

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan bisnis jasa saat ini mengalami peningkatan yang pesat, seiring dengan perubahan gaya hidup masyarakat yang menginginkan segala sesuatu serba praktis dan efisien. Salah satu bentuk usaha jasa yang berkembang di lingkungan masyarakat, khususnya kalangan mahasiswa, adalah jasa laundry. Mahasiswa sebagai kelompok yang memiliki aktivitas padat cenderung memilih layanan laundry untuk memenuhi kebutuhan mencuci pakaian. Dalam konteks ini, kepuasan mahasiswa menjadi faktor penting yang menentukan keberlanjutan usaha laundry.

Secara teoritis, keputusan pembelian merupakan tahap dalam proses pengambilan keputusan konsumen, di mana konsumen menentukan pilihan setelah melalui proses pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, dan evaluasi terhadap sejumlah alternatif yang tersedia (Kotler dan Keller, 2019).

Keputusan mahasiswa dalam memilih jasa laundry dipengaruhi oleh beberapa faktor, di antaranya harga dan kualitas pelayanan. Harga menurut Kotler dan Armstrong (2016) adalah sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk memperoleh suatu produk atau jasa serta nilai yang ditukar konsumen untuk mendapatkan manfaat. Sementara itu, kualitas pelayanan berkaitan dengan kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan

pelanggan melalui keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik (Kotler,2012).

Selain itu, harga dan kualitas pelayanan merupakan faktor utama yang turut memengaruhi keputusan konsumen dalam berbagai jenis usaha jasa. Penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan penulis kepada salah satu karyawan Exca Clean Laundry di Ciganitri, diperoleh informasi bahwa usaha laundry tersebut masih memiliki beberapa kendala pada aspek pelayanannya yang belum optimal. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin terjangkau harga dan semakin baik pelayanan yang diberikan, maka semakin besar pula kecenderungan mahasiswa untuk memilih jasa laundry tersebut.

Namun, secara empiris di lapangan, khususnya di daerah Ciganitri, masih ditemukan berbagai permasalahan pada usaha laundry. Beberapa pelanggan mengeluhkan harga yang tidak sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan, seperti hasil cucian yang kurang bersih, keterlambatan waktu pengerjaan, serta pelayanan yang kurang ramah. Di sisi lain, terdapat juga usaha laundry yang menawarkan harga murah namun kualitas pelayanan kurang memadai. Kondisi ini menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara harapan pelanggan (*das sollen*) dengan kenyataan yang terjadi (*das sein*).

Berdasarkan uraian tersebut, maka fokus penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh harga dan pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa dalam memilih jasa *exca clean laundry* di Ciganitri.

Mahasiswa sebagai bagian dari masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi cenderung memiliki keterbatasan waktu untuk melakukan aktivitas rumah tangga, termasuk mencuci pakaian. Aktivitas akademik yang padat, seperti kuliah, tugas, organisasi, serta kegiatan sosial lainnya, menyebabkan mahasiswa lebih memilih menggunakan jasa laundry sebagai solusi praktis. Oleh karena itu, keberadaan usaha laundry menjadi sangat penting dalam memenuhi kebutuhan mahasiswa sehari-hari (Lupiyoadi, 2013).

Keputusan pembelian merupakan tindakan nyata konsumen untuk memilih dan menggunakan suatu produk atau jasa setelah mempertimbangkan berbagai faktor, seperti harga, kualitas pelayanan, dan manfaat yang akan diperoleh. Keputusan yang tepat akan berdampak positif terhadap kecenderungan konsumen untuk menggunakan kembali jasa tersebut di masa yang akan datang.

Dalam konteks jasa laundry, keputusan mahasiswa sebagai konsumen dalam memilih penyedia jasa dipengaruhi oleh berbagai faktor. Di antaranya yang paling dominan adalah harga dan kualitas pelayanan (Kotler dan Keller, 2016). Harga menjadi pertimbangan utama karena mahasiswa umumnya memiliki keterbatasan finansial, sehingga

cenderung memilih jasa dengan harga yang terjangkau namun tetap berkualitas.

Harga dapat diartikan sebagai sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa (Kotler dan Armstrong, 2018). Harga yang sesuai dengan kualitas layanan akan menciptakan persepsi nilai yang baik di mata konsumen. Sebaliknya, harga yang terlalu tinggi atau tidak sebanding dengan kualitas pelayanan dapat menimbulkan ketidakpuasan pelanggan.

Pelayanan yang berkualitas akan memberikan pengalaman positif bagi pelanggan, sehingga meningkatkan kepuasan mereka. Sebaliknya, pelayanan yang buruk dapat menimbulkan kekecewaan, bahkan menyebabkan pelanggan beralih ke penyedia jasa lain. Oleh karena itu, kualitas pelayanan harus menjadi perhatian utama bagi pelaku usaha laundry.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel tersebut merupakan faktor penting yang perlu diperhatikan dalam menjalankan usaha jasa, termasuk jasa laundry (Tooy, 2024).

Namun, kondisi di lapangan tidak selalu sesuai dengan teori yang ada. Berdasarkan fenomena yang terjadi di daerah Ciganitri, masih terdapat berbagai permasalahan yang dihadapi oleh konsumen jasa laundry, khususnya mahasiswa. Sehingga untuk mendukung permasalahan diatas

penulis melakukan survey pendahuluan dengan memberikan kuisioner kepada 30 orang responden yang memberikan variasi jawaban yang berbeda, kemudian diolah dengan memberikan pembobotan dan persentase penilaian seperti tabel dibawah ini.

Tabel 1. 1 Total Penskoran Variabel Harga

Total Penskoran Variabel X1				
Indikator	Item	Pembobotan	Persentase (%)	Capaian (%)
Keterjangkauan harga	X _{1.1}	95	23,34%	63,33%
Kesesuaian harga	X _{1.2}	109	26,78%	72,67%
Daya saing harga	X _{1.3}	98	24,07%	65,33%
Kesesuaian harga dengan manfaat	X _{1.4}	105	25,79%	70,00%
Jumlah		407	100,00%	67,83%
Rata-rata		101		

Sumber: Olahan Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 1.1 variabel Harga (X1) diukur melalui empat indikator, yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga, daya saing harga, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Total skor aktual yang diperoleh adalah 407 dari skor ideal 600, sehingga capaian variabel Harga hanya sebesar 67,83% dari target ideal 100%. Artinya, masih terdapat gap sebesar 32,17% yang mengindikasikan adanya permasalahan pada variabel harga yang belum sepenuhnya memenuhi harapan responden.

Indikator keterjangkauan harga (X1.1) memperoleh capaian terendah, yaitu 63,33% dari target 100%, sehingga menyisakan gap sebesar 36,67%. Hal ini menunjukkan bahwa harga layanan Laundry

Express dinilai belum sepenuhnya terjangkau bagi mahasiswa dan menjadi persoalan yang paling menonjol pada variabel harga.

Indikator kesesuaian harga (X1.2) memiliki capaian tertinggi sebesar 72,67% (gap 27,33%), diikuti kesesuaian harga dengan manfaat (X1.4) sebesar 70,00% (gap 30,00%), dan daya saing harga (X1.3) sebesar 65,33% (gap 34,67%). Secara keseluruhan, seluruh indikator harga berada pada rentang capaian 63%–73%, yang berarti belum ada satu pun indikator yang mendekati target ideal 100%, sehingga variabel harga menjadi salah satu akar permasalahan yang melatarbelakangi penelitian ini.

Tabel 1. 2 Total Penskoran Variabel Pelayanan

Total Penskoran Variabel X2				
Indikator	item	pembobotan	Persentase (%)	Capaian (%)
Bukti fisik	X _{2.1}	112	21,74%	74,67%
Keandalan	X _{2.2}	104	20,19%	69,33%
Daya Tanggap	X _{2.3}	101	19,61%	67,33%
Jaminan	X _{2.4}	100	19,41%	66,67%
Empati	X _{2.5}	98	19,02%	65,33%
Jumlah		515	100,00%	68,67%
Rata-rata		103		

Sumber: Olahan Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 1.2 variabel Pelayanan (X2) diukur melalui lima indikator: bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati. Total skor aktual sebesar 515 dari skor ideal 750 menghasilkan capaian sebesar 68,67% dari target 100%, dengan gap sebesar 31,33%.

Indikator bukti fisik (X2.1) memperoleh capaian tertinggi sebesar 74,67% (gap 25,33%), menunjukkan bahwa fasilitas dan kebersihan sudah relatif mendekati harapan responden dibanding indikator lain. Sebaliknya,

indikator empati (X2.5) memperoleh capaian terendah sebesar 65,33% (gap 34,67%), diikuti jaminan (X2.4) 66,67% (gap 33,33%) dan daya tanggap (X2.3) 67,33% (gap 32,67%). Ketiga indikator ini — empati, jaminan, dan daya tanggap — merupakan aspek interaksi personal karyawan dengan pelanggan yang paling jauh dari target ideal, sehingga menjadi titik lemah utama pelayanan Exca Clean Laundry Diciganitri yang perlu diperbaiki.

Tabel 1. 3 Total Perskoran Variabel Keputusan

Total Penskoran Variabel Y				
Indikator	Item	Pembobotan	Persentase (%)	Capaian (%)
Pilihan Produk	Y ₁	95	15,03%	63,33%
Pilihan Merek	Y ₂	110	17,41%	73,33%
Pilihan tempat pembelian	Y ₃	101	15,98%	67,33%
Waktu pembelian	Y ₄	101	15,98%	67,33%
Jumlah Pembelian	Y ₅	120	18,99%	80,00%
Metode Pembayaran	Y ₆	105	16,61%	70,00%
Jumlah		632	100,00%	70,22%
Rata-rata		105		

Sumber: Olahan Peneliti (2026)

Berdasarkan Tabel 1.3, variabel Keputusan (Y) diukur melalui enam indikator: pilihan produk, pilihan merek, pilihan tempat pembelian, waktu pembelian, jumlah pembelian, dan metode pembayaran. Total skor aktual sebesar 632 dari skor ideal 900 menghasilkan capaian sebesar 70,22% dari target 100%, dengan gap sebesar 29,78% — capaian tertinggi di antara ketiga variabel, namun tetap belum mendekati target ideal.

Indikator jumlah pembelian (Y5) memperoleh capaian tertinggi, yaitu 80,00% (gap 20,00%), menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan jasa oleh konsumen relatif tinggi. Sebaliknya, indikator pilihan produk (Y1) memperoleh capaian terendah, yaitu 63,33% (gap 36,67%), yang berarti variasi/kelengkapan layanan yang ditawarkan belum sepenuhnya memenuhi ekspektasi konsumen.

Penelitian ini penting dilakukan karena dapat memberikan kontribusi bagi pelaku usaha laundry dalam meningkatkan kualitas layanan dan menetapkan harga yang sesuai dengan harapan konsumen, serta membantu meningkatkan kepuasan pelanggan khususnya mahasiswa sebagai target utama pasar. Meskipun penelitian mengenai harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian telah banyak dilakukan, penelitian ini memiliki (Novelty) karena berfokus pada model layanan *exca clean laundry* (cepat) dengan mengintegrasikan variabel metode pembayaran digital (QRIS) yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa masa kini. Selain itu, terdapat (Research Gap) yang ditemukan melalui survei pendahuluan, di mana indikator keterjangkauan harga dan empati pelayanan masih dinilai cukup/rendah, namun keputusan mahasiswa dalam memilih layanan ini tetap dinilai baik. Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk menganalisis inkonsistensi tersebut secara ilmiah menggunakan Method of Successive Interval (MSI).

Berdasarkan pertimbangan tersebut, diperlukan suatu penelitian yang lebih mendalam untuk mengetahui dan menganalisis sejauh mana

pengaruh harga dan pelayanan terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih Exca Clean Laundry di Ciganitri. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu manajemen pemasaran jasa, sekaligus menjadi bahan pertimbangan bagi pihak Exca Clean Laundry dalam merumuskan strategi yang tepat untuk meningkatkan jumlah pelanggan dan mempertahankan loyalitas konsumen. Berdasarkan pertimbangan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga dan Pelayanan terhadap Keputusan Mahasiswa UNISAL dalam Memilih Exca Clean Laundry di Ciganitri.”

1.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas, penulis mengidentifikasi beberapa permasalahan diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Adanya persaingan antara usaha laundry yang menawarkan harga murah namun belum tentu dapat dilayani dengan baik.
2. Sering terjadinya pakaian-pakaian yang tertukar/hilang.
3. Tingkat keputusan mahasiswa terhadap jasa laundry di Ciganitri masih dapat bervariasi, tergantung pada pengalaman masing-masing pelanggan.
4. Kurangnya pemahaman pada usaha laundry mengenai pentingnya kombinasi harga dan kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian lebih terarah dan tidak terlalu luas, maka penelitian ini dibatasi pada beberapa hal berikut:

1. **Variabel Penelitian:** Penelitian ini hanya dibatasi pada 3 (tiga) variabel, yaitu Harga, Pelayanan sebagai variabel bebas (independen), serta Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Exca Clean Laundry di Ciganitri sebagai variabel terikat (dependen).
2. **Subjek Penelitian:** Responden dalam penelitian ini dibatasi pada mahasiswa saja.
3. **Lokasi Penelitian:** Penelitian ini hanya dilakukan di laundry 1 (satu) saja yang ada di Ciganitri.

Sehingga melalui batasan masalah tersebut, penulis tertarik untuk mengangkat penelitian dengan judul “Pengaruh Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Mahasiswa Dalam Memilih Laundry di Ciganitri”.

1.4. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan identifikasi masalah di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana harga yang ditawarkan exca clean laundry diciganitri
2. Bagaimana pelayanan exca clean laundry diciganitri
3. Bagaimana Keputusan mahasiswa dalam memilih exca clean laundry diciganitri

4. Seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih exca clean laundry diciganitri
5. Seberapa besar pengaruh pelayanan terhadap pelayanan mahasiswa dalam memilih exca clean laundry diciganitri.
6. Seberapa besar pengaruh harga dan pelayanan secara simultan atau secara bersama-sama terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih exca clean laundry diciganitri

1.5. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana harga yang ditawarkan exca clean laundry diciganitri
2. Untuk mengetahui bagaimana pelayanan exca clean laundry diciganitri
3. Untuk mengetahui bagaimana Keputusan mahasiswa dalam memilih exca clean laundry diciganitri
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih exca clean laundry diciganitri
5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh pelayanan terhadap pelayanan mahasiswa dalam memilih exca clean laundry diciganitri
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan pelayanan secara simultan atau secara bersama-sama terhadap

keputusan mahasiswa dalam memilih exca clean laundry diciganitri.

1.6. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Studi ini diharapkan mampu memberikan tambahan pengetahuan dan memperkaya kajian di ranah manajemen pemasaran, khususnya yang berhubungan dengan aspek harga, pelayanan, serta keputusan yang diambil konsumen dalam membuat pilihan.

2. Manfaat Praktis

Temuan dari penelitian ini diharapkan berfungsi sebagai pertimbangan serta masukan bagi semua pihak yang berkepentingan dalam memahami dampak harga dan layanan terhadap keputusan mahasiswa ketika memilih Exca Clean Laundry di Ciganitri.