

Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Dhea Laundry Manokwari

Henny Paulince Manobi¹, Makarius Bajari², Nurwidiyanto³

^{1,2,3}Universitas Papua

Correspondence Email : makarius1971@gmail.com

Abstract: This study aims to analyze the variables of service quality and price on the decision to use services at Dhea Laundry Manokwari. The type of research used is a quantitative approach with the type of associative problem. The population in the study is Dhea Laundry consumers and the number of samples in this study is 75 respondents using the purposive sampling method as a sampling method. The data collection method uses primary data, namely observations, interviews, questionnaires and secondary data, namely books, journals, articles and topics related to research obtained from internet sites. This research instrument uses a Likert scale with a data analysis method, namely multiple linear regression analysis. The results of this study show that the independent variables, namely service quality and price, have a significant partial effect on the decision to use services and the results of simultaneous testing, namely service quality and price simultaneously affect the decision to use services.

Keywords: Service Quality, Price, Decision To Use Services

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis variabel kualitas layanan dan harga terhadap keputusan penggunaan jasa pada Dhea Laundry Manokwari. Jenis Penelitian yang digunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis permasalahan asosiatif. Populasi dalam penelitian yaitu konsumen Dhea Laundry dan jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 75 responden dengan menggunakan metode *purposive sampling* sebagai metode pengambilan sampel. Metode pengumpulan data menggunakan data primer yaitu observasi, wawancara, kuesioner dan data sekunder yaitu buku, jurnal, artikel dan topik yang berkaitan dengan penelitian yang didapat dari situs internet. Instrumen penelitian ini menggunakan skala likert dengan metode analisis data yaitu analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel bebas yaitu kualitas layanan dan harga berpengaruh secara signifikan secara parsial terhadap keputusan penggunaan jasa dan hasil pengujian simultan yaitu kualitas layanan dan harga secara bersamaan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Harga, Keputusan Penggunaan Pelayanan

Pendahuluan

Indonesia sebagai negara berkembang saat ini dipenuhi oleh masyarakat yang memiliki kesibukan dengan banyaknya kegiatan yang membuat sulitnya membagi waktu antara pekerjaan baik di rumah maupun di luar rumah. Kegiatan tersebut mempengaruhi adanya perubahan terhadap gaya hidup masyarakat khususnya yang membutuhkan segala hal yang dapat dilakukan dengan cepat dan praktis. Salah satu kebutuhan yang membutuhkan kemudahan dan kepraktisan adalah kegiatan mencuci pakaian dan menyetrirka.

Guna memenuhi dan menjawab kebutuhan gaya hidup masyarakat, saat ini sudah banyak dan semakin berkembang perusahaan jasa yang bergerak pada bidang pencucian pakaian atau yang sering disebut *laundry*. Kehidupan yang sedemikian sibuk di perkotaan membuat banyak orang tidak memiliki banyak waktu untuk mencuci pakaian. Sebagian besar dari mereka memilih menggunakan jasa laundry kiloan untuk mencuci pakaian kotor mereka. Alasan lain orang menggunakan jasa laundry kiloan adalah mereka tidak sanggup mencuci sendiri jenis-jenis cucian yang tidak biasa, seperti *sprei*, *bed cover*, boneka, karpet, atau gorden.

Ada awalnya laundry pertama kali muncul dengan sistem cuci per satuan baju, namun harga yang harus dibayarkan cukup mahal. Seiring dengan meningkatnya kebutuhan dan perkembangan teknologi, kemudian berkembanglah jasa laundry dengan sistem kiloan. Satu kilogram pakaian bisa untuk 4-6 potong pakaian, hal ini dapat menguntungkan konsumen karena harga yang terbilang cukup murah (Linda, 2015:8).

Para pelaku usaha *laundry* berusaha memberikan kualitas layanan yang baik dan harga yang terjangkau untuk menarik konsumen. Kualitas layanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan dengan kata lain terdapat dua faktor utama mempengaruhi jasa yaitu kualitas jasa yang di harapkan dan kualitas jasa yang dirasakan, jadi definisi kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan.

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan untuk memperoleh suatu barang atau jasa. Kualitas layanan dan harga merupakan dua faktor utama yang dapat mempengaruhi keputusan konsumen untuk menetapkan jasa *laundry* mana yang akan digunakan. Banyaknya usaha laundry

yang dibuka mengakibatkan konsumen akan membandingkan kualitas layanan dan harga dari satu *laundry* ke *laundry* lain.

Salah satu usaha *laundry* yang ada di Kabupaten Manokwari adalah Dhea *Laundry*, terletak di Jalan Mangoapi Kelurahan Amban, Kabupaten Manokwari. *Laundry* ini dibuka pada tahun 2018. Dhea *laundry* menawarkan jasa pencucian yang beragam diantaranya jasa pencucian pakaian, *bedcover*, jas, gorden, helm dan lain-lain, *laundry* ini memberikan pilihan rentan waktu pengambilan pakaian yaitu 1 hari, 2 hari, dan 3 hari dengan harga yang berbeda-beda tergantung dengan rentan waktu pengambilan.

Menurut pantauan peneliti kualitas layanan pada Dhea *Laundry* sudah cukup maksimal seperti pakaian yang disusun rapi di rak dan kebersihan *laundry* yang baik, sehingga mempengaruhi minat konsumen untuk menggunakan jasa pada Dhea *Laundry* tersebut. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul ” **Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pada Dhea *Laundry* Manokwari**”.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian yang digunakan peneliti metode pendekatan kuantitatif dengan masalah asosiatif. Menurut Sugiyono (2018) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan.

Menurut Sugiyono (2019) penelitian asosiatif merupakan suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. populasi pada penelitian ini adalah konsumen Dhea *Laundry* dengan sampel sebanyak 75 responden, dengan teknik pengumpulan data yaitu data primer meliputi observasi, wawancara, kuesioner dan data sekunder yaitu buku, jurnal, artikel dan topik yang berkaitan dengan penelitian. Menggunakan pengukuran skala likert, dengan metode uji instrument penelitian, uji asumsi klasik dan analisis regresi linier berganda.

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

- a) Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin mayoritas yang menggunakan jasa Dhea *Laundry* adalah responden yang berjenis kelamin laki-laki, karena laki-laki lebih banyak menghabiskan waktu untuk bekerja di luar rumah, sehingga mereka memilih menggunakan jasa Dhea *Laundry*
- b) Karakteristik responden berdasarkan umur didominasi oleh responden yang berumur 20-29 tahun, karena pada umur tersebut mereka lebih memilih menggunakan jasa Dhea *Laundry* untuk menghemat waktu dan tenaga agar dapat melakukan hal lain seperti bekerja dan mengikuti kegiatan
- c) Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan yang paling banyak adalah responden yang menggunakan jasa Dhea *Laundry* adalah bekerja sebagai karyawan swasta dengan tingkat kesibukan yang cukup tinggi.
- d) Karakteristik responden berdasarkan pendapatan terbanyak adalah responden dengan mayoritas pendapatan > Rp.2.500.000 paling banyak memiliki pekerjaan sebagai swasta.

Hasil Uji Validitas

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	X1.1	0,930	0,227	Valid
	X1.2	0,362	0,227	Valid
	X1.3	0,801	0,227	Valid
	X1.4	0,951	0,227	Valid
	X1.5	0,462	0,227	Valid
	X1.6	0,974	0,227	Valid
	X1.7	0,932	0,227	Valid
	X1.8	0,973	0,227	Valid
	X1.9	0,683	0,227	Valid
	X1.10	0,974	0,227	Valid
	X1.11	0,938	0,227	Valid
	X1.12	0,938	0,227	Valid
	X1.13	0,938	0,227	Valid
	X1.14	0,938	0,227	Valid
	X1.15	0,865	0,227	Valid
	X1.16	0,938	0,227	Valid
Harga (X2)	X2.1	0,813	0,227	Valid
	X2.2	0,834	0,227	Valid
	X2.3	0,848	0,227	Valid
	X2.4	0,789	0,227	Valid
	X2.5	0,789	0,227	Valid
	X2.6	0,730	0,227	Valid
	X2.7	0,894	0,227	Valid
	X2.8	0,844	0,227	Valid
	X2.9	0,879	0,227	Valid
	X2.10	0,829	0,227	Valid
	X2.11	0,542	0,227	Valid
	X2.12	0,796	0,227	Valid
	X2.13	0,904	0,227	Valid
	X2.14	0,904	0,227	Valid
Penggunaan Jasa (Y)	Y1	0,733	0,227	Valid
	Y2	0,851	0,227	Valid
	Y3	0,710	0,227	Valid
	Y4	0,363	0,227	Valid
	Y5	0,864	0,227	Valid
	Y6	0,289	0,227	Valid

Sumber.Data Primer Pegolahan SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa nilai r hitung > r tabel yang bernilai 0,227 maka dapat dikatakan seluruh pernyataan yang terdapat pada kuesioner kualitas layanan (X1), harga (X2) dan penggunaan jasa (Y) dikatakan valid.

Hasil Uji Reabilitas

Tabel 4.2. Hasil Pengujian Reliabilitas Item-Item Variabel

Variabel	Cronbach's Alpha	Nilai Kritis	Keterangan
Kualitas Layanan (X1)	0,942	0,60	Sangat Reliabel
Harga (X2)	0,908	0,60	Sangat Reliabel
Penggunaan Jasa (Y)	0,909	0,60	Sangat Reliabel

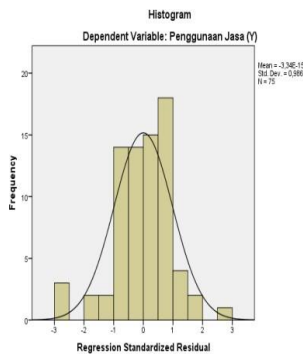
Sumber: data primer pengolahan SPSS24

Menyajikan uraian hasil penelitian berkaitan dengan tujuan penelitian. Deskripsi hasil penelitian disajikan secara jelas. Deskripsi dan interpretasi hasil berkaitan dengan hasil (bersih) analisis data. Pemakaian tabel, grafik atau bagan sangat disarankan untuk memperjelaskan hasil.

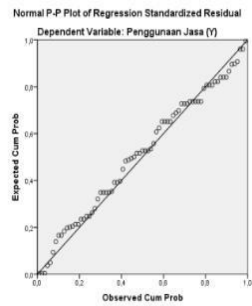
Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Ormalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak.



Gambar 4.5 Histogram Normalitas



Gambar 4.6 Normalitas P-Plot Regression Standardized Residual

Sumber Data Primer Pengolahan SPSS 24

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	
	Unstandardized Residual
N	75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean .00000000 Std. Deviation .57397612
Most Extreme Differences	Absolute .070 Positive .063 Negative -.070
Test Statistic	.070
Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	
d. This is a lower bound of the true significance.	

Sumber Data Primer: One - Sample Kolmogorov-Smirnov SPSS 24

Gambar 4.7 One Sample Kolmogorov Smirnov

Berdasarkan gambar 4.5, 4.6 dan 4.7 diketahui bahwa grafik histogram berdistribusi normal dan pada gambar *P-Plot Regression Standardized* terlihat bahwa penyebaran titik-titik berada disekitar diagonal serta mengikuti arah garis diagonal. serta data dari uji one sample kolmogrov smirnov lebih besar dari 0,05 dan 0,01 Hal ini menunjukkan bahwa model regresi variabel berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Multilinearitas

Tabel 4.4. Hasil Uji Multikolinearitas

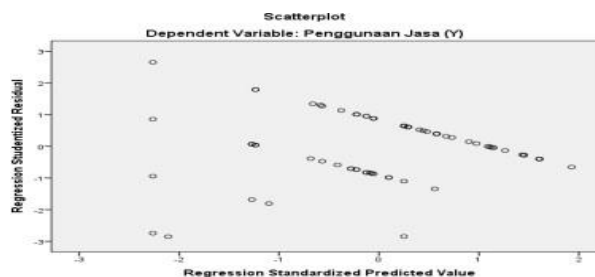
Coefficients ^a			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas layanan (X1)	0,957	1,045
	Harga (X2)	0,957	1,045

a. Dependent Variable: Penggunaan Jasa (Y)

Sumber data Primer SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.4 diatas dapat dilihat bahwa setiap variabel independen kualitas layanan (X1) dan harga (X2) tidak memiliki nilai tolerance > 0,10 dan nilai VIF < dari 0,10. Hasil analisis diatas menunjukkan nilai tolerance dari variabel kualitas layanan sebesar 0,957 > 0,10, dan nilai variabel harga sebesar 0,957 > 0,10, kemudian nilai VIF variabel kualitas layanan sebesar 1,045 < 10 dan nilai VIF variabel harga sebesar 1,045 < 10. Hal ini menunjukan bahwa persamaan regresi tidak terjadi multikolineritas.

3. Hasil Uji Heterokedasitas



Gambar 4.8 Hasil Uji Heterokedasitas

Sumber Data Primer Pengolahan SPSS 24

Berdasarkan gambar 4.8 diatas diketahui titik-titik yang terdapat pada gambar scatterplot menyebar secara acak serta menyebar diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi heterokedasitas pada model regresi layak dipakai untuk memprediksi variabel kualitas layanan dan harga.

Hasil Uji Linier Berganda

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier berganda. Regresi linier berganda dilakukan untuk mengukur seberapa besarnya pengaruh variabel independen kualitas layanan (X1) dan harga (X2) terhadap variabel dependen penggunaan jasa (Y) Gholazi (2017).

Tabel 4.4 Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	19,719	1,527		,000
	Kualitas Layanan (X1)	,067	,012	,518	,000
	Harga (X2)	,075	,016	,444	,000

a. Dependent Variable: Penggunaan Jasa (Y)

Sumber Data Primer Pengolahan SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.4 dilakukan pengembangan dengan model persamaan linier berganda sebagai berikut:

($Y = \alpha + 1X_1 + 2X_2 + e$) jika nilai pada tabel regresi berganda didistribusikan maka nilai yang di peroleh adalah :

($Y = 19,719 + 0,067 + 0,075 +$)

dari persamaan regresi diatas menyatakan bahwa:

- 1. Dari hasil analisis regresi memperoleh nilai konstanta sebesar 19,719.
- 2. Dari hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat bahwa koefisien regresi variabel kualitas layanan adalah positif yaitu 0,067.
- 3. Dari hasil analisis regresi linier berganda dapat dilihat bahwa koefisien regresi variabel harga adalah 0,075.

Hasil Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (Uji T)

Tabel 4.5 Hasil Uji Parsial (uji t)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	19,719	1,527		,000
	Kualitas Layanan (X1)	,067	,012	,518	,000
	Harga (X2)	,075	,016	,444	,000

a. Dependent Variable: Penggunaan Jasa (Y)

Berdasarkan tabel 4.5 diatas maka pengujian secara parsial dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel dengan tingkat signifikan (α) = 0,05 pada derajat kebebasan df ($n-k$) $75-3 = 72$ maka nilai t tabel 1,99346, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a) Dapat dilihat pada variabel kualitas layanan (X1) memiliki t hitung sebesar 5,419 dan t tabel sebesar 1,99346 dengan nilai signifikan 0,000. Variabel kualitas layanan dalam uji t parsial memiliki nilai signifikan lebih kecil dari nilai Alpha ($0,000 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima H_o di tolak.
- b) Dapat dilihat pada variabel harga (X2) memiliki t hitung sebesar 4,648 dan t tabel sebesar 1,99346 dengan nilai signifikan 0,000. Variabel harga dalam uji t parsial memiliki nilai signifikan lebih kecil dari nilai Alpha ($0,000 < 0,05$) sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a diterima H_o ditolak.

2. UJI SIMULTAN (UJI F)

Tabel 4.6 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	Sig.
1	Regression	14,341	2	7,170	21,176
	Residual	24,379	72	,339	
	Total	38,720	74		
a. Dependent Variable: Penggunaan Jasa (Y)					
b. Predictors: (Constant), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X1)					

Sumber Data Primer Pengolahan SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.6 hasil uji simultan diatas diperoleh nilai F hitung 21,176 dengan nilai signifikan 0,000. Berdasarkan f tabel dengan taraf signifikan (a) 0,05 pada derajat kebebasan df1 (k-1) =3-1 dan df2 =(n-k) =75-3=71, maka nilai f tabel yang diperoleh 3.13 Hasil pengujian secara simultan menunjukkan bahwa nilai signifikan 0,000 < (a) 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa Ho ditolak dan Ha terima, artinya variabel kualitas layanan dan harga berpengaruh secara signifikan secara simultan terhadap penggunaan jasa.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4.7 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,875 ^a	,765	,758	,386
a. Predictors: (Constant), harga X2, kualitas layanan X1				
B dependent variable: penggunaan jasa(Y)				

Sumber Data Primer Pengolahan SPSS 24

Berdasarkan tabel 4.7 menunjukkan nilai R square sebesar 0,758 hal ini berarti 75% variabel penggunaan jasa (Y) dapat menjelaskan variabel independen kualitas layanan (X1) dan harga (X2).

Pembahasan

- 1. Kualitas layanan berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa karena Dhea Laundry memiliki bukti fisik yang diperhatikan dengan baik sehingga mampu membuat konsumen memutuskan menggunakan Dhea Laundry.
- 2. Harga berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa karena harga yang ditawarkan Dhea Laundry sesuai dengan jasa yang ditawarkan kepada konsumen.
- 3. Kualitas Layanan dan Harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa, dimana dengan memperhatikan kualitas layanan dan menetapkan harga sesuai dengan jasa yang ditawarkan maka dapat meningkat keputusan penggunaan jasa.

Kesimpulan

- 1. Berdasarkan hasil yang diperoleh, nilai thitung variabel kualitas layanan lebih besar dari ttabel (5,419 > 1,99346) dan nilai signifikan leboh kecil dari 0,05 (0,00 < 0,05). Dapat disimpulkan bahwa H1 variabel kualitas layanan (X1) berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap keputusan penggunaan jasa (Y). dapat disimpulkan bahwa dengan memberikan kualitas layanan yang baik dapat meningkatkan keputusan penggunaan jasa pada Dhea Laundry.
- 2. Bersadarkan hasil yang diperoleh nilai thitung variabel harga lebih besar dari ttabel (4,648

> 199346) dengan nilai signifikan lebih kecil dari tingkat kesalahan ($0,00 < 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa H2 harga (X2) berpengaruh secara signifikan dan parsial terhadap keputusan penggunaan jasa (Y). Dapat disimpulkan dengan menetapkan harga yang sesuai dengan keinginan pelanggan dapat mempengaruhi pelanggan untuk menggunakan jasa Dhea Laundry.

3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan (X1), harga (X2) berpengaruh terhadap keputusan penggunaan jasa (Y) dimana nilai $t_{hitung} = 21,176 > \text{nilai } t_{tabel} 3,13$ dengan nilai signifikan ($0,000 < 0,05$). Dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas layanan dan harga berpengaruh secara simultan terhadap keputusan penggunaan jasa (Y). Dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dan harga secara bersama-sama dapat meningkatkan keputusan penggunaan jasa pada Dhea Laundry.

Rekomendasi

1. Bagi Dhea Laundry

Disarankan bagi pemilik Dhea Laundry agar dapat menyediakan sarana komunikasi, khusus karyawan Dhea Laundry, agar dapat mempermudah komunikasi antara karyawan dan pelanggan.

Disarankan bagi pemilik Dhea Laundry agar dapat memberikan diskon bagi pelanggan tetap agar dapat menarik pelanggan baru

2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Disarankan untuk memperluas objek penelitian dan menambah beberapa variabel seperti, kepuasan konsumen, *brand image*, promosi, loyalitas pelanggan, lokasi, keputusan pembelian dengan objek penelitian yang berbeda.

Daftar Referensi

- Ghozali, I (2017) Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IMB SPSS. Semarang. Universitas Diponegoro.
- Linda, C.N. (2015). *Sukses & Kaya Raya Dari Bisnis Usaha Laundry Kiloan: Usaha Untung Terus Tanpa Rugi* (I. Putri (ed)). Lembar Langit Indonesia.
- Sugiyono (2018) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Adriana, F., Zainuddin, M., HM, S., & Utha, R. (2022). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa Salon Bunda Rida. *Sultra Journal of Economic and Business*, 3(1), 57–68. <https://doi.org/10.54297/sjeb.Vol3.Iss1.231>
- Anggoro, B., & Munarsih. (2024). Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap keputusan penggunaan jasa pada Shoespa Cabang Pamulang Tangerang Selatan. *KREATIF: Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 12(1), 10–18. <https://doi.org/10.32493/jk.v12i1.y2024.p10-18>
- Putra, G. A. P., Armi, M. N., & Wali Amin, J. (2022). Pengaruh lokasi, harga, dan promosi terhadap keputusan penggunaan layanan jasa Wafi Laundry di Kota Bengkulu. *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan*, 5(2). <https://doi.org/10.51805/jmbk.v5i2.238>
- Syerlina, S., Imran, U. D., & Asbara, N. W. (2022). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa Laundry 99 di Makassar. *Nobel Management Review*, 3(4), 622–634. <https://doi.org/10.37476/nmar.v3i4.3453>
- Wiranata, I. G. P. N., Wilyadewi, I. I. D. A. Y., & Kusyana, D. N. B. (2024). Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan pada jasa Wah Laundry. *WidyaAmrita: Jurnal Manajemen, Kewirausahaan dan Pariwisata*, 4(10), 1908–1918. <https://doi.org/10.32795/vol4wamrtno1th24>

- Alfi Syahri Lubis, “Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam”, *Ejournal Polibatam*, Vol. 1 No. 2 (Batam: Polibatam, 2017), hal. 86
- Alfi Syahri Lubis, “Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Sucofindo Batam”, *Ejournal Polibatam*, Vol. 1 No. 2 (Batam: Polibatam, 2017), hal. 86
- Andersson, P., & Karlström, K. (2014). Factors influencing a customer's loyalty in B2B relationships. Halmstad University.
- Cruz, A. P. S. (2013). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Majestyk Bakery & Cake Shop CAbang H.M. Yamin Medan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 37–44