

Analisis Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Toko Kang Cuci Sepatu

Fitrianingsih^{1*}, Arwanda Siddik¹, Farhan Abdillah¹, Refy Ananda Gulo¹, Rendi Rivaldi¹,
Siti Sakdiah Rangkuti¹

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Bina Karya¹

Email: fitrianingsihbk3@gmail.com*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction at the Kang Cuci Sepatu store in BP7. Increasingly fierce competition in the shoe laundry business demands that businesses improve product and service quality to maintain customer loyalty. Data were collected through a questionnaire measuring customer perceptions of product quality, service quality, and customer satisfaction. The results showed that the majority of respondents rated the product quality, specifically the shoe washing results, as excellent, and the service was friendly and responsive. Service turnaround times were also assessed as consistent with promises made. Overall customer satisfaction was high, with many customers willing to use the service again and recommend it to others. Therefore, the Kang Cuci Sepatu store is advised to continue maintaining and improving product and service quality, particularly in terms of service speed, communication, and physical facilities, to maintain and increase customer satisfaction and loyalty amidst increasingly competitive business conditions.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Kang Cuci Sepatu di BP7. Persaingan bisnis laundry sepatu yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk meningkatkan kualitas produk dan pelayanan demi mempertahankan loyalitas pelanggan. Data dikumpulkan melalui kuesioner yang mengukur persepsi pelanggan terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai kualitas produk berupa hasil pencucian sepatu sangat baik dan pelayanan yang ramah serta responsif. Waktu pengerjaan layanan juga dinilai sesuai dengan janji yang diberikan. Kepuasan pelanggan secara keseluruhan tergolong tinggi, dengan banyak pelanggan yang bersedia menggunakan kembali jasa dan merekomendasikan kepada orang lain. Oleh karena itu, Toko Kang Cuci Sepatu disarankan untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas produk serta pelayanan, khususnya dalam hal kecepatan layanan, komunikasi, dan fasilitas fisik, agar dapat mempertahankan dan

meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan di tengah persaingan bisnis yang semakin kompetitif.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

PENDAHULUAN

Perkembangan sektor jasa di Indonesia mengalami pertumbuhan yang sangat pesat, seiring dengan meningkatnya kebutuhan dan ekspektasi konsumen terhadap layanan yang berkualitas (Kotler & Keller, 2019). Salah satu sektor jasa yang kini semakin diminati adalah jasa laundry sepatu. Munculnya berbagai usaha laundry sepatu di berbagai kota, termasuk Kota Tebing Tinggi, merupakan respons terhadap perubahan gaya hidup masyarakat yang semakin menghargai efisiensi waktu, kemudahan, dan kualitas perawatan barang pribadi, terutama sepatu.

Sepatu bukan hanya sekadar alas kaki, melainkan telah menjadi bagian penting dari identitas, gaya hidup, dan penampilan seseorang. Banyak masyarakat, khususnya kalangan muda dan pekerja, memilih menggunakan jasa laundry sepatu untuk merawat dan menjaga kebersihan sepatu mereka. Hal ini didorong oleh kesadaran bahwa mencuci sepatu tidak bisa dilakukan sembarangan, terutama untuk sepatu dengan harga tinggi atau berbahan khusus yang memerlukan teknik dan perawatan profesional (Setyawati et al., 2024). Di Kota Tebing Tinggi, Toko Kang Cuci Sepatu yang berlokasi di BP7 hadir sebagai salah satu pelaku usaha yang menawarkan layanan cuci sepatu profesional dengan berbagai pilihan paket layanan sesuai kebutuhan pelanggan.

Namun, seiring dengan pertumbuhan jumlah pelaku usaha di bidang ini, persaingan antar laundry sepatu di Kota Tebing Tinggi pun semakin ketat. Kondisi ini menuntut setiap pelaku usaha untuk terus meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Kualitas produk dalam konteks laundry sepatu meliputi hasil pencucian yang bersih, tidak merusak bahan sepatu, penggunaan bahan pembersih yang aman, serta ketepatan dalam penanganan berbagai jenis sepatu. Sementara itu, kualitas pelayanan mencakup keramahan, kecepatan, ketepatan waktu, kemampuan menangani keluhan, serta profesionalisme staf dalam memberikan solusi atas permasalahan pelanggan (Ivan et al., 2024).

Fenomena yang terjadi di lapangan menunjukkan bahwa meskipun permintaan jasa laundry sepatu di Kota Tebing Tinggi meningkat, masih banyak pelanggan yang mengeluhkan hasil pencucian yang kurang memuaskan, sepatu yang rusak setelah dicuci, hingga pelayanan yang kurang ramah dan tidak responsif terhadap keluhan. Berdasarkan hasil wawancara awal dengan beberapa pelanggan Toko Kang Cuci Sepatu di BP7, ditemukan beberapa masalah seperti hasil cucian yang tidak sesuai harapan, waktu pengerjaan yang molor dari estimasi, serta kurangnya komunikasi dari pihak toko ketika terjadi kendala pada proses pencucian. Hal ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas produk dan pelayanan yang diterima (Fika & Sutarnin, 2025).

Kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama yang harus dicapai oleh setiap pelaku usaha jasa, karena pelanggan yang puas akan cenderung melakukan pembelian ulang dan merekomendasikan layanan kepada orang lain, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat posisi bisnis di tengah persaingan yang semakin kompetitif (Bunga & Widianingsih, 2022). Sebaliknya, pelanggan yang tidak puas akan mudah beralih ke

penyedia jasa lain dan bahkan dapat memberikan ulasan negatif yang berdampak pada reputasi usaha.

Dalam konteks ini, Toko Kang Cuci Sepatu di BP7, Kota Tebing Tinggi, perlu melakukan evaluasi dan perbaikan berkelanjutan terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diberikan. Upaya peningkatan kualitas produk dapat dilakukan dengan memastikan penggunaan bahan pembersih yang aman, pelatihan staf dalam teknik pencucian yang tepat, serta pengawasan mutu hasil kerja. Sementara itu, peningkatan kualitas pelayanan dapat diwujudkan melalui peningkatan keterampilan komunikasi staf, kecepatan dan ketepatan layanan, serta penanganan keluhan pelanggan secara profesional.

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Toko Kang Cuci Sepatu (Studi Kasus pada Pengguna Cuci Sepatu di BP7, Kota Tebing Tinggi). Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengelola Toko Kang Cuci Sepatu dan pelaku usaha laundry sepatu lainnya di Kota Tebing Tinggi dalam merumuskan strategi peningkatan kualitas produk dan pelayanan, sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di tengah persaingan yang semakin dinamis.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Produk

Menurut Kotler & Armstrong (2016) menyatakan produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan kebutuhan atau keinginan. Definisi ini mencakup berbagai jenis barang dan jasa yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan pelanggan. Produk tidak hanya terbatas pada barang fisik, tetapi juga mencakup layanan, pengalaman, dan ide yang dapat memberikan nilai tambah bagi konsumen.

Selanjutnya menurut Wijianti & Budiarti (2023) menyebut kualitas produk sebagai keunggulan produk yang sesuai dengan preferensi dan kebutuhan pelanggan. Dalam konteks ini, kualitas produk tidak hanya dilihat dari aspek fisik atau teknis, tetapi juga dari sejauh mana produk tersebut dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan berdasarkan harapan dan keinginan mereka.

Dharmmesta & Handoko (2020) mendefinisikan kualitas sebagai kondisi barang berdasarkan penilaian kesesuaiannya dengan standar ukur yang telah ditetapkan. Dalam hal ini, kualitas mencakup berbagai aspek, seperti daya tahan, keandalan, dan performa produk, yang dibandingkan dengan kriteria atau spesifikasi yang diharapkan. Dengan kata lain, suatu produk dianggap berkualitas jika ia mampu memenuhi atau melampaui ekspektasi yang telah ditentukan, sehingga memberikan kepuasan kepada konsumen.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah karakteristik keseluruhan produk yang menunjukkan kemampuan produk tersebut dalam memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen sesuai standar yang telah ditetapkan, sehingga memberikan nilai dan kepuasan bagi pelanggan.

Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2019) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai segala bentuk pemberian layanan yang dilakukan secara maksimal oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan sesuai

harapan mereka. Pengukuran kualitas layanan dilakukan dengan membandingkan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang diterima dengan harapan mereka.

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai tindakan atau perilaku yang dilakukan oleh individu atau organisasi dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Menurut Ivan et al., (2024). Kepuasan pelanggan akan tercipta ketika harapan yang dimiliki oleh pelanggan terpenuhi. Dalam konteks ini, kualitas pelayanan mencakup berbagai aspek, seperti kecepatan, keramahan, dan efektivitas dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Oleh karena itu, penting bagi penyedia layanan untuk memahami ekspektasi pelanggan dan berusaha untuk memenuhi atau bahkan melampaui harapan tersebut, sehingga dapat menciptakan pengalaman positif yang berujung pada loyalitas pelanggan.

Sedangkan menurut Anggoro & Munarsih (2024) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berfokus pada pemenuhan kebutuhan dan persyaratan pelanggan serta ketepatan waktu dalam memenuhi harapan tersebut.

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah keseluruhan upaya dan tindakan yang dilakukan oleh perusahaan atau penyedia jasa untuk memenuhi dan melampaui harapan pelanggan melalui pelayanan yang maksimal, tepat waktu, dan sesuai kebutuhan sehingga dapat menciptakan kepuasan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan dengan harapannya (Kotler & Keller, 2018). Kepuasan (satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka (Primadi et al., 2023).

Kepuasan konsumen adalah penilaian pascapembelian di mana pilihan yang dipilih adalah dasarnya setara atau melampaui yang di harapkan konsumen, sementara ketidakpuasan dapat dirasakan ketika hasilnya tidak sesuai dengan apa yang diharapkan (Fadillah & Ivantan, 2024).

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau tidak senang yang muncul setelah pelanggan membandingkan kinerja produk atau jasa yang diterima dengan harapan mereka. Kepuasan tercapai jika kinerja sesuai atau melebihi harapan pelanggan.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei. Metode kuantitatif dipilih karena bertujuan untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Lokasi penelitian di toko Kang Cuci Sepatu di BP7, Kota Tebing Tinggi. Sampel yang dipilih adalah 15 pelanggan yang pernah menggunakan jasa Toko Kang Cuci Sepatu di BP7. Jumlah ini dipilih untuk memberikan gambaran yang cukup representatif tentang pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada toko kang cuci sepatu di BP7.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Hasil penelitian sebagai berikut:

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Responden	Persentase (%)
17-20 tahun	6	40%
21-23 tahun	6	40%
24-26 tahun	3	20%

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
Laki-laki	4	26.67%
Perempuan	11	73.33%

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Domisili	Jumlah Responden	Persentase (%)
Kota Tebing Tinggi	12	80%
Serdang Bedagai	3	20%

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi

Profesi	Jumlah Responden	Persentase (%)
Mahasiswa	10	66.67%
Pegawai Swasta	3	20%
Wirausaha	2	13.33%

Dari kuesioner yang disebar, diperoleh data persepsi pelanggan terhadap kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan sebagai berikut:

Tabel 5. Hasil survey

No	Pernyataan	Persentase Responden (%)
1	Seberapa sering Anda menggunakan jasa Toko Kang Cuci Sepatu?	60% (Sering), 30% (Kadangkadangkang), 10% (Jarang)
2	Bagaimana kualitas hasil pencucian sepatu yang Anda terima?	53% (Sangat Baik), 33% (Baik), 14% (Cukup)
3	Bagaimana keramahan dan responsivitas karyawan dalam melayani Anda?	60% (Sangat Baik), 27% (Baik), 13% (Cukup)
4	Apakah waktu pengerjaan sesuai dengan janji yang diberikan?	67% (Sesuai), 20% (Kadangkadangkang terlambat), 13% (Tidak sesuai)
5	Seberapa puas Anda dengan pelayanan secara keseluruhan?	60% (Sangat Puas), 27% (Puas), 13% (Cukup Puas)
6	Apakah Anda akan menggunakan jasa ini kembali dan merekomendasikan?	73% (Ya), 20% (Mungkin), 7% (Tidak)
7	Bagaimana Anda menilai kebersihan dan kerapian fasilitas toko?	55% (Sangat Baik), 30% (Baik), 15% (Cukup)

8	Seberapa cepat pelayanan yang Anda terima saat menggunakan jasa ini?	62% (Sangat Cepat), 28% (Cepat), 10% (Cukup Cepat)
9	Apakah Anda merasa harga jasa sesuai dengan kualitas yang diberikan?	58% (Sangat Sesuai), 32% (Sesuai), 10% (Kurang Sesuai)
10	Bagaimana tingkat kepercayaan Anda terhadap keamanan sepatu selama proses pencucian?	65% (Sangat Percaya), 25% (Percaya), 10% (Kurang Percaya)

Pembahasan

1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Sebagian besar responden (86%) menilai hasil pencucian sepatu berkualitas baik hingga sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan sangat memperhatikan kualitas produk yang meliputi kebersihan, ketepatan perawatan, dan ketahanan sepatu setelah dicuci. Kepercayaan pelanggan terhadap keamanan sepatu selama proses pencucian juga tinggi, dengan 90% responden merasa sangat percaya atau percaya. Menurut Kotler & Keller (2019), kualitas produk yang memenuhi atau melebihi ekspektasi konsumen akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Hal ini sejalan dengan Fika & Sutarmin (2025) yang menyatakan bahwa kualitas produk adalah karakteristik yang memenuhi kebutuhan konsumen. Dengan kualitas produk yang baik, pelanggan merasa mendapatkan nilai yang sesuai dengan harga yang dibayarkan, terbukti 90% responden menilai harga jasa sesuai atau sangat sesuai dengan kualitas.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan juga mendapat respons positif dari pelanggan. Sebanyak 87% responden menilai keramahan dan responsivitas karyawan sangat baik hingga baik. Kecepatan pelayanan juga mendapat penilaian positif, dengan 90% responden menilai pelayanan cepat hingga sangat cepat. Ketepatan waktu pengerjaan sesuai janji juga dirasakan oleh 67% responden. Selain itu, kebersihan dan kerapian fasilitas toko mendapat nilai baik dari 85% responden. Hal ini sesuai dengan pendapat Muslim et al., (2025) yang menyatakan bahwa keramahan, responsivitas, kecepatan, dan fasilitas yang baik merupakan faktor penting dalam menciptakan kepuasan pelanggan. Pelayanan yang responsif dan empati karyawan mampu membangun kepercayaan pelanggan.

3. Kepuasan Pelanggan sebagai Hasil dari Kualitas Produk dan Pelayanan

Mayoritas responden (87%) menyatakan puas hingga sangat puas dengan pelayanan secara keseluruhan dan bersedia menggunakan kembali serta merekomendasikan jasa laundry sepatu ini. Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan muncul ketika kinerja produk dan pelayanan sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Aditya et al.,(2025) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi konsumen setelah membandingkan harapan dengan kinerja yang diterima. Kepuasan yang tinggi ini berpotensi meningkatkan loyalitas pelanggan dan memperkuat posisi bisnis di pasar yang kompetitif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan Toko Kang Cuci Sepatu di BP7. Kualitas produk yang mencakup kebersihan, ketepatan perawatan, serta keamanan sepatu selama proses pencucian mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan, sehingga meningkatkan tingkat kepuasan mereka. Selain itu, kualitas pelayanan yang meliputi keramahan, responsivitas, kecepatan layanan, ketepatan waktu pengerjaan, dan kebersihan fasilitas juga menjadi faktor penting yang mendukung terciptanya kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas tidak hanya bersedia menggunakan kembali jasa laundry sepatu tersebut, tetapi juga cenderung merekomendasikannya kepada orang lain, yang pada akhirnya dapat memperkuat loyalitas pelanggan dan posisi bisnis di pasar. Oleh karena itu, menjaga konsistensi kualitas produk dan pelayanan serta melakukan peningkatan berkelanjutan pada aspek-aspek tersebut sangat penting bagi keberlangsungan dan pertumbuhan usaha Toko Kang Cuci Sepatu di BP7.

REFERENSI

- Aditya, B. D., Rahmi, R., & Sholikhah. (2025). Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Jasa Cuci Sepatu Fastbreak Bekasi Menggunakan Metode Service Quality Dan Importance Performance Analysis. *Nusantara: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 12(3), 1175–1193.
- Anggoro, B., & Munarsih. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Penggunaan Jasa pada Shoespa Cabang Pamulang Tangerang Selatan. *Jurnal Ilmiah Prodi Manajemen Universitas Pamulang*, 12(1), 10–18.
- Bunga, S. J., & Widianingsih, S. (2022). The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction at Bpw Clean Bandung in 2022. *E-Proceeding of Applied Science*, 9(2), 619.
- Dharmmesta, B. S., & Handoko, H. (2020). *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen)*. Penerbit BPFE.
- Fadillah, M., & Ivantan. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Konsumen. *Cakrawala: Jurnal Ekonomi, Manajemen Dan Bisnis*, 1(4), 1513–1522. <https://doi.org/10.61132/lokawati.v1i4.137>
- Fika, N. A., & Sutarmin. (2025). Pengaruh Inovasi, Promosi, Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Produk Starbucks. *Jurnal Visi Manajemen*, 11(1), 70–86.
- Gofur, A. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB)*, 4(1), 37–44.
- Ivan, J. N., W, D. T., & Wahyuni, E. S. (2024). Pengaruh Citra Merek , Harga dan Kualitas Layanan Terhadap Minat Membeli Jasa Laundry Shoesbox. *Zona Manajerial: Program Studi Manajemen*, 14(3), 137–150.
- Kotler, P., & Amstrong, G. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran*. PT Indeks.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2019). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga.
- Muslim, F. F., Lestari, S. P., & Risana, D. (2025). Pengaruh Word Of Mouth Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Cv . Sukahati Pratama Tasikmalaya. *Journal*

of Law, Social Science, and Management Review, 1(2), 73–80.

- Primadi, A., Tohir, M., & Lestari, P. A. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Layanan, Citra Merek dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Logistik. *Jurnal Mitra Manajemen, 1(2)*, 140–149.
- Setyawati, A. Y., Maruta, A., & Nasution, U. C. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Laundry Kucek Shoes Di Surabaya. *Jurnal Bisnis, 4(4)*, 1–10.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. CV. Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif R & D*. CV. Alfabeta.
- Sulistyawati, N. M., & Seminari, N. K. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. *E- Jurnal Manajemen Unud, 4(8)*, 2318–2332.
- Sulistyowati, W. (2018). *Kualitas Layanan Teori Dan Aplikasinya*. UMSIDA Press.
- Tjiptono, F. (2019). *Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)*. Penerbit Andi.
- Wijianti, F., & Budiarti, E. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Produk Skintific (Studi Kasus Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya). *Neraca Manajemen, Ekonomi, 3(2)*.