
**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN LAUNDRY AF SAWANGAN DEPOK**

Suryanah¹, Amirudin²

Universitas Pamulang Tangerang Selatan
sakinahsalwa14@gmail.com, dosen02271@unpam.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Laundry AF Sawangan, baik secara parsial maupun simultan. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode survei. Data primer diperoleh melalui penyebaran kuesioner kepada 100 responden yang merupakan pelanggan Laundry AF Sawangan. Teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda dengan bantuan SPSS, meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji t (parsial), uji F (simultan), dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, demikian pula kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Secara simultan, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Laundry AF Sawangan. Nilai koefisien determinasi (Adjusted R^2) menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan secara substansial, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas produk berupa hasil cucian yang bersih, wangi, dan rapi, serta kualitas pelayanan yang ramah, tepat waktu, dan informatif, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Laundry AF Sawangan.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan Laundry AF Sawangan

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction at AF Sawangan Laundry, both partially and simultaneously. The research method used was quantitative, using a survey method. Primamary data were obtained by distributing questionnaires to 100 respondents, who were AF Sawangan Laundry customers. Data analysi techniques used were multiple linear regression with SPSS, including validity testr, classical assumption tests, partial t-tests, simultaneoues F – tests and the coefficient of determinatioan (R^2) The resukt indicate that product quality partially has a positive and significant effect on customer satisfaction, and service quality also has a positive and significant effect on customer satisfaction. Simultaneously, product quality and service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction at AF Sawangan Laundry. The coefficient of determination (Adjusted R^2) indicates that product quality and service quality can explain subtantial variantion in customer satisfaction, while thr remaining is influenced that improving product quality, such as clean, fragrant, and neat laundry, as well as friendly, timely, and informative service, can increase customer satisfaction at AF Sawangan Laundry.

Keywords: Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction Laundry AF Sawangan.

PENDAHULUAN

Hal ini diikuti dengan pesatnya perkembangan penyediaan jasa cucian laundry kiloan, keberadaan jasa laundry kiloan tersebut, mampu menunjang kebutuhan para pelanggan untuk mencuci pakaiannya, usaha laundry semakin tumbuh dan menjamur di berbagai lokasi mulai dari tempat terpencil sampai tempat keramaian, cuci laundry ini sudah menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat saat sekarang ini yang ingin serba praktis, karena tuntutan kesibukan para ibu rumah tangga, pegawai swasta dan pegawai negeri.

Dari pernyataan diatas berikut pertimbangan akan minat beli akan mempengaruhi penjualan, sehingga dari beberapa tahun ini jasa laundry masih belum mencapai target. Berikut ini adalah Tabel data jasa Laundry AF Sawangan Baru Depok.

Tabel 1.1. Jumlah Pengunjung pada Jasa Laundry AF Tahun 2021 Sampai 2023

Tahun	Jumlah Pengunjung
2021	4.251
2022	3.922
2023	2.568

Sumber : Tabel 1.1 Laundry AF Sawangan

Berdasarkan tabel 1.1 diatas dapat dilihat bahwa realisasi data Jumlah Konsumen Laundry AF Sawangan mengalami penurunan. Dimana pada tahun 2021 jumlah konsumen 4.251, kemudian pada tahun 2022 mengalami penurunan 3.922, kemudian pada tahun 2023 jasa Laundry kembali menurun menjadi 2.568.

Laundry AF Sawangan Depok memiliki anggota karyawan sebanyak 3 Orang. Dimana anggota inti 2 orang anggota keluarga yang bersama-sama berusaha mencapai tujuan perusahaan dan 1 orang merupakan karyawan tetap dengan masa operasionalnya 6 jam perhari. Gaji yang dikenakan adalah 1.500.000/bulan dikali 1 karyawan tetap. Sedangkan 2 karyawan yang merupakan anggota keluarga tidak mendapatkan gaji tetap melainkan bersama-sama mengelolah realisasi yang didapatkan untu kelangsungan toko Laundry AF Sawangan kedepannya.

Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa setiap tahunnya tingkat jasa pencucian sangat rendah ketika disaring data dari pelanggan yang survey dan berminat, Sehingga mempengaruhi kepuasan pelanggan untuk berkunjung. Permasalahan konsumen untuk dalam kepuasan pelanggan menyalurkan jasa laundry pada umumnya terjadi akibat adanya permasalahan pada kualitas pelayanan dan kualitas produk dengan layanan cuci setrika pada jasa Laundry AF Sawangan Depok.

Selanjutnya hal yang dapat membangkitkan kepuasan pelanggan adalah kualitas produk. Menurut Kotler & Keller (2022:71) dalam jurnal Aprilia, C. R. (2022) Kualitas Produk adalah kemampuan untuk melaksanakan fungsinya termasuk di dalamnya ke awetan, keandalan, ketetapan, kemudahan dipergunakan dan diperbaiki serta atribut bernilai lainnya.

Untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan memerlukan standarisasi kualitas. Hal ini dimaksudkan untuk memastikan bahwa produk yang dihasilkan memenuhi standar yang diatur sedemikian rupa agar pelanggan tidak kehillangan

kepercayaan untuk produk yang dimaksud. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas pada hakikatnya adalah kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya dengan segala spesifikasinya sehingga bisa menarik pelanggan untuk membeli produk tersebut dapat menyebabkan kepuasan menarik pelanggan untuk melakukan jasa laundry tersebut atau melebihi harapan untuk pelanggan yang menikmati hasilnya.

Berikut kualitas produk yang ditawarkan Laundry AF Sawangan Depok pada Tabel dibawah ini.

Tabel 1.2. Spesifikasi Produk pada Jasa Laundry AF Sawangan Depok

Nama Produk dan Perlengkapan	Spesifikasi Produk
Mesin Cuci	Kapasitas 20kg
Mesin cuci	Kapasitas 10,5kg
Mesin Pengering	Kapasitas 10kg
Mesin pengering	Kapasitas 15kg
Dry hilux	Kapasitas 12kg
Boiler Sinatex	Kapasitas 15kg
Pewangi	10 Liter
Deterjen	15liter
Parfum	15liter
Keranjang	7
Tabung gas	3

Tabel 1.2 Laundry AF sawangan

Kualitas produk pada pelayanan Laundry AF Sawangan dapat dilihat dari tabel dibawah ini.

Tabel 1.3

Tabel Produk Layanan pada Laundry AF Sawangan

Nama Layanan	Spesifikasi Produk	Harga
Laundry Reguler	Laundry satuan	8000/kg
Layanan Antar Jemput	Sicepat	6.000/kg
Laundry Sameday	Pengiriman dan penjemputan kurang dari 24 jam	12.000/kg
Jasa Menyetrika	Menggunakan Parfum pilihan /special	5.000/kg
Laundry Sepatu dan Tas		24.000
Laundry Jas		22.000
Laundry Dress		25.000
Laundry Karpét	Sat set kilat dalam 6 jam	55.000
Laundry Kasur lipat	Sat set kilat dalam waktu 6 jam	30.000

Salah satu hal yang dapat dilakukan untuk membangkitkan kepuasan pelanggan adalah dengan adanya kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan sangat penting dan harus diperhatikan oleh pengelola bisnis online karena kualitas pelayanan melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki oleh perusahaan. Kualitas pelayanan dapat diwujudkan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan kinerjanya agar sesuai dengan harapan pelanggan, hal ini bertujuan agar pelanggan dapat dipertahankan bahkan diharapkan jumlahnya dapat lebih meningkat.

Menurut Arianto (2021:83) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Dengan adanya kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik mampu bersaing (kompetitif), tentunya juga akan mempengaruhi rasa kepercayaan pelanggan.

Laundry AF Sawangan Depok yang notabene pemasaran dalam jasa-jasa di daerah Sawangan Depok, namun ketika menyangkut layanan, persaingan antar produsen semakin meningkat. Untuk mengatasi persaingan tersebut, beberapa upaya telah dilakukan untuk mengakuisisi pelanggan setia, seperti melalui cara pelayanan dengan kata-kata yang santun lemah dan lembut serta memberikan hadiah atau diskon promosi dengan memanjakan pelanggan Laundry AF Sawangan Depok. selalu mudah diingat dan dicari pelanggan setianya karena kesan pertama dari pelayanan tersebut, yang termasuk dengan pelanggan setia disini adalah pelanggan yang sudah tertarik dengan jasa Laundry AF Sawangan Depok., mereka akan berbagi informasi dengan keluarga, kerabat maupun saudara serta teman-teman untuk datang ke jasa Laundry AF Sawangan Depok.

Laundry AF Sawangan Depok selalu berusaha meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggannya agar puas dengan pelayanan yang diberikan, namun masih ada saja keluhan yang muncul dari pelanggan. Berikut disajikan pada tabel 1.4 dan grafik yang merupakan data jumlah keluhan pelanggan terhadap kualitas pelayanan Laundry AF Sawangan Depok.

Tabel 1.4
Data Keluhan Pelanggan Laundry AF Sawangan Depok.

Indikator	Keluhan	Tahun		
		2021	2022	2023
Sistem pengiriman	Proses pengiriman melebihi estimasi yang telah ditentukan	15	18	27
	Barang kurang rapih dan wangi	32	37	40
	Pakaian kurang bersih	12	21	34
Pelayanan	Slow respon dalam membalas pesan customer	23	27	38
Jumlah		82	103	109

Sumber : Laundry AF Sawangan (2023)

Grafik 1.1. Data Keluhan Pelanggan Laundry AF Sawangan Depok.



Berdasarkan tabel 1.4 dan grafik diatas menunjukkan jumlah keluhan pelanggan selama periode 2021-2023 mengalami peningkatan dimana pada tahun 2021 jumlah keluhan pelanggan sebanyak 82 orang, kemudian pada tahun 2022 jumlah keluhan pelanggan sebanyak 103 orang. Pada tahun 2023 keluhan pelanggan kembali peningkatan menjadi 109 orang. Keluhan pelanggan tersebut mengindikasikan bahwa pelanggan mengalami ketidak nyamanan dan rendahnya tingkat kepuasan pelanggan saat belanja. Hal ini akan menjadi masalah bagi perusahaan apabila mendapatkan penilaian buruk dimata pelanggan dan nilai yang kurang baik yang disampaikan pada masyarakat sekitar, yang menyebabkan pelanggan lain kehilangan kepercayaan dan mengurungkan niat untuk melakukan pembelian pada jasa laundry. Maka dari itu perusahaan Laundry AF Sawangan Depok diharapkan memperhatikan dan meningkatkan kualitas pelayanan untuk menciptakan kepuasan pelanggan yang dapat memicu keinginan untuk melakukan pembelian ulang.

METODE

Penelitian kuantitatif asosiatif yaitu jenis penelitian yang menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih dan pengujian hipotesis (Indrianto dan Soepomo, 2020:26)

HASIL PENELITIAN

1. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis ini digunakan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Produk (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di Laundry AF Sawangan Depok baik secara parsial maupun secara simultan. Dari data penelitian ini, hasil uji koefisien regresi berganda dapat dilihat dibawah ini:

Tabel 4.10 Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	27.581	9.823		2.808	.006		
	Kualitas Produk	.222	.111	.193	2.001	.048	.980	1.020
	Kualitas Pelayanan	.292	.114	.247	2.557	.012	.980	1.020

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Data diolah SPSS 25 (2024)

Dari hasil data diatas, diperoleh persamaan regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = 27.581 + 0.222X_1 + 0.292X_2$$

$$Y = 27.581 + 0.222 + 0.292$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut maka dapat dijabarkan sebagai berikut:

- Nilai konstanta sebesar yang artinya jika Kualitas Produk (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2), nilainya sebesar 0, maka Kepuasan Pelanggan sebesar 27.581.
- Koefisien regresi variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 0,222, yang artinya jika Kualitas Produk semakin baik maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan.
- Koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X2) sebesar 0,292, yang artinya jika Kualitas Pelayanan semakin baik maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan.

2. Analisis Koefisien Determinasi

Analisis koefisien determinasi menurut Ghazali (2016:95), koefisien determinasi (R²) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R² yang kecil berarti kemampuan variabel- variabel dependen amat terbatas. Namun dalam penelitian ini, peneliti akan mengambil nilai R² yang dimasukkan ke dalam model. Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui sebesar mana hubungan antara Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Tabel 4.11 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.334 ^a	.112	.094	6.119	1.897
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk					
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan					

Sumber: Data diolah SPSS 25 (2024)

Dari tabel 4.11 dapat dilihat bahwa nilai *R Square* adalah 0,112 dan nilai *Adjusted R Square* adalah 0,094. *R Square* disebut juga dengan koefisien determinasi sementara *Adjusted R Square* yang telah disesuaikan dengan banyaknya variabel dalam model

Karena variabel bebas ada dua (Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan) maka disarankan menggunakan *R Square* sehingga dalam hal ini berarti 0,112 atau sebesar 11,2% menunjukkan persentase sumbangan pengaruh variabel independen (Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan) terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelanggan). Sedangkan sisanya sebesar 88,8% ($100\% - 11,2\% = 88,8\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

1.1.1 Uji Hipotesis

1. Uji Hswipotesis Secara Parsial (Uji t)

Uji parsial (uji t) digunakan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen Ghazali (2018:179). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen Kualitas Produk (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Sedangkan berdasarkan nilai signifikansi adalah sebagai berikut :

- Apabila nilai signifikan $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, maka variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- Apabila nilai signifikan $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak, maka variabel independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 4.12 Hasil Uji t

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	27.581	9.823		2.808	.006		
	Kualitas Produk	.222	.111	.193	2.001	.048	.980	1.020
	Kualitas Pelayanan	.292	.114	.247	2.557	.012	.980	1.020

a. independent Variable : Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah SPSS 25 (2024)

Untuk menentukan t_{tabel} dapat dilihat pada t_{tabel} signifikansi yaitu $df = n - k - 1$ atau $100 - 2 - 1 = 97$, maka nilai $t_{tabel} = 1,966$. Dari tabel 4.12 dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Variabel Kualitas Produk (X1) memiliki nilai $t_{hitung} 2,001 > t_{tabel} 1,966$ dengan signifikans $0,048 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, yang dimana Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

- b) Variabel Kualitas Pelayanan (X2) memiliki nilai $t_{hitung} 2,557 > t_{tabel} 1,966$ dengan signifikansi $0,012 < 0,05$, sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima, yang dimana Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Uji f (Uji Simultan)

Pengaruh secara bersama-sama digunakan untuk mengetahui variabel independen (Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan) secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel dependen (Kepuasan Pelanggan). Hasil uji f dapat dilihat sebagai berikut:

Tabel 4.13 Hasil Uji f (Uji Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	457.223	2	228.612	6.106	.003 ^b
	Residual	3631.527	97	37.438		
	Total	4088.750	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk						

Sumber: Data diolah SPSS 25 (2024)

Untuk menentukan f_{tabel} pada signifikansi 0,05 atau 5% yaitu $df1 = (\text{jumlah variabel} - 1)$ atau $3 - 1 = 2$ dan $df2 = n - k - 1$ atau $100 - 2 - 1 = 97$, maka nilai f_{tabel} 3,090.

Dari tabel 4.13 diatas hasil uji f $6,106 > 3,090$ dengan signifikansi $0,003 > 0,05$, sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, yang dimana variabel Kualitas Produk (X1), dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

PEMBAHASAN

1.1.2 Pengaruh Kualitas Produk (X1) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan diatas bahwa hasil penelitian kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $2,001 > 1,966$ dengan nilai signifikan sebesar $0,048 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak H_a diterima.

Dari data pada variabel kualitas produk diperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,39 yang berarti konsumen setuju atas pernyataan no 1 "produk yang digunakan dalam mencuci pakaian memiliki kualitas yang baik". Sedangkan untuk skor nilai rata-rata terendah sebesar 3,96 dengan indikator segi manfaat produk yang terdapat pada instrumen pernyataan no 7 "produk yang digunakan memiliki manfaat untuk para konsumen yang sesuai dengan harapan konsumen" maka Laundry AF Sawangan Depok harus lebih lagi dalam hal meningkatkan kualitas produk dengan cara meningkatkan dan memberikan kualitas yang baik di tempat laundry, memberikan kualitas yang terbaik akan meningkatkan kepuasan pelanggan untuk selalu menggunakan jasa Laundry AF Sawangan Depok.

Hal ini diperkuat dengan penelitian terdahulu dari Ali Mubarak (2018) Jurnal Pemasaran Kompetitif Manajemen Pemasaran ISSN No. (PRINT) 2598 - 0823, (ONLINE) 2598-2893.

1.1.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan hasil perhitungan diatas bahwa hasil penelitian kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai $2,557 > 1,966$ dengan nilai signifikan sebesar $0,012 < 0,05$ yang berarti H_0 ditolak H_a diterima. Dari data pada variabel kualitas produk diperoleh nilai rata-rata tertinggi sebesar 4,63 yang berarti konsumen setuju atas pernyataan no 2 “Laundry AF dapat memberikan solusi yang tepat atas keluhan dari pelanggan”. Sedangkan untuk skor nilai rata-rata terendah sebesar 3,94 dengan indikator pelayanan yang terdapat pada instrumen pernyataan no 17 “menyediakan ruang tunggu untuk pelanggan” maka dari Laundry AF Sawangan Depok harus lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan melakukan inovasi dengan cara memperbaiki tempat Laundry, dengan melakukan perbaikan akan meningkatkan penjualan laundry.

Hal ini diperkuat dengan penelitian terdahulu dari Ni Made Arie Sulistyawati dan Ni Ketut Seminari (2015) –Jurnal Manajemen Unud, Vol 4, No. 8, 2015 ISSN : 2318-2332.

1.1.4 Pengaruh Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Hasil uji f yang dihasilkan pada penelitian ini menunjukkan bahwa secara simultan terhadap pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Laundry AF Sawangan Depok dengan nilai $6,106 > 3,090$ dan nilai signifikansi sebesar $0,003 > 0,05$, yang berarti H_0 diterima dan H_a ditolak.

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa apabila kualitas produk sudah memenuhi kepuasan pelanggan dan kualitas produk yang diberikan sudah sesuai maka konsumen akan merasa puas. Disertai kualitas pelayanan yang dilakukan sudah memenuhi harapan dari konsumen, maka akan meningkatkan kepuasan dari pelanggan untuk menggunakan jasa Laundry AF Sawangan Depok. Hal ini diperkuat dengan penelitian terdahulu dari Rosa Lesmana Ratnasari (2019).

KESIMPULAN

1. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Laundry AF di Sawangan Depok.
2. Kualitas Produk berpengaruh positif dan simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Laundry AF di Sawangan Depok.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Laundry AF di Sawangan Depok.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrian Payne. 2013. *The Essence of Service Marketing Pemasaran Jasa*. Prentice Hall.
- Essence Afifi F. F dan Widodo A (2021) *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Restoran Aroma Kitchen Kota Padang*. *Journal of Economics and Business*, 5(2).
- Almassawa dan Fahlevi S (2018) *Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Implikasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan*. *Jurnal Kreatif: Pemasaran, Sumberdaya Manusia*, 6(3).

- Arianto N (2018) *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pengunjung Dalam Menggunakan Jasa Hotel Rizen Kedaton Bogor*. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 1(2).
- Bitner (2016) *Prosedur Pelaksanaan Pelayanan dalam Menangani Keluhan Bagian Nasabah Customer Service pada Pt.Bank Syariah Indonesia Kantor Cabang Pembantu Medan Petisah*” *Repositori Institusi Universitas Sumatera Utara*”.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. (2019). *service quality & customer satisfaction (f. tjiptono (ed.); 5th ed.)*. cv. andi offset.
- Fisti ayu f. (2021) *Pengaruh Harga, Variasi Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Kosumen Jasa Event Wedding Organizer (Studi Kasus Pada Graha Hartika Wedding & Convention Hall Bekasi)*. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia Jakarta*, 4(1).
- Pugu, M. R., Riyanto, S., & Haryadi, R. N. (2024). *Metodologi Penelitian; Konsep, Strategi, dan Aplikasi*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.