

ANALISIS HARGA DAN KUALITAS LAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PADA USAHA LAUNDRY BERKAT GAWI KASINTA PALANGKA RAYA

[Analysis Of Price And Service Quality On Customer Loyalty At Laundry Bussines Berkat Gawi Kasinta Palangka Raya]

Tina^{1)*}, Eriawaty²⁾, Dewi Rakhmawati³⁾

Universitas Palangka Raya

ttin74440@gmail.com (corresponding)

ABSTRAK

Persaingan bisnis jasa laundry di Palangka Raya semakin ketat, ditandai dengan banyaknya pelaku usaha yang menawarkan layanan serupa dan menuntut setiap pelaku usaha untuk memiliki keunggulan kompetitif guna mempertahankan pelanggan. Permasalahan utama terletak pada bagaimana harga dan kualitas layanan berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan dalam konteks Laundry Berkat Gawi Kasinta yang berlokasi strategis dekat kawasan pemukiman dan kampus. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi pelanggan terhadap penetapan harga dan hubungannya dengan loyalitas pelanggan, serta mengevaluasi mutu layanan dalam upaya meningkatkan loyalitas dan kepuasan pelanggan Laundry Berkat Gawi Kasinta. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, melakukan wawancara mendalam kepada pemilik dan pelanggan, observasi langsung pola layanan, serta dokumentasi melalui data catatan usaha dan ulasan media sosial untuk memperoleh gambaran komprehensif mengenai hubungan harga, mutu layanan, dan loyalitas pelanggan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa penetapan harga pada Laundry Berkat Gawi Kasinta dilakukan secara kompetitif dengan mempertimbangkan survei pasar dan efisiensi biaya operasional tanpa mengorbankan mutu layanan, sehingga pelanggan merasa nilai yang diperoleh sepadan dengan pengeluaran mereka. Kualitas layanan yang konsisten, mulai dari kebersihan, keharuman, ketepatan waktu, serta layanan tambahan seperti antar-jemput gratis dan pelayanan ramah turut memperkuat loyalitas pelanggan serta meminimalisir keluhan yang muncul.

Kata kunci: *Harga; Kualitas Layanan; Loyalitas Pelanggan*

ABSTRACT

Competition in the laundry service business in Palangka Raya is getting tighter, marked by the large number of businesses offering similar services and demanding each business actor to have a competitive advantage to retain customers. The main problem lies in how price and service quality contribute to customer loyalty in the context of Laundry Berkat Gawi Kasinta, which is strategically located near residential areas and campuses. This study aims to determine customer perceptions of pricing and its relationship to customer loyalty, as well as evaluate service quality in an effort to increase customer loyalty and satisfaction at Laundry Berkat Gawi Kasinta. This study uses a qualitative research method with a case study approach, conducting in-depth interviews with owners and customers, direct observation of service patterns, and documentation through business records and social media reviews to obtain a comprehensive picture of the relationship between price, service quality, and customer loyalty. The research findings indicate that pricing at Laundry Berkat Gawi Kasinta is carried out competitively by considering market surveys and operational cost efficiency without sacrificing service quality, so that customers feel the value they get is commensurate with their expenses. Consistent service quality, ranging from cleanliness, fragrance, punctuality, as well as additional services such as free pick-up and friendly service, helps strengthen customer loyalty and minimize complaints.

Keywords: *Price; Service Quality; Customer Loyalty*

PENDAHULUAN

Dewasa ini, dunia kerja menghadapi tingkat persaingan yang sangat tinggi, sehingga kompetisi dalam bidang bisnis pun berlangsung di berbagai sektor. Pada kondisi seperti ini, seseorang dituntut untuk berusaha keras memenuhi kebutuhan hidupnya, sehingga seringkali kesulitan meluangkan waktu untuk mengerjakan tugas-tugas rumah tangga, seperti membersihkan rumah, memasak, serta terutama mencuci dan menyetrika pakaian. Oleh sebab itu, berbagai usaha yang menyediakan layanan terkait pekerjaan rumah tangga mulai berkembang, salah satunya adalah usaha jasa laundry. Penggunaan pada usaha laundry terus mengalami peningkatan khusus pada para orang yang bekerja di kantor sampai mahasiswa yang banyak keperluan sampai akhirnya usaha laundry bisa jadi pilihan dalam mempermudah menjalankan kegiatan membersihkan pakaian (Bahri dan Naharia, 2019). Di era globalisasi saat ini, banyak orang cenderung memilih gaya hidup yang lebih praktis, seperti dalam hal mencuci pakaian (Sigalingging, 2020).

Usaha laundry yang kian marak saat ini menawarkan peluang bisnis yang cukup menjanjikan. Layanan cuci dan setrika pakaian ini umumnya dapat ditemukan di sekitar rumah kontrakan yang berdekatan dengan kawasan pemukiman, asrama, kos-kosan, area kampus, dan ada pula yang beroperasi di warung ataupun toko yang menyediakan jasa serupa.

Dalam industri jasa, mutu pelayanan memegang peranan yang sangat krusial. Memberikan pelayanan yang unggul dapat dijadikan sebagai strategi utama untuk menarik pelanggan baru, menjaga loyalitas pelanggan lama, mencegah pelanggan beralih ke pesaing, serta menciptakan keunggulan tersendiri yang tidak hanya berfokus pada persaingan harga. Jika layanan yang diberikan sesuai atau bahkan melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan tersebut akan dianggap baik dan memuaskan. Menurut Karuniatama et al., (2020), mendapat pelanggan baru memang sebuah tantangan yang besar, tetapi tantangan yang lebih besar adalah kesetiaan pelanggan yang sudah ada. Loyalitas pelanggan mencakup komitmen yang kuat serta sikap positif dari pelanggan terhadap suatu produk ataupun perusahaan. Hal itu mengakibatkan konsumen tidak hanya berpotensi untuk menjalankan pembelian ataupun mempergunakan layanan itu, tetapi juga bersedia untuk mengajak orang lain untuk mencoba produk atau layanan itu (Dakhi et al., 2021).

Laundry Berkat Gawi Kasinta berlokasi di Jln. Tampung Penyang No. 13 Kota Palangka Raya, Lokasi tersebut tergolong strategis dan menguntungkan bagi bisnis jasa laundry karena berada dekat dengan kampus Institut Agama Kristen Negeri (IAKN) Palangka Raya, area asrama atau kos-kosan, serta permukiman penduduk. Seiring dengan perkembangan usaha laundry saat ini, semakin banyak penyedia jasa laundry bermunculan. Oleh karena itu, diperlukan keunggulan tersendiri agar usaha dapat bertahan dan tetap bersaing. Selain itu, proses pencucian dilakukan secara terpisah (tidak dicampur dengan milik pelanggan lain), lokasi usaha mudah diakses oleh konsumen, dan tersedia layanan penyelesaian dalam satu hari (one day service). Berbagai manfaat yang dapat diperoleh antara lain adalah meningkatnya loyalitas pelanggan, berkurangnya risiko serta biaya kegagalan dalam pemasaran, pencegahan agar pelanggan tidak beralih ke kompetitor, menurunnya sensitivitas pelanggan terhadap harga, peningkatan reputasi perusahaan, efektivitas promosi yang lebih baik, serta pengurangan biaya operasional akibat bertambahnya jumlah pelanggan.

Jika mutu layanan tidak dipelihara, hal ini dapat berpengaruh pada tingkat kepuasan konsumen, padahal inti dari bisnis laundry ialah memberikan sebuah kepuasan untuk pelanggan. Dengan memberikan suatu pelayanan yang berkualitas, perusahaan dapat membangun loyalitas pelanggan serta meningkatkan citra positif di mata masyarakat luas maupun pelanggan secara khusus.

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) mendeskripsikan kualitas pelayanan di Laundry Berkat Gawi Kasinta dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, dan (2) menganalisis harga yang ditetapkan oleh Laundry Berkat Gawi Kasinta.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif melalui pendekatan studi kasus. Melalui pendekatan ini, penelitian ini berfokus supaya memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai pengaruh harga serta mutu layanan terhadap loyalitas pelanggan pada usaha laundry Berkat Gawi Kasinta.

Penelitian ini melibatkan pelanggan laundry Berkat Gawi Kasinta yang telah menggunakan layanan tersebut lebih dari sekali, sehingga mampu memberikan perspektif yang lebih mendalam terkait loyalitas mereka. Sementara itu, aspek yang diteliti mencakup harga, mutu pelayanan, serta tingkat loyalitas pelanggan pada laundry Berkat Gawi Kasinta.

Penelitian ini bertujuan untuk:

- a. Mengidentifikasi tanggapan pelanggan terhadap penetapan harga yang diberlakukan oleh laundry Berkat Gawi Kasinta serta hubungannya dengan tingkat loyalitas mereka
- b. Mengevaluasi penilaian pelanggan mengenai mutu layanan yang disediakan oleh laundry Berkat Gawi Kasinta.
- c. Menelusuri berbagai faktor yang berkontribusi terhadap loyalitas pelanggan pada bisnis laundry Berkat Gawi Kasinta.

Sumber data dalam penelitian ini terdiri dari:

- a. Data primer: Data primer dikumpulkan melalui proses wawancara secara mendalam dengan para pelanggan serta pemilik usaha laundry
- b. Data sekunder: Diperoleh dari dokumentasi usaha, ulasan pelanggan, serta referensi dari penelitian terdahulu yang relevan

Teknik Pengumpulan Data

- a. Wawancara mendalam: Melaksanakan wawancara semi-terstruktur bersama pemilik usaha dan pelanggan guna memperoleh pemahaman mengenai pandangan mereka terkait harga, mutu layanan, serta loyalitas.
- b. Observasi langsung: Mengobservasi pola interaksi antara konsumen dan penyedia jasa laundry, sekaligus cara pelayanan dilakukan.
- c. Dokumentasi: Mengumpulkan data dari catatan usaha, testimoni pelanggan, serta ulasan di media sosial atau platform digital jika tersedia

HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Aspek Harga

Penetapan tarif layanan di laundry Berkat Gawi Kasinta dilakukan berdasarkan hasil survei pada sejumlah usaha laundry lain yang dijadikan acuan, serta mempertimbangkan kebutuhan biaya operasional belanja laundry. Informasi mengenai harga layanan laundry tersebut telah dicantumkan secara jelas di lokasi usaha.

Menurut Lubis et al., (2024 25-26) faktor yang memengaruhi keputusan tentang harga suatu produk atau jasa “tidak hanya bersifat secara internal, namun penetapan harga juga dipengaruhi dari berbagai aspek internal yang meliputi kondisi pasar, perilaku konsumen dan makro ekonomi. Penetapan harga termasuk salah satu unsur yang cukup penting untuk menentukan tingkat efektivitas keseluruhannya. Harga dapat menjadi simbol dan memberikan nilai tertentu pada barang maupun jasa yang akan mempengaruhi psikologi individu dalam keputusan pembelian”. Salah satu upaya untuk menetapkan harga yang lebih bersaing adalah dengan memperoleh bahan operasional laundry dari toko-toko yang menawarkan harga lebih rendah di pasaran, namun tetap menggunakan produk yang sejenis.

Harga memiliki peranan penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan, sebab harga yang wajar dan sesuai dengan mutu layanan akan mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang di masa mendatang. Harga menurut Kotler dan Keller (dalam Nurliyanti et al.,2022:225) adalah “ nilai suatu layanan yang diukur dengan sejumlah uang berdasarkan seseorang atau nilai perusahaan siap untuk melepaskan barang atau jasa kepada orang lain. Sementara itu, Tjiptono (Nurliyanti et al.,2022) mendefinisikan harga sebagai “sejumlah uang yang dibayarkan atas barang dan jasa, atau jumlah nilai yang pelanggan tukarkan dalam rangka mendapatkan manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu barang dan jasa.

Pelanggan tidak menyampaikan keluhan terkait harga, sebab mereka merasa puas terhadap nilai yang diperoleh sebanding dengan biaya yang dikeluarkan. Hal ini terjadi karena harga yang

ditawarkan selalu dijaga agar tetap ramah di kantong tanpa mengorbankan kualitas layanan. Dengan demikian, pelanggan merasa puas atas pelayanan yang diterima dan umumnya lebih memilih harga yang sesuai dengan kebutuhan mereka.

b. Aspek Kualitas Layanan

Laundry Berkat Gawi Kasinta menerapkan standar mutu layanan berupa kebersihan, kerapian, keharuman, serta penyelesaian pekerjaan yang sesuai dengan waktu yang telah disepakati bersama pelanggan. Seluruh karyawan di Berkat Gawi Kasinta memberikan pelayanan dengan sikap ramah dan sopan, sementara proses pencatatan serta penyerahan pakaian dilakukan secara tertib dan efisien. Menjaga mutu layanan menjadi hal yang sangat krusial, sebab keberlangsungan usaha sangat bergantung pada kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sangat penting pada industri jasa, kualitas pelayanan terbaik merupakan suatu profit strategi untuk meningkatkan lebih banyak pelanggan baru, mempertahankan pelanggan yang ada, menghindari kaburnya pelanggan, dan menciptakan keunggulan khusus yang tidak ada hanya bersaing dari segi harga. Apabila pelayanan yang diterima atau dirasa sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan, maka kualitas pelayanan dapat dipersepsikan baik dan memuaskan.

Menurut Tjiptono (2018:268), Kualitas pelayanan ialah standar yang diharapkan oleh pelanggan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Jika jasa ataupun pelayanan yang diberikan bisa memenuhi ataupun bahkan melebihi ekspektasi pelanggan, hal itu akan dianggap sebagai pelayanan yang baik, unggul, serta memuaskan. Perusahaan harus secara konsisten memperhatikan kualitas pelayanan yang mereka berikan, karena hal itu bisa memberi dampak langsung pada kepuasan serta loyalitas pelanggan (Zuhdi dan Irawant, 2020).

Untuk memastikan hasil cucian tetap terjaga kualitasnya, digunakan deterjen dan pewangi yang bermutu tinggi dengan takaran yang sesuai, serta dilakukan pemeriksaan pada setiap pakaian sebelum dan sesudah dicuci. Selain itu, tersedia juga fasilitas antar-jemput gratis di sekitar area laundry, sedangkan untuk pengantaran di luar area akan dikenakan biaya tambahan. Layanan express juga disediakan dengan komitmen ketepatan waktu agar pelanggan tidak merasa kecewa. Memberikan pelayanan yang berkualitas ialah suatu strategi pemasaran yang efektif dalam memenuhi keinginan serta kebutuhan para konsumen (Musdalifah dan Hasan, 2020). Kualitas pelayanan bisa dipahami sebagai upaya untuk menciptakan situasi yang membuat pelanggan merasa sangat nyaman, sehingga mereka merasa mendapatkan nilai lebih dari yang mereka harapkan (Zuhdi dan Irawanti, 2020). Kualitas yang unggul akan membangun kesetiaan pelanggan, mendorong mereka untuk tetap memilih produk ataupun layanan dari perusahaan itu di masa depan (Ningrum dan Dwiridotjahjono, 2021). Selain faktor kualitas pelayanan, loyalitas dalam diri pelanggan juga didapatkan dengan memberikan harga yang sesuai (Aprileny et al., 2022).

Keberhasilan layanan diukur dari minimnya keluhan atau komplain yang diterima dari pelanggan. Apabila terdapat keluhan, pihak laundry akan segera menindaklanjuti dan memperbaikinya secepat mungkin. Untuk mendukung pelayanan prima, karyawan dibekali pelatihan seperti teknik mencuci yang benar, menyetrika, memilah pakaian yang memerlukan perlakuan khusus, serta selalu menerapkan prinsip 3S (senyum, sapa, salam).

Salah satu tantangan utama dalam menjaga konsistensi kualitas layanan adalah ketika musim hujan tiba, di mana volume pesanan meningkat dan proses pengantaran maupun penjemputan seringkali mengalami keterlambatan.

c. Aspek Loyalitas Pelanggan

Loyalitas merupakan kondisi dimana konsumen melakukan pembelian kembali berdasarkan pengambilan keputusan mereka (Khairawati, 2020). Salah satu pendekatan efektif untuk meningkatkan jumlah pelanggan setia adalah dengan senantiasa memberikan pelayanan yang responsif, tepat waktu, serta memastikan hasil yang memuaskan. Selain itu, penawaran harga yang terjangkau namun tetap menjaga kualitas layanan dapat mendorong pelanggan untuk terus menggunakan jasa laundry yang ditawarkan. Loyalitas pelanggan dapat dikatakan sebagai perilaku yang menguntungkan terhadap perusahaan, dapat dibuktikan dengan adanya kemungkinan pelanggan untuk melakukan pembelian yang berulang, preferensi terhadap merek dan adanya advokasi dari mulut ke mulut (Molinillo et al., 2021). Faktor harga dan mutu pelayanan sangat berpengaruh

terhadap loyalitas pelanggan, karena kedua aspek tersebut merupakan kunci dalam perkembangan sebuah usaha. Oliver dalam Mahsyar & Surapati (2020) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan digambarkan seperti yang akan tetap membeli barang atau menggunakan jasa merk tertentu secara terus-menerus meskipun terdapat pilihan lain. Sedangkan menurut Bei dan Chiao dalam Kartikasari & Albari (2019), loyalitas pelanggan merupakan sebuah kesetiaan tanpa syarat terhadap suatu produk maupun layanan yang dihasilkan dari kesadaran diri yang berulang kali menunjukkan kecenderungan konsumtif terhadap merk tertentu meskipun merk lain berpotensi untuk mengubah pikiran. Dengan memberikan layanan yang prima dan harga yang kompetitif, pelanggan akan merasa puas. Di samping itu, menjaga komunikasi yang baik, seperti menyapa dengan sopan dan merespons keluhan secara cepat, sangat penting untuk membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan. Kualitas pelayanan serta harga termasuk tolak ukur pada loyalitas pelanggan, dimana loyalitas pelanggan akan tercipta apabila jasa yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan (Sompie et al., 2022).

Keberadaan pelanggan yang loyal sangat penting bagi kelangsungan usaha, khususnya bagi laundry Berkat Gawi Kasinta. Hal ini karena kemajuan atau kemunduran usaha laundry sangat bergantung pada pelanggan, sebab tanpa dukungan mereka, usaha tidak akan dapat bertahan hingga saat ini. Loyalitas pelanggan adalah komitmen yang dilakukan pelanggan untuk berlangganan atau membeli produk atau jasa dari suatu perusahaan secara teratur meskipun adanya pengaruh dari produk atau jasa perusahaan pesaing (Wahana et al, 2018). Loyalitas pelanggan terhadap laundry Berkat Gawi Kasinta tidak hanya dipengaruhi oleh faktor harga yang wajar dan pelayanan yang ramah di kantong, tetapi juga oleh persepsi atas konsistensi mutu layanan yang diberikan. Pelanggan yang merasa bahwa mereka memperoleh nilai lebih dibandingkan dengan sejumlah biaya yang dibayarkan cenderung menunjukkan perilaku pembelian ulang secara berkala. Oleh karena itu, manajemen laundry Berkat Gawi Kasinta secara konsisten melakukan pelatihan kepada tenaga kerja untuk menjaga kualitas cucian, mulai dari proses pencucian, penyetrikaan, hingga pengemasan produk akhir. Pelanggan merasakan adanya standarisasi prosedur operasional yang diterapkan, sehingga keyakinan bahwa harga yang dibayarkan mampu memberikan kepuasan sesuai dengan harapan. Aspek mutu yang konsisten ini juga berkontribusi terhadap terbentuknya kesan positif di mata pelanggan, sehingga mereka tidak ragu untuk merekomendasikan layanan kepada orang lain.

PENUTUP

Simpulan

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa harga yang bersaing dan mutu layanan yang tinggi di Laundry Berkat Gawi Kasinta berperan penting dalam meningkatkan loyalitas pelanggan. Kualitas pelayanan yang konsisten serta harga yang wajar mendorong pelanggan untuk terus menggunakan jasa laundry dan merekomendasikannya kepada orang lain. Laundry Berkat Gawi Kasinta menerapkan standar mutu layanan berupa kebersihan, kerapian, keharuman, serta penyelesaian pekerjaan yang sesuai dengan waktu yang telah disepakati bersama pelanggan. Harga memiliki peranan penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan, sebab harga yang wajar dan sesuai dengan mutu layanan akan mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang di masa mendatang. Faktor harga dan mutu pelayanan sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, karena kedua aspek tersebut merupakan kunci dalam perkembangan sebuah usaha. Loyalitas pelanggan terhadap laundry Berkat Gawi Kasinta tidak hanya dipengaruhi oleh faktor harga yang wajar dan pelayanan yang ramah di kantong, tetapi juga oleh persepsi atas konsistensi mutu layanan yang diberikan.

Saran

Kedepannya, laundry Berkat Gawi Kasinta untuk selalu konsisten dalam menawarkan harga yang terjangkau namun tetap menjaga kualitas layanan agar dapat mendorong pelanggan untuk terus menggunakan jasa laundry yang ditawarkan, serta selalu konsisten melakukan pelatihan kepada tenaga kerja, karena harga memiliki peranan yang sangat penting dalam menciptakan loyalitas pelanggan, sebab harga yang wajar dan sesuai dengan mutu layanan akan mendorong pelanggan untuk melakukan pembelian ulang dimasa mendatang.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprileny, I., Rochim, A., & Emarawati, J. A. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga Dan Kepercayaan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan. *Jurnal STEI Ekonomi*, 31(02), 60–77.
- Bahri, R., & Hj. Naharia, Hj. N. (2019). Pengembangan Usaha Jasa Laundry dalam Meningkatkan Pendapatan Marginal rumah tangga dalam Perspektif Ekonomi Islam di Watampone (Studi Pada Octa Laundry). *Jurnal Ilmiah Al-Tsarwah*, 1(2), 180–201.
- Kartikasari, A., & Albari, A. (2019). The influence of product quality, service quality and price on customer satisfaction and loyalty. *Asian Journal of Entrepreneurship and Family Business*, 3(1), 49–64.
- Khairawati, S. (2020). *Research In Business & Social Science Effect Of Customer Loyalty Program On Customer Satisfaction And Its Impact On Customer Loyalty. International Journal Of Research In Business And Social Science*, 9(1), 15–23
- Lubis, A. Z., Nahulae, L. L., Anggraini, N.M., Adawiyah, R., & Suhairi. (2024). Analisis Faktor-Faktor Yang Memengaruhi Penetapan Harga. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 9(1), 25-18. <https://doi.org/10.30651/jms.v9i1.2.412>
- Mahsyar, S., & Surapati, U. (2020). Effect Of Service Quality And Product Quality On Customer Satisfaction And Loyalty. *Business and Accounting Research (IJEBAR) Peer Reviewed International Journal*, 4. <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/IJEBAR>
- Molinillo, S., Aguilar-Illescas, R., Anaya-Sánchez, R., & Carvajal-Trujillo, E. (2021). The Customer Retail App Experience: Implications For Customer Loyalty. *Journal Of Retailing And Consumer Services*, Xxxx, 102842. <https://doi.org/10.1016/J.Jretconser.2021.102842>
- Musdalifah, & Hasan, F. (2020). Pengaruh Kualiat Pelayanan Terhadap Loyalitas Dengan Variabel Kepuasan Sebagai Mediasi Di KPRI Makmur Kecamatan Burneh Kabupaten Bangkalan. *Jurnal AgriScience*, 1(4), 166–185.
- Ningrum, Y. W., & Dwiridotjahjono, J. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Pengguna Jasa Pengiriman Paket Pada J&T Express Dp Sugio Lamongan. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 04(01), 27–39
- Nurliyanti, N., Arnis Susanti, A., & Hadibrata, B. (2022). Pengaruh Harga, Promosi Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Literature Review Strategi Marketing Manajemnt). (JIHHP: Jurnal Ilmu Hukum. Humaniora Dan Politik, 2(2), 224-232. <https://doi.org/10.38035/jihhp.v2i2>
- Sigalingging, O. P. (2020). Tanggung Jawab Pelaku Usaha Laundry Menurut UU No. 8 Tahun 1999 Tentang Perlindungan Konsumen. *Jurnal Rectum*, 2(1), 102–109.
- Sompie, G. P., Worang, F. G., & Mandagie, Y. (2022). the Influence of Price Perception and Quality of Service on Customer Loyalty J.Co Donuts & Coffee Manado Town Square During the Covid-19 Pandemic. *Jurnal EMBA*, 10(4), 1030–1049
- Tjiptono, F. (2018). Strategi Pemasaran (Edisi Empat). Andi Offset.
- Zuhdi, S., & Irawanti, S. (2020). Pengaruh Diferensiasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Di Restoran Roast Chicken & Pizza Meteran). *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 4(1), 022–027.