



## **MEMBANGUN KEPUASAN KONSUMEN MELALUI KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK PADA USAHA KONVEKSI ALFIRA DI BOGOR**

**Kasmad<sup>1</sup>, Sri Fauziah<sup>2</sup>**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Pamulang  
Corresponding author: dosen00559@unpam.ac.id

### **ABSTRACT**

**Purpose.** This study aims to determine the effect of service quality and product quality on consumer satisfaction at Alfira Convection Business in Bogor.

**Methods.** The research method used is the Quantitative Associative method. The population in this study is Alfira Convection consumers in 2021 as many as 255 people. The sampling technique used the Simple random sampling technique using the slovin formula which resulted in a sample of 72 people as respondents. Observation data collection methods and questionnaires. Data analysis methods used validity test, reliability test, simple and multiple linear regression test, correlation coefficient test (R), determination test (R Square), and hypothesis testing (F test and t test).

**Findings.** Service quality partially has a significant effect on consumer satisfaction with the regression equation  $Y = 3.401 + 0.626X_1$  and the influence contribution is 69.2%, the hypothesis test is obtained  $t_{count} > t_{table}$  or  $(6.313 > 1.995)$ . Product quality partially has a significant effect on consumer satisfaction with the regression equation  $Y = 3.623 + 0.409X_2$  and an influence contribution of 57.1%, hypothesis testing obtained  $t_{count} > t_{table}$  or  $(3.010 > 1.995)$ . Service Quality and Product Quality simultaneously have a significant effect on Consumer Satisfaction with the regression equation  $Y = 1.145 + 0.460X_1 + 0.158X_2$  and an influence contribution of 72.8%, hypothesis testing obtained  $F_{count} > F_{table}$  or  $(92.251 > 3.130)$ .

**Implication.** To maintain consumer satisfaction at the Alfira Convection Business in Bogor, it is necessary to make efforts to make improvements to increase consumer satisfaction in the variable product quality and service quality. With efforts to increase consumer satisfaction, it is expected that consumer satisfaction will increase.

**Keywords.** Service quality; Product quality; Consumer Satisfaction.

### **ABSTRAK**

**Tujuan.** Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Konveksi Alfira di Bogor.

**Metode.** Metode penelitian yang digunakan adalah metode Asosiatif Kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini konsumen Konveksi Alfira pada tahun 2021 sebanyak 255 orang. Teknik sampling menggunakan teknik *Simple random sampling* dengan menggunakan rumus slovin yang menghasilkan sampel berjumlah 72 orang sebagai responden. Metode pengumpulan data observasi dan kuesioner. Metode analisis data yang digunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji regresi linier sederhana dan ganda, uji koefisien korelasi (R), uji determinasi (R Square), dan uji hipotesis (uji F dan uji t).

**Hasil.** Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi  $Y=3,401+0,626X_1$  dan kontribusi pengaruh sebesar

69,2%, uji hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(6,313 > 1,995)$ . Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi  $Y=3,623+0,409X_2$  dan kontribusi pengaruh sebesar 57,1%, uji hipotesis diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(3,010 > 1,995)$ . Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara simultan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen dengan persamaan regresi  $Y = 1.145 + 0,460X_1 + 0,158X_2$  dan kontribusi pengaruh sebesar 72,8%, uji hipotesis diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $(92,251 > 3,130)$ .

**Implikasi.** Untuk mempertahankan kepuasan konsumen pada Usaha Konveksi Alfira di Bogor perlu adanya usaha mengadakan perbaikan meningkatkan kepuasan konsumen pada variabel Kualitas produk dan kualitas Pelayanan. Dengan upaya meningkatkan kepuasan konsumen diharapkan kepuasan konsumen akan semakin meningkat.

**Kata Kunci.** Kualitas Pelayanan; Kualitas Produk; Kepuasan Konsumen.

## 1. Pendahuluan

Di era globalisasi pada saat ini, banyak mengalami perubahan dan kemajuan didalam dunia bisnis yang semakin modern. Berkembangnya perusahaan pada sebuah industri tidak dapat dipungkiri, dengan meningkatnya teknologi yang dapat membuat efisiensi proses produksi, sehingga memudahkan produsen dalam membuat sebuah produk. Perkembangan yang terjadi merupakan salah satu dari dampak adanya perkembangan teknologi seperti dalam bidang tekstil. Dampak dari kemudahan tersebut terciptalah peluang bisnis diantaranya Bisnis Industri Tekstil yang mana dahulu harus memiliki mesin dan tempat yang cukup luas untuk membuat sebuah pabrik tekstil, berbeda halnya dengan saat ini. Banyak perusahaan UMKM (Usaha Mikro, Kecil dan Menengah) yang mendirikan pabrik tekstil dengan skala kecil, sedang maupun menengah. Hal ini membuat banyak perusahaan yang membangun perusahaan konveksi pakaian karena menjadi salah satu peluang usaha yang sangat menjanjikan salah satunya yaitu Usaha Konveksi Alfira yang beralamat di Perum Pesona Palad Blok.A 34 rt/rw 03/12 kelurahan. Cikahuripan kecamatan. Klapanunggal kabupaten. Bogor yang bergerak dalam memproduksi pakaian seperti Pakaian dinas, Gamis, Jilbab, Kurta, Mukena, *Home Dress*, Tunik dan Pakaian Muslim lainnya.

Seiring perkembangan zaman yang mana dunia *Fashion* semakin pesat. Sehingga persaingan ini mengharuskan para pelaku bisnis untuk memperhatikan keinginan konsumen yang cepat berubah. Dalam perspektifnya, konsumen cenderung memperhatikan nilai-nilai kepuasan yang dirasakannya. Sebagai konsekuensinya setiap usaha penyedia layanan jasa juga perlu memperhatikan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk yang diberikan sehingga mampu memenuhi tuntutan konsumen. Banyak faktor yang dapat mendukung dan menunjang kesuksesan serta kemajuan suatu perusahaan, salah satunya Kualitas Pelayanan yang harus dipertahankan oleh pelaku usaha. adapun faktor yang tidak kalah penting dalam menunjang kesuksesan suatu bisnis yaitu Kualitas Produk yang diberikan dengan baik oleh perusahaan. Sehingga dalam hal ini Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk merupakan faktor penting dalam membangun Kepuasan Konsumen. Menurut Kotler dan Amstrong dalam Sinaga,dkk (2020:21) Kepuasan Konsumen adalah tingkat dimana suatu pencapaian perfoma dari sebuah produk yang diterima oleh konsumen sama dengan ekspektasi konsumen itu sendiri.

Untuk mendapat Kepuasan Konsumen, perusahaan sering kali melakukan berbagai cara agar konsumen dapat melakukan pembelian ulang dan menjadi konsumen tetap. Setiap perusahaan memiliki strategi masing-masing dalam menghadapi persaingan, salah satunya dengan meningkat Kualitas Pelayanan meliputi pelayanan pra-jual, saat bertransaksi dan pelayanan purna jual kepada konsumen. Apabila pelayanan diberikan secara tepat dalam

melebihi harapan konsumen, maka konsumen akan puas dan diharapkan menjadi loyal kepada perusahaan Konveksi Alfira.

Kualitas Pelayanan yang baik dapat menarik konsumen baru, mempertahankan konsumen yang sudah ada, dan mencegah konsumen beralih kepada perusahaan lain. Maka dari itu perusahaan perlu memperhatikan dan menjaga Kualitas Pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Selain itu, dalam melakukan pembelian suatu produk, konsumen juga selalu berharap agar produk yang didapatkan memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Selain itu mengutamakan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk yang diberikan juga harus bisa memenuhi Kepuasan Konsumen

Hal inilah yang sedang diupayakan oleh Konveksi Alfira, memiliki usaha konveksi sejak 3 tahun terakhir tidak lantas selalu membuat para konsumennya merasa puas dengan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang diberikan, terkadang masih ada beberapa konsumennya yang mengeluhkan tentang kualitas pelayanan dan juga kualitas produk yang diberikan konveksi alfira dimana masih belum maksimal, sehingga ada beberapa konsumennya yang beralih kepada konveksi lain.

## **2. Kajian Pustaka dan Hipotesis**

### **Kepuasan Konsumen**

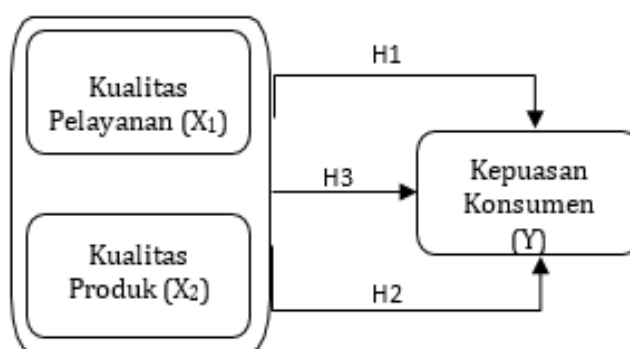
Definisi Kotler dan Armstrong dalam Sinaga, dkk (2020:21) mengenai Kepuasan Konsumen adalah *the extent to which a product's perceived performance matches a buyers expectation*. Kepuasan Konsumen adalah tingkat dimana suatu pencapaian performa dari sebuah produk yang diterima oleh konsumen sama dengan ekspektasi konsumen itu sendiri. Menurut teori Tjiptono dikutip dalam Indrasari (2019:92) dimana memiliki 3 indikator Kepuasan Konsumen yaitu: Kesesuaian Harapan, Minat Pembelian Ulang, Kesiediaan Merekomendasikan.

### **Kualitas Pelayanan**

Menurut Lewis & Booms dalam Apriyanti, dkk (2017:160) mendefinisikan Kualitas Pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Berdasarkan definisi ini, kualitas jasa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Tjiptono dikutip dalam Indrasari (2019:65) menjelaskan bahwa dalam memuaskan konsumen ada beberapa indikator Kualitas Pelayanan, Keandalan, Kesadaran, Perhatian, Ketepatan.

### **Kualitas Produk**

Menurut Kotler dan Keller (2016: 164) Kualitas Produk adalah kemampuan suatu barang untuk memberikan hasil yang sesuai bahkan melebihi dari apa yang diharapkan oleh pelanggan. Kualitas Produk merupakan suatu hal yang penting dalam menentukan pemilihan suatu produk oleh konsumen. Produk yang ditawarkan haruslah suatu produk yang benar - benar teruji dengan baik kualitasnya. Dikarenakan bagi konsumen yang diutamakan adalah kualitas dari produk itu sendiri. Konsumen akan memilih produk yang mempunyai kualitas yang lebih baik bila dibandingkan dengan produk merek lain yang sejenis. Menurut Mullins, dkk dalam Indrasari (2019:33) menjelaskan bahwa didalam memuaskan konsumen ada beberapa indikator Kualitas Produk yaitu: Kinerja; Daya Tahan; Kesesuaian; Fitur; Realibilitas dan Estetika.



**Gambar 1 Kerangka Berpikir**

**Hipotesis**

- H1: Terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Jasa Konveksi Alfira Bogor
- H2: Terdapat pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Jasa Konveksi Alfira Bogor
- H3: Terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen pada Usaha Jasa Konveksi Alfira Bogor

**3. Metode Penelitian**

Jenis penelitian ini adalah penelitian Asosiatif dengan pendekatan Kuantitatif. Menurut Sugiyono (2018:23) “Metode Kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan”. Pada penelitian ini populasi sebanyak 255 orang dari Konsumen Konveksi Alfira Tahun 2021. Sedangkan, Sampel menggunakan rumus slovin dan mendapatkan hasil sebanyak 72 orang sebagai responden. Analisa data yang digunakan meliputi Regresi Sederhana dan Ganda, Uji Koefisien Korelasi, Uji koefisien Determinasi dan Uji Hipotesis (Uji t dan Uji F).

**4. Hasil Penelitian dan Pembahasan**

**Hasil Uji Regresi Linier Sederhana**

**Tabel 1 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana X1 Terhadap Y**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
	1 (Constant)	3.401	1.583		2.148
Kualitas Pelayanan	.626	.050	.832	12.543	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS versi 26 (2022)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linear Uji Regresi Linear sederhana variabel Kualitas Pelayanan (X<sub>1</sub>) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), maka dapat diperoleh persamaan regresi **Y=3,401+0,626X<sub>1</sub>**

**Tabel 2 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana X2 Terhadap Y**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.623	2.032		1.783	.079
Kualitas Produk	.409	.042	.755	9.645	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS versi 26 (2022)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linear Uji Regresi Linear sederhana variabel Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), maka dapat diperoleh persamaan regresi  $Y = 3,623 + 0,409X_2$

### Hasil Uji Regresi Linier Berganda

**Tabel 3 Hasil Uji Regresi Linier Berganda**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.145	1.676		.683	.497
Kualitas Pelayanan	.460	.073	.611	6.313	.000
Kualitas Produk	.158	.052	.291	3.010	.004

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS versi 26 (2022)

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linear Uji Regresi Linear ganda variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y), maka dapat diperoleh persamaan regresi berganda  $Y = 1.145 + 0,460X_1 + 0,158X_2$

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 4 Hasil Uji Koefisien Determinasi**  
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.853 <sup>a</sup>	.728	.720	1.934

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS versi 26 (2022)

Berdasarkan pada hasil pengujian, diperoleh nilai R Square sebesar 0,728, maka dapat disimpulkan bahwa nilai variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) secara simultan memiliki kontribusi berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) sebesar 72,8% sedangkan 27,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Hasil Uji Hipotesis

#### Uji T Parsial

**Tabel 5 Hasil Uji T Parsial**  
Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.145	1.676		.683	.497
Kualitas Pelayanan	.460	.073	.611	6.313	.000
Kualitas Produk	.158	.052	.291	3.010	.004

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS versi 26 (2022)

Nilai  $t_{hitung}$  Kualitas Pelayanan sebesar  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(6,313 > 1,995)$  dan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,050$ . Dengan ini demikian H1 diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen. Nilai  $t_{hitung}$  Kualitas Produk sebesar  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(3,010 > 1,995)$  dan tingkat signifikansi  $0,004 < 0,050$ . Dengan ini demikian H2 diterima, berarti terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen.

## Uji F Simultan

**Tabel 6 Hasil Uji Simultan ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	689.925	2	344.963	92.251	.000 <sup>b</sup>
Residual	258.019	69	3.739		
Total	947.944	71			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Sumber : Data diolah menggunakan SPSS versi 26 (2022)

Berdasarkan pada hasil pengujian pada tabel diatas diperoleh nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $(92,251 > 3,130)$ , hal ini juga diperkuat  $pvalue < Sig$  0,05 atau  $(0,000 < 0,05)$ . Dengan demikian maka H<sub>3</sub> diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen di Konveksi Alfira.

## Pembahasan

### Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil perhitungan uji hipotesis menunjukkan nilai nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(3,010 > 1,995)$  hal ini diperkuat dengan nilai  $pvalue < sig$  0,050 atau  $(0,004 < 0,050)$ . Dengan ini demikian H1 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Konveksi Alfira. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Sugianto dan Sugiharto (2013), menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

### Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil perhitungan uji hipotesis menunjukkan nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(6,313 > 1,995)$  hal ini diperkuat dengan nilai  $pvalue < sig$  0,050 atau  $(0,000 < 0,050)$ . Dengan ini demikian H2 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Konveksi Alfira. Oleh karena itu, H2 diterima. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Hayati & Sekartaji (2015), menunjukkan bahwa hasil kualitas produk makanan dari Restoran Bebek dan Ayam Goreng Pak Ndut Solo berpengaruh terhadap kepuasan konsumen mereka.

### Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Dari hasil perhitungan uji hipotesis menunjukkan nilai nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $(92,251 > 3,130)$ , hal ini juga diperkuat  $pvalue < Sig$  0,050 atau  $(0,000 < 0,050)$ . Dengan ini demikian H3 diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) di Konveksi Alfira. Hasil penelitian sejalan dengan penelitian Agusti & Verano (2022) yang menyatakan secara simultan kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

## 5. Keterbatasan dan Agenda Penelitian Mendatang

Keterbatasan literatur hasil penelitian sebelumnya yang masih kurang peneliti dapatkan. Sehingga mengakibatkan penelitian ini memiliki banyak kelemahan, baik dari segi hasil penelitian maupun analisisnya. Keterbatasan pengetahuan penulis dalam membuat dan menyusun tulisan ini, sehingga perlu diuji kembali keandalannya di masa depan. Dalam melakukan penelitian ini jumlah sampel yang didapat hanya 72 responden. Dalam penelitian ini hanya menggunakan dua variabel independen yaitu Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk. Sehingga, sedikitnya variabel independen yang digunakan maka kemungkinan terdapat faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang mempengaruhi Kepuasan Konsumen. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas objek penelitian agar ruang lingkup lebih luas. Serta menambah variabel yang tidak di uji dalam penelitian ini, seperti promosi, Harga, Citra Merek, dan Lokasi.

## 6. Kesimpulan

Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) dengan persamaan regresi linear sederhana  $Y = 3,401 + 0,626 X_1$ . Uji Hipotesis diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(6,313 > 1,995)$  hal ini diperkuat dengan  $pvalue$   $Sig < 0,050$  ( $0,000 < 0,050$ ). Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) pada Usaha Konveksi Alfira di Bogor. Kualitas Produk ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) dengan persamaan regresi linear sederhana  $Y = 3,623 + 0,409 X_2$ . Uji Hipotesis diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $(3,010 > 1,995)$  hal ini diperkuat dengan  $pvalue$   $Sig < 0,050$  ( $0,004 < 0,050$ ). Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara parsial antara Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) pada Usaha Konveksi Alfira di Bogor. Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) dengan persamaan regresi linear berganda  $Y = 1.145 + 0,460 X_1 + 0,158 X_2 + \alpha$ . Nilai Koefisien determinasi sebesar 72,8%. Uji Hipotesis diperoleh  $F_{hitung} > F_{tabel}$  atau  $(92,251 > 3,130)$  hal ini diperkuat dengan  $pvalue$   $Sig < 0,050$  ( $0,000 < 0,050$ ). Dengan demikian maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Kualitas Pelayanan ( $X_1$ ) dan Kualitas Produk ( $X_2$ ) terhadap Kepuasan Konsumen ( $Y$ ) pada Usaha Konveksi Alfira di Bogor.

## Daftar Pustaka

- Agusti, I. S., & Verano, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (KFC arjuna Medan Perjuangan). *Jurnal NIAGAWAN Vol.11 No.1 Universitas Negeri Medan*.
- Ahidin, U. (2018). Membangun Kepuasan Nasabah Melalui Kualitas Pelayanan Pada Nasabah Pinjaman Pt Bpr Prima Kredit Mandiri Cabang Ciputat Kota Tangerang Selatan. *Jurnal Kompetitif Manajemen Pemasaran Vol. 1 No.2*.
- Apriyanti, P., Surya, D., & Lutfi. (2017). Analisis Kualitas Layanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Nasabah Sebagai Variabel Intervening (Studi Empirik Nasabah Tabungan Tandamata Bank Bjb Cabang Serang). *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen Tirtayasa (JRBMT), Vol.1 (2), 159-166*.

- Haerunissa, & Artika, G. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Prima Autoworld di Bintaro Tangerang Selatan. *Jurnal Perkusi (Pemasaran, Keuangan dan Sumber Daya Manusia) Vol.2 No.3*.
- Haryoko, U. B., Pratama, A., & Nofitriani, D. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Media Televisi Indonesia (Metro Tv). *Jurnal Ilmiah Feasible: Bisnis, Kewirausahaan & Koperasi, 2(2)*, 115-125.
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya: Unitomo Press
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen Sate Kelinci Mas Asep di Jember. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Indonesia Vol.6 No. 1*, Hal. 72-78.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management Edisi 15*. Pearson Pretice Hall, Inc, New Jersey.
- Machfoedz, M. (2015). *Pengantar Pemasaran Modern, Edisi Pertama, Cetakan Pertama*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Maddinsyah, A., & Janah, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Usaha Mandiri (Jamu Keliling) Milik Ibu Sumarmi Tegalrotan Ciputat Tangerang Selatan. *Jurnal Perkusi (Pemasaran, Keuangan & Sumber Daya Manusia), 2(1)*, 87-93.
- Maria, M., & Anshori, M. Y. (2013). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake. *Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan, (1)*, 50-51.
- Mishella, M., & Tandra. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Di Era New Normal Pada Starbucks Manado Town Square. *Jurnal EMBA Vol.9 No.4 Universitas Sam Ratulangi*, Hal. 1476 - 1484.
- Nugraha, R., & Fandy. (2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Kacang Dua Kelinci pada Alfamart Cabang Pondok Ranji di Tangerang Selatan. *Jurnal Perkusi (Pemasaran, Keuangan, dan Sumber Daya Manusia) Vol.2 No.4 Universitas Pamulang*.
- Rabiah. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Nesmilo Di Samarinda. *Journal Administrasi Bisnis Vol. 8 No.1*.
- Sinaga, Y. A., Hayati, F. A., & Chasanah, U. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Rich Perfumery ITC Kuningan Jakarta Selatan. *Jurnal Ilmiah Feasible (JIF), 3(1)*, 55-61.
- Ummah, N. A., & Wijayanti, B. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Cafe Madani Bumdes Rambipuji. *Jurnal Manajemen Vol.16 No.1 Universitas muhammadiyah jember*.
- Wahab, W. (2019). Membangun Kepuasan Konsumen Property melalui Harga bersaing dan Kualitas Pelayanan Pada Perumahan PT. Atlantik Perkasa Abadi Pekanbaru. *Jurnal Ilmiah Ekonomi dan Bisnis Vol.15 No.2 STIE Mahaputra*