

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pratama Laundry Kolaka Menurut Perspektif Ekonomi Syariah

Hajrah¹, Muhammad Asra², Ristiyanti Ahmadul Marunta³

^{1,2,3} Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Sains Islam Al-Mawaddah Warrahmah Kolaka, Indonesia

Abstrak

Mengingat tingginya tingkat persaingan jasa *laundry* dan pesatnya pertumbuhan industri di Indonesia, tidak heran jika banyak masyarakat yang membuka usaha *laundry*. Namun, hal ini menghadirkan tantangan tersendiri bagi bisnis *laundry* di Indonesia. Akibatnya para pelaku usaha harus mempertahankan faktor-faktor yang tentunya berhubungan dengan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu faktor seperti kualitas pelayanan, lokasi dan harga akan disubstitusikan menjadi hal yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan pada salah satu *laundry* yakni Pratama Laundry Kolaka. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pratama Laundry Kolaka Menurut Perspektif Ekonomi Syariah. Pendekatan penelitian ini yakni menggunakan metode campuran (*mixed method*) dan jenis penelitian survei dengan menggunakan 50 sampel dari pelanggan Pratama Laundry Kolaka. Hasil penelitian ini berdasarkan serangkaian uji yang telah dilaksanakan membuktikan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan, lokasi dan harga dengan penjabaran nilai perolehan dengan menjadikan nilai Sig $t \leq 0,05$ yakni $0,000 \leq 0,05$. Berdasarkan hasil analisis data tersebut, maka dinyatakan dalam penelitian ini pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan harga berpengaruh secara parsial maupun simultan. Hasil dari wawancara perspektif ekonomi syariah bahwasanya pelanggan merasa puas dari segi kualitas pelayanan, lokasi dan harga yang diberikan oleh Pratama Laundry Kolaka karena sesuai dengan syariat-syariat Islam.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga, Kepuasan Pelanggan, Pratama Laundry Kolaka

Copyright (c) 2025 Hajrah

✉ Corresponding author : hajrahklk5@gmail.com

PENDAHULUAN

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi bukanlah satu-satunya hal yang terjadi dalam kehidupan masyarakat seiring berjalannya waktu. Hal ini disebabkan oleh kenyataan bahwa banyak hal berubah begitu cepat di dunia modern, di mana segala sesuatunya mudah dan bermanfaat. Masyarakat menjadi lebih berani dalam menjalankan usaha-usaha skala kecil, menengah, dan besar sebagai respons terhadap kemajuan teknologi seperti jasa *laundry*.

Mengingat tingginya tingkat persaingan jasa *laundry* dan pesatnya pertumbuhan industri di Indonesia, tidak heran jika banyak masyarakat yang membuka usaha *laundry*. Namun, hal ini menghadirkan tantangan tersendiri bagi bisnis *laundry* di Indonesia. Menurut Hendri Ong, karyawan Aliansi Laundry Indonesia, industri *laundry* di tanah air berkembang sebesar 50% antara tahun 2021 dan 2022 (Sheila Dzikrina Safir, 2024)

Jasa *laundry* merupakan usaha yang bergerak dibidang jasa mencuci dan menyetrica pakaian. Menurut Rumekso dalam buku Jenny Nancy Kaligis, *laundry* adalah divisi yang

bertanggung jawab atas cucian yang dikirim padanya (Jenny Nancy Kaligis, 2023). Layanan *laundry* kiloan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan untuk memudahkan pekerjaannya di rumah. Hal ini terlihat dalam kehidupan sehari-hari, banyak orang yang ingin meraih kesuksesan finansial dengan menukarkan uang dalam jumlah besar.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang dapat diterapkan dari hasil dibandingkan dengan harapan mereka (Ratna Puji Lestari, 2023). Kualitas pelayanan ditentukan oleh kemampuan memberikan pelayanan yang memenuhi kebutuhan pelanggan. Kualitas pekerjaan ditentukan oleh intensitas pekerjaan (Ratna Puji Lestari, 2023). Lokasi merupakan salah satu faktor utama yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Lokasi suatu usaha yang strategis mempengaruhi profitabilitasnya, oleh karena itu pemilihan lokasi merupakan hal yang cukup penting dan harus dilakukan dengan hati-hati agar tidak terjadi masalah di kemudian hari. Lokasi yang dijaga secara konsisten mungkin dapat ditingkatkan dari segi kemudahan akses, kecepatan dan kemampuannya untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Biaya produksi atau harga dapat dijadikan sebagai pengganti pembandingan *laundry* satu dengan *laundry* lainnya. Harga adalah jumlah yang dinyatakan dalam rupiah. Namun, dalam situasi lain harga didefinisikan sebagai jumlah yang dibayar pembeli. Dalam hal ini, harga merupakan sarana dimana vendor dapat mengevaluasi kualitas barang yang ditawarkan oleh pelanggan, sehingga memungkinkan dilakukannya penyesuaian harga pada saat negosiasi (Meithiana Indrasari, 2019). Dalam konsep Islam mengajarkan bahwa dalam memberikan layanan dari usaha yang dijalankan baik itu barang atau jasa, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas yang dijelaskan dalam QS. Ali-Imran (3) :159.

Selain untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan harga terhadap kepuasan pelanggan tentunya juga kita harus melihat dari sisi perspektif syariahnya mengenai ayat yang menjelaskan tentang kualitas pelayanan, ayat yang menjelaskan tentang pemilihan lokasi agar tidak merugikan dan merusak lingkungan sekitar serta penetapan harga yang diberikan kepada pelanggan Pratama *Laundry*, apakah sesuai dengan kebersihan barang pelanggan, karena sebagai umat muslim Allah memerintahkan kita untuk membersihkan pakaian dari segala najis dan kotoran yang berada dipakaian maupun badan kita.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti menjadi tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pratama *Laundry* Kolaka Menurut Perspektif Ekonomi Syariah"

METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah *mixed method* (metode campuran) yaitu metode penelitian yang melibatkan pengumpulan data kuantitatif dan kualitatif, mengintegrasikan dua bentuk data, dan menggunakan desain berbeda yang dapat melibatkan asumsi filosofis dan kerangka teoritis. (Geofakta Razali, et al., 2020). Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian survei yaitu salah satu jenis penelitian yang dilakukan dengan cara mengambil sampel dari satu populasi, kemudian menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Menurut jenis penelitian ini, semakin banyak sampel yang didapat, maka semakin mendeskripsikan populasi yang diteliti (Ahmad Luthfi, et al., 2022). Dalam penelitian ini populasi dari Pratama *Laundry* Kolaka sebanyak 500 orang pelanggan, sehingga dapat disimpulkan bahwa sampel yang akan digunakan adalah 50 orang pelanggan dari 10% populasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil

1. Uji Kesahihan Angket

a. Uji Validitas

1) Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Variabel Kualitas Pelayanan (X1)	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,729	0,278	Valid
X1.2	0,747	0,278	Valid
X1.3	0,709	0,278	Valid
X1.4	0,729	0,278	Valid
X1.5	0,709	0,278	Valid
X1.6	0,823	0,278	Valid

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 16, 2025

2) Uji Validitas Variabel Lokasi (X₂)

Tabel 4.4
Hasil Uji Validitas Variabel Lokasi

Variabel Lokasi (X2)	r hitung	r tabel	Keterangan
X2.1	0,354	0,278	Valid
X2.2	0,607	0,278	Valid
X2.3	0,764	0,278	Valid
X2.4	0,825	0,278	Valid
X2.5	0,727	0,278	Valid
X2.6	0,770	0,278	Valid
X2.7	0,632	0,278	Valid

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 16, 2025

3) Uji Validitas Variabel Harga (X₃)

Tabel 4.5
Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Variabel Harga (X3)	r hitung	r tabel	Keterangan
X3.1	0,836	0,278	Valid
X3.2	0,870	0,278	Valid
X3.3	0,853	0,278	Valid
X3.4	0,775	0,278	Valid
X3.5	0,878	0,278	Valid

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 16, 2025

4) Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4.6
 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	r hitung	r tabel	Keterangan
Y1	0,783	0,278	Valid
Y2	0,748	0,278	Valid
Y3	0,894	0,278	Valid
Y4	0,858	0,278	Valid

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 16, 2025

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan terhadap keempat variabel penelitian (Kualitas Pelayanan, Lokasi, Harga, dan Kepuasan Pelanggan) menghasilkan nilai nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka dengan ini keempat variabel tersebut valid berdasarkan serangkaian hasil pengujian yang akurat.

b. Uji Reliabilitas

Tabel 4.7
 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X₁, X₂, X₃ dan Y

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X1)	0,821	6	Reliabel
Lokasi (X2)	0,787	7	Reliabel
Harga (X3)	0,896	5	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,837	4	Reliabel

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 16, 2025

Berdasarkan hasil uji reliabilitas terhadap variabel X₁ X₂ X₃ dan Y menggunakan SPSS 16 dapat dilihat bahwa nilai cronbach alpha lebih dari 0,70 dimana dalam ketentuan uji reliabilitas hal tersebut dapat disimpulkan bahwa instrumen dikatakan reliabel.

2. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Heteroskedastisitas

Tabel 4.8
 Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.713	.632		7.461	.065
Kualitas Pelayanan	-.062	.037	-.271	-1.661	.104
Lokasi	.026	.028	.145	.931	.357
Harga	-.145	.035	-.665	-4.109	.171

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 16, 2025

Tabel 4.8 menunjukkan hasil uji heteroskedastisitas menggunakan SPSS 16, di mana semua variabel independen (Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga) memiliki nilai signifikansi di atas 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak mengandung heteroskedastisitas, karena variabel-variabel tersebut bebas dari kesamaan variance residual antar pengamatan.

b. Uji Normalitas

Tabel 4.9
Hasil Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov*
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		50
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.31131125
Most Extreme Differences	Absolute	.379
	Positive	.133
	Negative	-.379
Kolmogorov-Smirnov Z		2.683
Asymp. Sig. (2-tailed)		.065
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 16, 2025

Berdasarkan hasil uji normalitas dengan uji *Kolmogorov Smirnov* dapat diketahui bahwa perolehan nilai dari *Asymp Sig. (2-tailed)* 0,065, dimana dari nilai perolehan tersebut dinyatakan > 0,05 yang berarti data terdistribusi dengan normal.

c. Uji Multikolinearitas

Tabel 4.10
Hasil Uji Multikolinearitas Tolerance dan VIF

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.960	1.358		3.652	.001		
Kualitas Pelayanan	-.003	.080	-.005	-.043	.966	.315	3.171
Lokasi	.142	.061	.272	2.324	.025	.348	2.872
Harga	.412	.076	.663	5.441	.000	.322	3.110

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 16, 2025

Tabel 4.10 menunjukkan hasil uji multikolinearitas, di mana seluruh variabel independen (Kualitas Pelayanan, Lokasi, dan Harga) memiliki nilai Tolerance > 0,100 dan VIF < 10. Berdasarkan ketentuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi bebas dari gejala multikolinearitas.

3. Uji Hipotesis

a. Uji Determinasi (R²)

Tabel 4.11
Hasil Uji Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.883 ^a	.780	.766	.479

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 16, 2025

Berdasarkan tabel 4.19 diketahui bahwa nilai koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) yakni sebesar 0,780. Hasil ini berarti variabel independen Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga dapat menjelaskan sebesar 78% terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan. Sedangkan sisanya sebesar 22% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

b. Uji Parsial (Uji T)

1) Pengaruh X₁ (Kualitas Pelayanan) terhadap Y (Kepuasan pelanggan)

Tabel 4.12

Hasil Uji Pengaruh Parsial X₁ terhadap Y

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.873	1.889		3.108	.003
Kualitas Pelayanan	.471	.065	.724	7.275	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 16, 2025

Hasil uji menunjukkan bahwa nilai signifikansi (Sig t) variabel Kualitas Pelayanan sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05, serta nilai t hitung (7,275) lebih besar dari t tabel

(2,012). Berdasarkan kedua kriteria tersebut, dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Begitupun dengan perhitungan berikutnya dengan berdasarkan pada ketentuan penarikan kesimpulan yang berkenaan ada tidaknya pengaruh yang signifikan antara variabel X terhadap variabel Y.

2) Pengaruh X_2 (Lokasi) terhadap Y (Kepuasan pelanggan)

Tabel 4.13

Hasil Uji Pengaruh Parsial X_2 terhadap Y
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.029	1.614		3.735	.000
	Lokasi	.402	.048	.772	8.420	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 16, 2025

Perolehan nilai Sig t variabel Lokasi yakni $0,000 \leq 0,05$ Sedangkan nilai thitung sebesar $8,420 > t$ tabel 2,012. Indikasi dari perolehan tersebut yakni terdapat pengaruh signifikan antara variabel Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan.

3) Pengaruh X_3 (Harga) terhadap Y (Kepuasan pelanggan)

Tabel 4.14

Hasil Uji Pengaruh Parsial X_3 terhadap Y
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.598	1.087		6.069	.000
	Harga	.539	.045	.866	11.987	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 16, 2025

Hasil pengolahan data di atas, menyajikan nilai Sig t variabel Harga $0,000 \leq 0,05$ Pada nilai thitung sebesar 11,987 tabel 2,012. Kesimpulannya adalah bahwa terdapat pengaruh signifikan antara variabel independen Harga terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan.

c. Uji Simultan (Uji F)

Tabel 4.15

Hasil Uji Pengaruh Simultan (Uji F)
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	37.458	3	12.486	54.481	.000 ^a
	Residual	10.542	46	.229		
	Total	48.000	49			

a. Predictors: (Constant), X_3 , X_2 , X_1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 16, 2025

Pada tabel tersebut telah diperoleh nilai Sig F yakni 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05 atau dapat ditulis $0,000 < 0,5$ kemudian nilai f_{hitung} 54,481 sedangkan nilai f_{tabel} 2,80 jadi dapat ditulis $f_{hitung} > f_{tabel}$. Secara keseluruhan dari hasil tersebut dapat dideduksikan bahwa variabel X_1 X_2 dan X_3 secara serempak berpengaruh terhadap variabel Y.

d. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4.16
 Hasil Uji Pengaruh Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.960	1.358		3.652	.001
X1	.133	.080	.155	2.243	.066
X2	.142	.061	.272	2.324	.025
X3	.412	.076	.663	5.441	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Diolah Menggunakan SPSS 16, 2025

Berdasarkan perolehan hasil uji regresi linear berganda menggunakan SPSS 16 seperti pada tabel 4.16 di atas yakni nilai konstanta (nilai a) sebesar 4.960, nilai b_1X_1 0.133, nilai b_2X_2 yakni 0.142 dan untuk nilai b_3X_3 yakni 0.412.

Sehingga disubstitusikan ke dalam persamaan:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = 4.960 + 0.133 + 0.142 + 0.412 + e$$

- 1) Nilai konstanta Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 4,960 yang menyatakan jika variabel X_1, X_2, X_3 sama dengan nol dalam hal ini variabel Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga, maka Kepuasan Pelanggan sebesar 4,960.
- 2) Koefisien X_1 sebesar 0,133 berarti bahwa setiap terjadi peningkatan pada variabel Kualitas Pelayanan sebesar 1%, maka Kepuasan Pelanggan meningkat sebesar 0,133 atau setara dengan 13%. Maka sebaliknya pula, apabila terjadi penurunan 1% variabel Kualitas Pelayanan maka sekiranya Kepuasan Pelanggan akan menurun 13%.
- 3) Koefisien X_2 yaitu 0,142 ini dapat diartikan bahwa setiap terjadi peningkatan pada variabel Lokasi sebesar 1%, maka persentase Kepuasan Pelanggan meningkat sebesar 14%. Sebaliknya, jika adanya penurunan variabel Lokasi sebesar 1%, maka Kepuasan Pelanggan berkurang 14%.
- 4) Koefisien X_3 dengan nilai 0,412 atau 41% jika persentase variabel Harga meningkat 1%, maka Kepuasan Pelanggan meningkat sebesar 41%, dan apabila terjadi penurunan 1% dari variabel Harga maka dapat dikatakan Kepuasan Pelanggan menurun 41%

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda dan analisis data output SPSS di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Kualiatia Pelayanan, Loaksi, dan Harga berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan.

4. Perspektif Ekonomi Syariah Mengenai Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pratama Laundry Kolaka

Dari penelitian lapangan yang telah dilakukan dengan menggunakan metode wawancara diperoleh hasil dari beberapa narasumber dalam hal perspektif ekonomi syariah mengenai kualitas pelayanan, lokasi dan harga terhadap kepuasan pelanggan di *Pratama Laundry* Kolaka

Menurut Lily Nurhaliza selaku pelanggan pratama laundry kolaka beliau mengatakan: "Pelayanan di *Pratama Laundry* sudah menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam melayani pelanggan dengan tidak membeda-bedakan pelanggan, untuk lokasi laundry ini

sudah baik karena tidak mencemari lingkungan sekitar dan memperhatikan kebersihan dari limbah yang dihasilkan. Sedangkan untuk harga yang ditetapkan sudah transparan dan adil serta tidak mengandung unsur riba". (Lily Nurhaliza, 2025)

Pernyataan yang dikemukakan oleh Lily Nurhaliza sependapat dengan para pelanggan lainnya seperti yang disampaikan juga oleh Saudara Harisa, beliau mengatakan:

"Di *laundry* Pratama menerapkan prinsip-prinsip Islam, tidak ada unsur riba di dalamnya dikarenakan adanya suatu transaksi yang halal karena pelanggan membayar jasa mencuci, menyetrika da sebagainya, tidak ada perbedaan antarpelanggan, *laundry* ini tidak mencemari lingkungan dikarenakan limbah hasil cucian dibuang di drainase yang telah disediakan pemerintah, serta saya merasa puas karena harga yang diberikan secara transparan dan adil". (Harisa, 2025)

Hasil wawancara yang telah dilakukan oleh para Pelanggan Pratama *Laundry* Kolaka mengungkapkan bahwa pelanggan merasa puas dengan jasa *laundry* ini karena tetap memperhatikan kaidah - kaidah Islam baik dari segi kualitas pelayana, lokasi maupun harga yang diberikan.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pratama *Laundry* Kolaka

Hasil dari uji validitas variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari 6 butir pernyataan menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dalam kuesioner terkait dengan variabel kepuasan pelanggan dikatakan valid dengan nilai rhitung masing-masing 0,729 ; 0,747 ; 0,709 ; 0,729 ; 0,709 ; 0,823 dengan nilai rtabel sebesar 0,278 bisa dikatakan valid karena nilai rhitung > rtabel.

Nilai setiap pernyataan dapat memperoleh hasil yang valid dikarenakan sebagian besar hasil kuesioner responden menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas atau setuju dengan adanya fasilitas yang diberikan, tidak membedakan pelanggan, memberikan pelayanan dengan cepat, memberikan informasi dengan jelas, bersikap sopan dan ramah serta pihak Pratama *Laundry* Kolaka menyempatkan waktu bila ada keluhan dari pelanggan.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai cronbachs alpha dari variabel kualitas pelayanan sebesar 0,821. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dikatakan reliabel karena memiliki nilai yang lebih besar dari 0,70. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu (Nurkhovich Amran, 2021) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Implikasi dari teori Tjiptono dalam jurnal Ria Raintung bahwa kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan penyampaiannya setidaknya sama dengan yang diinginkan dan diharapkan oleh konsumen (Ria Raintung, 2021). Pelayanan yang baik meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, Pratama *Laundry* Kolaka perlu meningkatkan kualitas pelayanan dan produknya untuk membangun kepercayaan dan memuaskan konsumen.

2. Pengaruh Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan Pratama *Laundry* Kolaka

Hasil dari uji validitas variabel Lokasi yang terdiri dari 7 butir pernyataan menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam kuesioner terkait dengan variabel kepuasan pelanggan dikatakan valid dengan nilai rhitung masing-masing 0,354 ; 0,607 ; 0,764 ; 0,825 ; 0,727 ; 0,770 ; 0,632 dengan nilai rtabel sebesar 0,278 bisa dikatakan valid karena nilai rhitung > rtabel.

Setiap pernyataan dapat memperoleh hasil yang valid dikarenakan sebagian besar hasil kuesioner responden menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas atau setuju dengan lokasi Pratama *Laundry* Kolaka yang strategis seperti mudah untuk dijangkau, dekat dengan bahan baku, memiliki peluang untuk tenaga kerja, banyak transportasi menuju lokasi

terjangkau dan biayanya terjangkau, serta lingkungan di sekitar Pratama *Laundry* mendukung untuk pendirian usaha.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai cronbachs alpha dari variabel Lokasi sebesar 0,787. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Lokasi dikatakan reliabel karena memiliki nilai yang lebih besar dari 0,70. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Lokasi berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu (Asep Jalaludin Rohali, 2024) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, harga dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Pemilihan lokasi yang tepat penting bagi pengusaha karena mempengaruhi penjualan, keuntungan, dan kelangsungan bisnis. (Sandra Fitriyani, et al., 2021).

Penempatan lokasi usaha di tempat yang strategis juga mempengaruhi perkembangan dan eksistensi usaha kedepannya. Lokasi yang strategis dan sesuai untuk jual beli sangat penting dan utama bagi para pengusaha mikro. Jika salah dalam memilih lokasi dan penempatan, maka usaha akan menjadi sulit untuk berkembang dan kesulitan dalam mendapatkan pelanggan.

3. Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pratama *Laundry* Kolaka

Hasil dari uji validitas variabel Harga yang terdiri dari 5 butir pertanyaan menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan dalam kuesioner terkait dengan variabel kepuasan pelanggan dikatakan valid dengan nilai r hitung masing-masing 0,836 ; 0,870 ; 0,853 ; 0,775 ; 0,878 ; dengan nilai rtabel sebesar 0,274 bisa dikatakan valid karena nilai r hitung > rtabel.

Nilai setiap pernyataan dapat memperoleh hasil yang valid dikarenakan sebagian besar hasil kuesioner responden menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas atau setuju dengan harga jasa Pratama *Laundry* Kolaka yang masih terjangkau sesuai dengan kualitas yang diharapkan pelanggan dibandingkan dengan jasa *laundry* lainnya, informasi tentang harga *laundry* mudah dipahami dan tersedia dengan jelas serta harga yang ditawarkan Pratama *Laundry* Kolaka sesuai dengan daya beli konsumen.

Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai cronbachs alpha dari variabel Harga 0,896. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga dikatakan reliabel karena memiliki nilai yang lebih besar dari 0,70. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai signifikan sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa Harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian terdahulu yaitu (Muhammad Rezaldy Ahmar, 2022) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Menurut Irawan dalam buku Rosnaini Daga berpendapat bahwa salah satu faktor pendorong kepuasan pelanggan yakni harga (Rosnaini Daga, 2017). Implikasi teori dari Kotler & Keller dalam jurnal Arum Wahyuni Purbohastuti mengatakan Harga adalah salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan elemen lain menghasilkan biaya (Arum Wahyuni Purbohastuti, 2021). Harga merupakan elemen pemasaran yang paling mudah disesuaikan dan memiliki peran penting dalam kepuasan pelanggan. Penelitian ini menunjukkan bahwa semakin tinggi harga, semakin rendah keputusan pembelian. Oleh karena itu, Pratama *Laundry* Kolaka perlu menetapkan harga yang bersaing dan terjangkau untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, meskipun keputusan ini mengandung risiko jika tidak diimbangi dengan penjualan yang stabil.

4. Pengaruh Secara Simultan Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga Secara Bersama - Sama Berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan Pratama *Laundry* Kolaka.

Uji pengaruh parsial atau uji F ini merupakan uji yang dilakukan untuk mengetahui adanya pengaruh variabel-variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-

sama. Pada penelitian ini telah dilakukan uji F pada variabel Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Pratama *Laundry* Kolaka. Pada uji ini, juga terdapat ketentuan yang digunakan sebagai dasar penarikan kesimpulan.

Apabila nilai Sig F $\leq 0,05$ maka dinyatakan terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan. Kemudian dapat dilihat dari nilai Fhitung dengan ketentuan apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, yang bermakna variabel-variabel independen dalam penelitian ini berpengaruh secara serempak terhadap variabel dependen. Melalui hasil uji SPSS 16, telah didapatkan nilai nilai Sig F yakni 0,000 dimana lebih kecil dari 0,05 atau dapat ditulis $0,000 \leq 0,05$ dan nilai Fhitung 54,481 sedangkan nilai tabel 2,80 jadi dapat ditulis $F_{hitung} > F_{tabel}$.

Hasil uji koefisien determinasi dengan nilai Adjusted R square adalah 0,766 atau sama dengan 76%. Hal ini berarti bahwa sebesar 76% Kepuasan Pelanggan Pratama *Laundry* Kolaka di pengaruhi variabel independen (Kualitas Pelayanan, Lokasi dan Harga) karena 76% atau 0,766 lebih mendekati angka 1 sebagaimana ketentuan uji determinasi bahwa nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan guna memprediksi variasi variabel dependen. Sedangkan 24% di pengaruhi oleh faktor-faktor lain.

5. Perspektif Ekonomi Syariah mengenai Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Menggunakan Jasa Pratama *Laundry* Kolaka

Hasil dari wawancara beberapa pelanggan Pratama *Laundry* Kolaka dalam hal perspektif ekonomi syariah mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bahwasanya pelayanan yang diberikan karyawan pratama laundry kepada pelanggan bersikap jujur, amanah dan tidak membedakan pelanggan menengah ke atas maupun ke bawah serta tentunya menerapkan prinsip-prinsip syariah. Penerapan prinsip syariah dapat meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan prinsip pelayanan dalam Islam yaitu *Shiddiq* (jujur atau benar), *Amanah* (dapat dipercaya), *fathanah* (cerdas), *tabliq* (mampu berkomunikasi dengan baik) dan juga ihsan (perbuatan baik).

Kejujuran dalam Islam mencakup berbagai aspek kehidupan, mulai dari hubungan sosial hingga transaksi bisnis. Dalam bermuamalah, misalnya, seorang muslim diwajibkan untuk jujur dalam berdagang. Rasulullah SAW bersabda: "Penjual dan pembeli memiliki kebebasan memilih selama mereka belum berpisah. Jika mereka jujur dan menjelaskan (kondisi barang), maka mereka akan diberkahi dalam jual beli mereka. Namun, jika mereka berdusta atau menyembunyikan (cacat barang), maka keberkahan jual beli mereka akan dihapus." (HR. Bukhari dan Muslim) (Muhammad Zein Damanik, 2024).

Hadis ini menegaskan bahwa kejujuran tidak hanya mendatangkan keberkahan, tetapi juga menjaga integritas seseorang dalam hubungan profesional. Ketika seseorang bertransaksi dengan jujur, ia tidak hanya menjaga amanah, tetapi juga membantu menciptakan keadilan dan kepercayaan dalam masyarakat.

Hasil dari wawancara beberapa pelanggan Pratama *Laundry* Kolaka dalam hal perspektif ekonomi syariah mengenai lokasi terhadap kepuasan pelanggan bahwasanya menurut para pelanggan, lokasi *laundry* ini sudah sangat strategis dan menjaga kebersihan sekitar, tidak mencemari lingkungan serta limbah yang di hasilkan dari proses *laundry* tidak mengganggu masyarakat sebagaimana indikator lokasi usaha dalam Islam yaitu harus memperhatikan pengelolaan limbah usaha, efisiensi energi dan air, dukungan terhadap perekonomian lokal dan juga memperhatikan kesehatan dan kebersihan. Seperti dalam hadis riwayat Muslim dalam jurnal (Anita Agustina, 2021): "Kebersihan adalah sebagian iman" (HR. Muslim). Maksud dari hadis tersebut bahwa kebersihan merupakan salah satu aspek penting dari iman dan merupakan bagian dari ajaran islam. Kebersihan itu sendiri meliputi kebersihan fisik, spiritual maupun kebersihan lingkungan sekitar. Lingkungan harus dijaga dan dilestarikan karena merupakan hak, kewajiban, dan bagian dari etika masyarakat. Berakhlak baik terhadap lingkungan adalah wujud nyata dari etika. (Afianda Ghinaya Aulia, 2021).

Kebersihan lingkungan sangatlah penting bagi kehidupan sehari-hari. Menjaga kebersihan merupakan tanggung jawab umat manusia sebagai makhluk hidup. Anjuran hadis untuk menjaga kebersihan dan kesehatan lingkungan tidak hanya terkait pada etika tetapi juga bernilai ibadah. Sehingga dengan mengamalkan hadis tersebut dapat terwujudnya lingkungan yang bersih dan sehat.

Hasil dari wawancara beberapa pelanggan Pratama Laundry Kolaka dalam hal perspektif ekonomi syariah mengenai harga terhadap kepuasan pelanggan bahwasanya menurut para pelanggan harga jasa laundry ini tidak memiliki unsur riba dan juga harga sudah tertera berdasarkan jenis pakaian yang akan dicuci, harga yang diberikan pelanggan dilakukan secara adil dan transparan berdasarkan struk yang telah diperlihatkan, sebagaimana dalam indikator harga menurut Islam bahwasanya harus mengutamakan keadilan dan tidak mengandung riba. Hadis yang menjelaskan tentang riba yaitu dalam jurnal (Hamdiah Latif, 2020): "Dari Jabir berkata bahwa Rasulullah Saw. melaknat pemakan riba, pemberi makan riba, penulisnya, dan dua orang saksinya. Beliau bersabda: "Mereka itu sama." (H.R. Muslim)".

Hadis di atas menjelaskan bahwa larangan berlaku riba baik dari orang yang menerima, memberi hingga saksinya, apapun yang berkaitan dengan riba sesungguhnya dalam Islam tidak diperbolehkan.

SIMPULAN

Berdasarkan hasil pengolahan data, penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan, lokasi, dan harga terhadap kepuasan pelanggan Pratama Laundry Kolaka dari perspektif ekonomi syariah menyimpulkan hal-hal berikut:

1. Terdapat pengaruh antara variabel X_1 (Kualitas Pelayanan) terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) hal ini berdasar pada pengolahan data pada SPSS 16 menghasilkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $7,275 > 2,012$ dan nilai Sig t yakni $0,000 \leq 0,05$.
2. Terdapat pengaruh variabel X_2 (Lokasi) terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) dari hasil olah data diperoleh nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $8,420 > 2,012$ dan nilai Sig t $0,000 \leq 0,05$.
3. Terdapat pengaruh variabel X_3 (Harga) terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) berdasar pada output SPSS 16 didapatkan nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yakni $11,987 > 2,012$ dan nilai Sig t $0,000 \leq 0,05$.
4. Terdapat pengaruh variabel X_1 (Kualitas Pelayanan), X_2 (Lokasi) dan X_3 (Harga) terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) dengan hasil nilai $f_{hitung} > f_{tabel}$ yaitu $54,481 > 2,80$ dan nilai Sig f $\leq 0,05$ yaitu $0,000 \leq 0,05$.
5. Perspektif ekonomi syariah mengenai Pelayanan Pratama Laundry Kolaka telah menerapkan prinsip ekonomi syariah seperti kejujuran, kepercayaan, kecerdasan, komunikasi yang baik, dan kebaikan, sehingga memuaskan pelanggan. Lokasi usaha yang strategis juga sesuai dengan prinsip syariah, menjaga kebersihan dan lingkungan. Harga jasa laundry diberikan secara adil, transparan, dan bebas riba. Dengan demikian, layanan Pratama Laundry sudah sesuai dengan prinsip ekonomi syariah dan mampu memenuhi kepuasan pelanggan.

Referensi :

- Agustina, Anita. 2021. "Perspektif Hadis Nabi Saw Mengenai Kebersihan Lingkungan" *Jurnal Penelitian Ilmu Ushuluddin*, Vol. 1, No. 2
- Ahmar, Muh. Rezaldy. 2022. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sawerigading Laundry Kota Palopo". Palopo: IAIN Palopo. Skripsi. Tidak dipublikasikan.
- Amran, Nurkhovivah. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Rofina Laundry di Kecamatan Sinjai Utara", Skripsi, (Sinjai: Institut Agama Islam (IAI) Muhammadiyah Sinjai.

- Aulia, Afianda Ghinaya. 2021. "Kebersihan dan Kesehatan Lingkungan menurut Hadis", *Jurnal Riset Agama*, Vol. 1, Nomor. 1
- Daga, Rosnaini. 2017. *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*, Cet I ; Makassar: Global Research Consulting Institute.
- Damanik, Muhammad Zein. 2024. "Dalil Jujur Dalam Perkataan Dan Perbuatan" *At-Tarbiyah: Jurnal Penelitian dan Pendidikan Agama Islam*, Vol. 2 Nomor. 1.
- Fitriyani, Sandra, dkk. 2021. "Pemilihan Lokasi Usaha dan Pengaruhnya terhadap Keberhasilan Usaha Jasa Berskala Mikro dan Kecil", *Journal Management Insight*, Vol.13, Nomor 1.
- Indrasari, Meithiana.2019. *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*, Cet I;Surabaya: Unitomo Press
- Kaligis, Jenny Nancy. 2023. *Peluang Usaha Laundry dan Strategi Pemasarannya* Cet I; Cirebon: PT Arr Rad Pratama.
- Lestari, Ratna Puji. 2023. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi, terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan Barokah Laundry", Kediri: Universitas Nusantara PGRI Kediri. Skripsi. Tidak dipublikasikan.
- Luthfi, Ahmad dkk. 2022. *Metode penelitian Ekonomi*, Cet I;Solok: PT. Insan Cendekia Mandiri.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. 2021. "Efektivitas Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian Konsumen Indomaret", *Jurnal Sains Manajemen*, Vol. 7 Nomor 1
- Raintung, Ria, dkk. 2021. "Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Glad Beauty Care Manado" *Jurnal Productivity*, Vol. 2, Nomor. 2.
- Razali, Geofakta dkk. 2020. *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi*. Cet I; Bandung: Media Sains Indonesia.
- Rohali, Asep Jalaludin. 2024. "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Pelanggan di Coffee Shop Suaco Malang", Skripsi, (Malang: Universitas Islam Negeri (Uin) Maulana Malik Ibrahim
- Safir, Sheila Dzikrina. dkk. 2024. "Perbandingan Metode *Support Vector Machine* dan *Long Short Term Memory* dalam Prediksi Pendapatan Usaha Laundry (Studi Kasus BLA Laundry, Mustika Jaya, Bekasi)", *Jurnal Seminar Nasional Rekayasa, Sains dan Teknologi*, Vol.IV. Nomor 1.