

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan usaha jasa laundry di Indonesia mengalami peningkatan yang cukup pesat seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin praktis dan efisien. Kebutuhan akan jasa pencucian pakaian semakin meningkat, terutama di wilayah perkotaan dan daerah berkembang, sehingga persaingan antar pelaku usaha laundry menjadi semakin ketat. Kondisi tersebut menuntut setiap pelaku usaha laundry untuk mampu mempertahankan pelanggannya agar tetap loyal, karena loyalitas pelanggan menjadi salah satu faktor penting dalam menjaga keberlangsungan usaha jasa.

Loyalitas pelanggan mencerminkan komitmen pelanggan untuk terus menggunakan jasa yang sama secara berulang dan tidak mudah berpindah ke penyedia jasa lain. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan pada bisnis jasa laundry dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya kualitas layanan dan strategi pemasaran. (Hudiyani, Marjomo, dan Komariah, 2019) menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha laundry, di mana pelayanan yang cepat, tepat, dan ramah mampu meningkatkan kepercayaan serta keinginan pelanggan untuk menggunakan kembali jasa tersebut. Hasil serupa juga ditemukan oleh (Kumaladewi, Sumantri, dan Ratnanto, 2023) yang menyebutkan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama dalam membentuk loyalitas pelanggan pada bisnis jasa laundry.

Selain kualitas layanan, strategi pemasaran juga memegang peranan penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Strategi pemasaran yang tepat dapat membantu pelaku usaha dalam menarik perhatian pelanggan, mempertahankan pelanggan lama, serta meningkatkan daya saing usaha. (Nur dan Tadore 2025) mengemukakan bahwa penerapan strategi pemasaran yang efektif pada usaha laundry mampu meningkatkan ketertarikan dan kepuasan pelanggan. Penelitian lain oleh (Zain et al. 2024) menunjukkan bahwa strategi pemasaran berpengaruh terhadap daya saing bisnis laundry, yang pada akhirnya dapat berdampak pada loyalitas pelanggan. Penerapan media sosial sebagai bagian dari strategi pemasaran juga terbukti mampu memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan kedekatan dengan pelanggan (Tanto, Sasmito, & Meisaroh, 2025).

Kualitas layanan dan strategi pemasaran juga memiliki keterkaitan dengan kepuasan pelanggan yang kemudian berdampak pada loyalitas. (Lestari, Subagyo, dan Purnomo 2023) menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang selanjutnya berdampak pada loyalitas pelanggan jasa laundry. (Ezra dan Irmawati 2024) serta (Khudori dan Budianto 2026) juga menemukan bahwa kualitas pelayanan dan promosi memiliki pengaruh terhadap loyalitas pelanggan, baik secara langsung maupun melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel mediasi. Hal ini menunjukkan bahwa upaya peningkatan loyalitas pelanggan tidak dapat dilepaskan dari kualitas layanan yang baik serta strategi pemasaran yang tepat.

Laundry Mom's Edo merupakan salah satu usaha jasa laundry yang beroperasi di Kota Pinang dan menghadapi persaingan yang cukup ketat dengan usaha sejenis. Dalam kondisi persaingan tersebut, Laundry Mom's Edo dituntut untuk mampu menerapkan strategi pemasaran yang efektif serta memberikan kualitas layanan yang optimal agar pelanggan tetap loyal dan tidak berpindah ke usaha laundry lain. Namun, sejauh ini belum diketahui secara pasti sejauh mana strategi pemasaran dan kualitas layanan yang diterapkan Laundry Mom's Edo berpengaruh terhadap loyalitas pelanggannya.

Berdasarkan uraian tersebut, serta adanya perbedaan konteks lokasi dan karakteristik pelanggan pada penelitian-penelitian sebelumnya, maka perlu dilakukan penelitian yang secara khusus mengkaji pengaruh strategi pemasaran dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Laundry Mom's Edo di Kota Pinang. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu pengetahuan di bidang manajemen pemasaran jasa, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pemilik usaha dalam merumuskan strategi pemasaran dan peningkatan kualitas layanan guna meningkatkan loyalitas pelanggan.

## **B. Batasan dan Perumusan Masalah**

### **1. Batasan Masalah**

Agar penelitian ini lebih terarah dan tidak menyimpang dari tujuan yang telah ditetapkan, maka diperlukan adanya batasan masalah sebagai berikut:

- a. Penelitian ini hanya membahas pengaruh strategi pemasaran dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan.

- b. Subjek penelitian ini adalah pelanggan Laundry Mom's Edo di Kota Pinang yang pernah menggunakan jasa laundry tersebut.
- c. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode pengumpulan data berupa kuesioner.
- d. Penelitian dilakukan dalam periode waktu tertentu sesuai dengan jadwal penelitian yang telah ditetapkan, sehingga hasil penelitian mencerminkan kondisi pada saat penelitian berlangsung.

## **2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah dan batasan masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Apakah strategi pemasaran berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Laundry Mom's Edo di Kota Pinang?
- b. Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Laundry Mom's Edo di Kota Pinang?
- c. Apakah strategi pemasaran dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan Laundry Mom's Edo di Kota Pinang?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran terhadap loyalitas pelanggan Laundry Mom's Edo di Kota Pinang.

2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan Laundry Mom's Edo di Kota Pinang.
3. Untuk mengetahui pengaruh strategi pemasaran dan kualitas layanan secara simultan terhadap loyalitas pelanggan Laundry Mom's Edo di Kota Pinang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang manajemen pemasaran jasa, dengan menambah referensi empiris mengenai pengaruh strategi pemasaran dan kualitas layanan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha jasa laundry. Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji variabel serupa maupun mengembangkan penelitian dengan objek dan pendekatan yang berbeda.

##### 2. Manfaat Praktis

###### a. Bagi Penulis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, pengetahuan, dan pemahaman penulis mengenai penerapan strategi pemasaran dan kualitas layanan dalam meningkatkan loyalitas pelanggan pada usaha jasa laundry. Selain itu, penelitian ini juga menjadi sarana bagi penulis dalam mengaplikasikan teori yang diperoleh selama perkuliahan ke dalam praktik penelitian secara nyata.

b. Bagi Usaha Laundry Mom's Edo

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dan masukan bagi pemilik usaha Laundry Mom's Edo di Kota Pinang dalam mengevaluasi dan menyusun strategi pemasaran serta meningkatkan kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mempertahankan keberlangsungan usaha di tengah persaingan bisnis jasa laundry

c. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan dapat menambah khazanah karya ilmiah dan menjadi sumber referensi bagi civitas akademika, khususnya mahasiswa yang akan melakukan penelitian di bidang manajemen pemasaran jasa. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi bukti kontribusi universitas dalam menghasilkan penelitian yang relevan dengan permasalahan dunia usaha dan masyarakat.

d. Bagi Pelanggan

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pelanggan Laundry Mom's Edo dalam bentuk peningkatan kualitas layanan dan strategi pemasaran yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan, sehingga pelanggan memperoleh pelayanan yang lebih baik dan kepuasan dalam menggunakan jasa laundry.