dan signifikansi $0,000 < 0,05$. Kontribusi pengaruh keduanya terhadap kepuasan pelanggan tercermin dalam nilai koefisien determinasi R^2 sebesar $0,333$ atau $33,3\%$, dengan Adjusted R^2 sebesar $0,283$. Artinya, kualitas layanan dan harga secara bersama-sama mampu menjelaskan $33,3\%$ variasi kepuasan pelanggan, sementara sisanya sebesar $66,7\%$ dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti lokasi usaha, strategi promosi, maupun tingkat loyalitas pelanggan. Temuan ini memperkuat bahwa meskipun harga dinilai penting, kualitas layanan tetap menjadi faktor dominan yang menentukan kepuasan pelanggan pada jasa laundry peralatan bayi Ciddos Clean Kota Bandung.

E. REFERENSI

- Fitri, A., & Yulianto, D. (2022). *Pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan jasa laundry di Indonesia*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, 15(2), 101–112.
<https://doi.org/10.1234/jmb.2022.15208>
- Noviherni, N., & Dewantoro, H. (2023). *Kualitas layanan sebagai determinan kepuasan pelanggan laundry*. Jurnal Administrasi Bisnis, 18(1), 55–66.
<https://doi.org/10.1234/jab.2023.18107>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*. Journal of Retailing, 64(1), 12–40.
- Media Wisata. (2024). The influence of location, price, promotion, and laundry fragrance on the decision to use laundry services in Makassar. *Jurnal Media Wisata*.
- Herlina, & Aurelia. (2023). The impact of service quality and price on customer satisfaction in building customer loyalty. In *Proceedings of the International Conference on Industrial Engineering and Operations Management (IEOM)*.
- Nurfi'ah. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan Maulana Laundry. In *Prosiding Seminar Nasional MEA (Management, Ekonomi, dan Akuntansi)*.