

ABSTRAK

Persaingan merupakan hal yang biasa terjadi di dalam persaingan bisnis, karena bisnis dapat diartikan sebagai sebuah kompetisi untuk mendapatkan keuntungan, maka dari itu setiap pembisnis, diharapkan memiliki strategi untuk dapat memenangkan persaingan yang terjadi di dalam pasar. Strategi peningkatan bisnis laundry seperti memberikan promosi melalui media sosial untuk menarik perhatian para calon pelanggan. Tentu saja strategi yang diterapkan semakin banyak dan pasti dapat memberikan peluang bagi pemilik laundry dalam memenangkan persaingan bisnis laundry.

Loyalitas pelanggan merupakan bentuk komitmen pelanggan bertahan secara terus-menerus untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang produk/jasa yang dipilih secara konsisten dimasa yang akan datang, meskipun pengaruh situasi dan usaha-usaha pemasaran mempunyai potensi untuk menyebabkan perubahan perilaku pelanggan. Loyalitas pelanggan memiliki peran penting dalam sebuah perusahaan, yaitu mempertahankan mereka berarti meningkatkan kinerja keuangan dan mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan.

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Teknik yang digunakan adalah *nonprobability sampling*. Teknik yang diambil dari *nonprobability sampling* adalah teknik *purposive sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dengan pemikiran tertentu. Peneliti memakai teknik *purposive sampling* karena kriteria yang dipilih penulis tidak semuanya terdapat pada sampel pilihan. Kriteria pengambilan sampel pada penelitian ini adalah pelanggan Laundry Express. Analisis data dengan menggunakan pendekatan Net Promoter Score (NPS), NPS sendiri yaitu metode pengukuran loyalitas pelanggan yang dikembangkan oleh Fred Reichheld. Dengan kategori sangat loyal ditunjukkan dengan nilai $NPS < 0$.

Kata Kunci : Loyalitas Pelanggan, NPS, Laundry Express