

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 2 No 3 hal 538- 551

Analisis Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pdam Tirtanadi Cabang Padang Bulan Medan

Nurafrina Siregar, Hasrul Hasibuan, Iqbal Agustia Miransyah

Universitas Pembangunan Panca Budi

Email : nurafrina@dosen.pancabudi.ac.id, hasrul@dosen.pancabudi.ac.id

ABSTRACT

This study aims to find out how the influence of product quality (X1), price (X2), and service quality (X3) on customer satisfaction (Y) PDAM Tirtanadi Padang Bulan Medan branch. The population in this study are all customers of PDAM Tirtanadi Padang Bulan Medan branch. The number of samples is 100 respondents. This research was conducted from January 2021 to June 2021. This study used quantitative data that was processed with SPSS version 25.0 with multiple linear regression models. data came from respondents who were collected through questionnaires. The results showed that product quality and price partially had a positive and significant effect on customer satisfaction. Product quality, price and service quality simultaneously have a positive and significant effect. 44.2% of customer satisfaction can be explained and obtained from product quality, price and service quality while the rest by other factors. Customer satisfaction has a very strong relationship to product quality, price and service quality.

Keywords: *Product Quality, Price, Service Quality, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Dalam kehidupan sehari-hari, air adalah sumber daya yang dibutuhkan untuk semua makhluk hidup, termasuk manusia. Semua aktivitas kehidupan yang kita lakukan memerlukan air, seperti, minum, masak, mandi sampai kebutuhan pengolahan industri. Oleh karena itu air harus tersedia dalam kuantitas dan kualitas yang memadai. Mengingat pentingnya kebutuhan akan air bersih, maka sangatlah wajar apabila sektor air bersih mendapatkan prioritas penanganan utama karena menyangkut kehidupan orang banyak. Menurut Undang-undang No. 23 Pasal 1 ayat 5 Tahun 2014 Tentang urusan Pemerintahan adalah kekuasaan pemerintahan yang menjadi kewenangan Presiden yang pelaksanaannya dilakukan oleh kementerian negara dan penyelenggara Pemerintahan Daerah untuk melindungi, melayani, memberdayakan, dan menyejahterakan masyarakat. Urusan pemerintah di bidang pekerjaan umum kepada daerah, maka pelayanan air minum diserahkan kepada pemerintah daerah. Selanjutnya, melalui peraturan daerah pelaksanaannya diserahkan kepada seluruh instansi. Dalam hal ini instansi tersebut adalah Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM), dimana PDAM merupakan badan usaha milik daerah.

PDAM merupakan perusahaan daerah air minum yang diawasi dan dimonitor oleh eksekutif dan legislatif. PDAM sebagai perusahaan daerah diberi tanggung jawab untuk mengembangkan dan mengelola sistem penyediaan air bersih serta melayani masyarakat di daerah tersebut. PDAM Tirtanadi adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa dalam penyediaan air bersih di Sumatera Utara. Salah satu tujuan dari berdirinya PDAM Tirtanadi adalah mencakupi kebutuhan masyarakat akan air bersih, pengembangan dan penyedia pelaksana air bersih, sedangkan tujuan lainnya adalah ikut serta mengembangkan perekonomian guna menunjang pembangunan daerah dengan memperluas lapangan

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 2 No 3 hal 538- 551

pekerjaan serta mencari laba sebagai sumber untuk pendapatan daerah. Dalam rangka pengembangan cakupan pelayanan air minum bagi masyarakat Sumatera Utara, PDAM Tirtanadi melaksanakan kerjasama operasi dengan 9 PDAM di beberapa daerah Sumatera Utara, yaitu Kabupaten Deli Serdang, Kabupaten Mandailing Natal, Kabupaten Nias, Kabupaten Nias Selatan, Kabupaten Simalungun, Kabupaten Samosir, Kabupaten Tapanuli Selatan, Kabupaten Tapanulul Tengah, Kabupaten Toba Samosir.

Salah satu cabang dari PDAM Tirtanadi di Medan adalah PDAM Tirtanadi cabang Padang Bulan yang terletak di Jl. Jamin Ginting, Mangga, Kec. Medan Tuntungan, Kota Medan, Sumatera Utara 20131. Harapan Perusahaan Daerah Air Minum untuk memenuhi kebutuhan masyarakat ternyata belum sejalan dengan kenyataan yang ada pada perilaku pelanggan dalam menyikapi pelayanan yang telah diberikan oleh Perusahaan. Berdasarkan observasi awal yang penulis lakukan, terdapat banyak keluhan dari masyarakat daerah Padang Bulan yang merupakan pelanggan PDAM Tirtanadi. Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan selalu mendapat informasi kebutuhan pelanggan dengan maksud menguasai pasar di bidangnya. Pada tujuan jangka panjangnya adalah penting untuk menggali secara rinci pendekatan pasar yang berorientasi melalui strategi penelitian dan implementasi. Secara umum paradigma pemasaran adalah untuk mencapai kepuasan konsumen/pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan indikator terdepan akan keberhasilan bisnis perusahaan, yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan pelanggan terhadap bisnis dari perusahaan tersebut. Kepuasan atau tidak kepuasan pelanggan bergantung pada respon terhadap ketidaksesuaian atau kesesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian. Dapat dikatakan pula bahwa para pelanggan merupakan salah satu alasan kuat mengapa sebuah perusahaan dapat berdiri dan beroperasi. Semakin terpenuhi harapan-harapan dari konsumen tentu konsumen akan semakin puas. Sebuah perusahaan harus mempunyai strategi-strategi dalam memasarkan produknya, agar konsumen dapat dipertahankan keberadaannya atau lebih ditingkatkan lagi jumlahnya. Untuk memberikan kepuasan terhadap konsumen, perusahaan harus dapat menjual barang atau jasa dengan kualitas yang paling baik dengan harga yang layak sesuai dengan apa yang didapatkan dan tentunya dengan pelayanan yang baik. Ada lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu : Kualitas Produk, Harga, Kualitas Pelayanan, Emosional dan Biaya (Lupiyoadi dalam Supranto 2018).

Kualitas Produk adalah salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Secara umum produk adalah segala sesuatu yang ditawarkan oleh produsen untuk dibeli, disewa atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuhan kebutuhan atau keinginan pasar. Dengan menciptakan produk yang berkualitas akan tercapai sebuah produksi yang efektif dan efisien karena produk yang dihasilkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan. Berdasarkan observasi awal yang telah penulis lakukan masih terdapat permasalahan yang dihadapi pelanggan terhadap kualitas air yang diproduksi oleh PDAM Tirtanadi cabang Padang Bulan yang menimbulkan ketidakpuasan pelanggan. Yang menjadi permasalahan berdasarkan fenomena yang terjadi di lapangan yaitu adanya ketidakpuasan pelanggan tentang kualitas air PDAM yang diterima oleh pelanggan, seperti keruh, berbau dan air yang kecil. Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah harga. Harga adalah nilai yang ditukarkan konsumen untuk mendapatkan manfaat atau kepemilikan atas produk atau jasa. Bagi sebagian masyarakat tingkat harga menjadi salah satu simbol dari kualitas produk yang ditawarkan. Semakin tinggi harga produk pada umumnya kualitas produk yang bersangkutan tinggi juga, sebaliknya semakin rendah harga semakin rendah juga kualitas produk. Namun, setelah penulis melakukan observasi awal terdapat ketidakpuasan pelanggan

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 2 No 3 hal 538- 551

dikarenakan meteran air yang kurang baik mengakibatkan pelanggan membayar iuran dengan biaya yang sama seperti saat air sedang menyala. Yang menjadi permasalahan berdasarkan fenomena tersebut yaitu adanya ketidakpuasan pelanggan terhadap harga yang dibayarkan tiap bulannya dengan jumlah pemakaian tiap bulannya.

Selanjutnya kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa memounyai nilai lebih dari yang diharapkan. Kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih ataupun sebaliknya. Oleh karena itu dengan adanya kualitas pelayanan terbaik yang diberikan maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud. Dari observasi awal yang penulis lakukan, pelanggan masih kecewa dengan kualitas pelayanan yang didapatkan. Pelanggan mengeluhkan tentang Costumer Service atau CS yang tidak informatif, kemudian saat pelanggan menelpon untuk mengajukan keluhan, pihak CS terlalu lama merespon untuk mengangkat telpon bahkan hingga tidak merespon panggilan masuk dari pelanggan.

Kajian Pustaka

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/ kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya. Kepuasan merupakan fungsi persepsi kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Jika kinerja (atau hasil) melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang. Menurut Pakpahan (2016) kepuasan adalah suatu perasaan yang cocok dengan kata hatinya dikarenakan nilai dan biaya produk tersebut dapat memuaskannya. Menurut Zeithaml dalam Daryanto (2014), kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi atau kualitas jasa, persepsi atas harga, serta factor situasional dan factor personal. Kepuasan konsumen juga dipengaruhi oleh kualitas produk atau barang-barang yang diberikan pada pelanggan dalam penyerahan jasa. Philip Kotler dan Kevin Lane Keller dalam Daryanto (2014), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Menurut Kotler (Sunyoto, 2013:35) definisi kepuasan konsumen/pelanggan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan (kinerja atau hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. konsumen bisa memahami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu kalau kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa, tetapi kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas senang atau sangat gembira. Simpulannya bahwa kepuasan pelanggan merupakan sejauh mana perbandingan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan akan menjadi puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu yang lama dengan perasaan senang dan nyaman. Seseorang pelanggan mungkin mengalami berbagai tingkat kepuasan yaitu jika produk tidak sesuai dengan harapannya setelah dikonsumsi maka pelanggan itu akan merasa tidak puas sehingga dari pembelajaran tersebut pelanggan akan kecewa. Namun bila terjadi sebaliknya yaitu kinerja produk sesuai dengan persepsi pelanggan maka pelanggan akan

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 2 No 3 hal 538- 551

merasa sangat puas sehingga diwaktu yang akan datang pelanggan bergairah untuk mengkonsumsi produk tersebut. Menurut Kotler, Ang , leong dan tan (2000:36) dalam Achmad, Inggang, Nadia (2018), indikator dalam menentukan kepuasan pelanggan yaitu:

1) Kinerja (Perceived Performance)

Kinerja adalah Berkaitan dengan aspek fungsional dari produk dan merupakan karakteristik utama yang dipertahankan konsumen ketika ingin membeli suatu produk.

2) Harapan (Expectations)

Harapan adalah emosi yang diarahkan oleh kognisi dan dipengaruhi oleh kondisinya.

3) Kepuasan Menyeluruh (Overall Satisfaction)

4) Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi / kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya.

Kualitas Produk

Dewasa ini, kita dapat melihat sebuah fenomena dimana kemampuan ekonomi dan tingkat pendidikan masyarakat cenderung mengalami sebuah peningkatan. Sebagian masyarakat menjadi lebih kritis dalam mengkonsumsi suatu produk. Konsumen selalu ingin mendapatkan produk yang berkualitas yang tentu saja sesuai dengan harga yang ditawarkan. Walaupun sebagian masyarakat berpendapat bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang memiliki harga yang mahal. Kualitas produk merupakan hal penting yang harus diusahakan dan dikedepankan oleh setiap perusahaan, karena kualitas produk dapat menentukan apakah perusahaan ingin tetap produk yang dihasilkannya dapat bersaing dan eksis di pasar. Dalam perkembangan perusahaan, persoalan kualitas produk tentu saja akan mempengaruhi dan menentukan pesatnya perkembangan perusahaan tersebut.

Menurut David Garvin dalam Fandy Tjiptono (2016:134) Kualitas produk adalah karakteristik dari suatu produk dalam kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan dan mempunyai sifat laten. Selain itu Kotler dan Keller (2016:400) yang diterjemahkan oleh Bob Sobran menyatakan bahwa, Kualitas produk merupakan seluruh gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa (perencanaan), pembuatan (produk) dan pemeliharaan yang membuat produk yang digunakan memenuhi harapan-harapan pelanggan”.

Indikator Kualitas Produk menurut Sangadji (2013:105) dalam kasus pemasaran barang, ada lima yang biasa digunakan :

1). Kinerja (performance)

2). Fitur (feature)

3). Reliabilitas

4). Kesesuaian dan Spesifikasi 5). Daya tahan (durability)

Harga

Harga merupakan salah satu penentu pemilihan produk yang nantinya akan berpengaruh terhadap minat pembelian. Bila suatu produk mengharuskan konsumen mengeluarkan biaya yang lebih besar dibandingkan dengan manfaat yang diterima, maka yang terjadi adalah bahwa produk tersebut memiliki nilai negatif. Sebaliknya, apabila konsumen menganggap bahwa manfaat yang diterima lebih besar, maka yang terjadi adalah produk tersebut memiliki nilai yang positif. Menurut Kotler dan Armstrong (2001), harga adalah sejumlah

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 2 No 3 hal 538- 551

uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Sementara menurut Dharmesta dan Irawan (2005), harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya. Menurut Asauri (2010: 223) “Harga merupakan satu-satunya unsur marketing mix yang menghasilkan penerimaan penjualan, sedangkan unsur lainnya hanya unsur biaya saja. Walaupun penetapan harga merupakan persoalan penting masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut.” Pendapat Hakim (2005:26) menyatakan, “Penentuan harga memegang peran kunci dalam persaingan bisnis. Langkah pertama yang harus Anda lakukan adalah ketahui harga barang dagangan pesaing Anda, baru kemudian tentukan harga Anda”. Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Menurut Kotler dan Amstrong (2008 : 278) ada 4 indikator yang mencirikan harga, yaitu:

- 1) Keterjangkauan harga
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk
- 3) Daya saing harga
- 4) Kesesuaian harga dengan manfaat.

Kualitas Pelayanan

Menurut Philip Kotler (dalam Ratih 2020) Kualitas pelayanan adalah kinerja yang ditawarkan oleh seseorang kepada orang lain. Kinerja tersebut dapat berupa suatu tindakan yang tidak berwujud dan tidak berakibat pada kepemilikan barang apapun dan kepada siapapun. Menurut Tjiptono (2016) menyatakan bahwa “Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2016), terdapat faktor yang mempengaruhi sebuah layanan adalah *expected service* (layanan yang diharapkan) dan *perceived service* (layanan yang diterima). Jika layanan yang diterima sesuai bahkan dapat memenuhi apa yang diharapkan maka jasa dikatakan baik atau positif. Jika *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih jelek dibandingkan *expected service*, maka kualitas pelayanan dipersepsikan negatif atau buruk. Menurut Steven Darwin dan Yohanes Sondang Kunto (2014) ada 5 indikator dominan atau SERQUAL (*service and quality*) kualitas pelayanan yaitu :

- 1) *Tangibles* (bukti langsung) adalah fasilitas fisik yang ditawarkan kepada konsumen yang meliputi perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
- 2) *Emphaty* (empati) Meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.
- 3) *Realibility* (keandalan) adalah konsistensi dari penampilan dan kehandalan pelayanan yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
- 4) *Resposiveness* (daya tanggap) yaitu kesigapan dan kecepatan penyedia jasa dalam menyelesaikan masalah dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
- 5) *Acurance* (Jaminan) yaitu kemampuan dan keterampilan petugas , keramahan petugas, kepercayaan dan keamanan.

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 2 No 3 hal 538- 551

Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Pariwisata Samosir di Sumatera Utara, Indonesia. Penelitian ini dilaksanakan dari bulan Maret 2020 sampai dengan bulan Juli 2020. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PDAM Tirtanadi cabang Padang Bulan Medan. Sampel dalam penelitian ini yang dijadikan sebagai objek pengamatan dalam penelitian ini adalah konsumen PDAM Tirtanadi cabang Padang Bulan Medan. Jumlah sampel dalam penelitian ini ditentukan sebanyak 100 sampel, yang dirasakan sudah cukup untuk mewakili populasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda.

Hasil Penelitian

Karakteristik Responden

Penyajian data jawaban responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel **Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-29 Tahun	21	21.0	21.0	21.0
	30-39 Tahun	31	31.0	31.0	52.0
	40-49 Tahun	33	33.0	33.0	85.0
	>50 Tahun	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 25

Dari data diatas menunjukkan bahwa usia responden, frekwensi responden berusia 20-29 Tahun sebesar 21% , usia 30-39 tahun sebesar 31% , usia 40-49 tahun sebesar 33%., usia >50 sebesar 15%. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden Pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Padang Bulan Medan adalah berusia 30-39 tahun, yaitu sebanyak 31 orang atau sebesar 31% dan berusia 40-49 tahun, yaitu sebanyak 33 orang atau sebesar 33%.

Penyajian data jawaban responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel **Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	24	24.0	24.0	24.0
	Perempuan	76	76.0	76.0	100.0

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 2 No 3 hal 538- 551

Total	100	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

Sumber :Data primer diolah

Data diatas menunjukkan bahwa jenis kelamin laki-laki sebanyak 24 orang (24%) dan jenis kelamin perempuan sebanyak 76 orang (76%). Dengan demikian dapat disimpulkan total responden perempuan memiliki pengaruh yang cukup besar daripada responden laki-laki.

Penyajian data jawaban responden berdasarkan pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK	52	52.0	52.0	52.0
	Diploma	14	14.0	14.0	66.0
	S1	30	30.0	30.0	96.0
	S2	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber :Data primer diolah dengan SPSS 25

Data diatas menunjukkan pendidikan responden yang dijadikan sampel dalam penelitian ini, responden berpendidikan SMA/SMK sebanyak 52 orang atau 52%, responden berpendidikan Diplomasebanyak 14 orang atau 14%, responden berpendidikan S1 sebanyak 30 orang atau 30%, responden berpendidikan S2 sebanyak 4 orang atau 4%. Dengan demikian dapat disimpulkan total responden pendidikan SMA/SMK memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap pendidikan terakhir lainnya.

Penyajian data jawaban responden berdasarkan pekerjaan dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	6	6.0	6.0	6.0
	Karyawan Swasta	38	38.0	38.0	44.0
	PNS	17	17.0	17.0	61.0
	Wiraswasta dan lain-lain	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber :Data primer diolah dengan SPSS 25

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 2 No 3 hal 538- 551

Data diatas menunjukkan bahwa pekerjaan responden, frekuensi responden pekerjaan mahasiswa sebanyak 6 orang atau 6%, responden karyawan swasta sebanyak 38 orang atau 38%, responden pekerjaan PNS sebanyak 17 orang atau 17%, responden pekerjaan Wiraswasta dan lain-lain sebanyak 39 orang atau 39%. Dengan demikian dapat disimpulkan total responden karyawan swasta, wiraswasta dan lain-lain memiliki pengaruh yang cukup besar dibandingkan pekerjaan lainnya.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Analisis Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi linear berganda dapat dilihat dari nilai koefisien B pada model berikut :

Tabel 4.17. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients	Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VI F
1	(Constant)	1.762	4.580		-.385	.701		
	Kualitas Produk	.429	.110	.353	3.909	.000	.836	1.196
	Harga	.736	.179	.370	4.102	.000	.839	1.192
	Kualitas Pelayanan	-.139	.108	-.109	-1.283	.203	.946	1.058

Sumber :Data primer diolah dengan SPSS 25

Dari perhitungan menggunakan SPSS maka didapat hasil sebagai berikut :

$$a = 1,762$$

$$b = 0,429$$

$$b_2 = 0,736$$

$$b_3 = -0,139$$

Jadi persamaan regresi linear berganda untuk 3 prediktor (kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan) adalah :

$$Y = 1,762 + 0,429X_1 + 0,736X_2 + (-0,139) X_3$$

Nilai koefesien regresi X1 = 0,429 menunjukkan apabila kualitas produk mengalami kenaikan sebesar 100% maka akan mengakibatkan meningkatnya kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi cabang Padang Bulan Medan sebesar 42,9% Nilai koefesien regresi X2=

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi),

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 2 No 3 hal 538- 551

0,736 menunjukkan harga mengalami kenaikan sebesar 100% dengan ketentuan penetapan harga yang baik yang diberikan kepada pelanggan sesuai harapan pelanggan maka akan mengakibatkan meningkatnya kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi cabang Padang Bulan Medan sebesar 73,6%. Nilai koefisien regresi $X_3 = -0,139$ menunjukkan kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 100% dengan ketentuan kualitas pelayanan yang baik yang diberikan kepada pelanggan sesuai harapan pelanggan maka akan mengakibatkan meningkatnya kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi cabang Padang Bulan Medan sebesar -13,9%.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (Uji t)

Uji parsial pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh masing- masing variabel independen Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y). Menurut V. Wiratna Sujarweni (2014 : 155), jika nilai t hitung > t tabel maka artinya variable independent (X) secara parsial berpengaruh terhadap variable dependent. Pengujian ini dilakukan dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% atau dengan membandingkan t hitung dengan t tabel. Jika nilai signifikansi $t < 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. Jika nilai signifikansi $t > 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, artinya tidak terdapat pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial. t tabel dapat dicari dengan melihat degree of freedom (df) dimana $df = n - k = 100 - 4 = 96$ dan alpha 0,05 dan diperoleh t tabel sebesar 1,988

Tabel 4.18 Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model	B	Std. Beta	t	Sig.		
		Error				
1	(Constant)	1.762	4.580		-.385	.701
	Kualitas Produk	.429	.110	.353	3.909	.000
	Harga	.736	.179	.370	4.102	.000
	Kualitas Pelayanan	-.139	.108	-.109	-1.283	.203

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 25

Berikut pembahasan hasil uji parsial antara kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi cabang Padang Bulan Medan.

Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan : Hasil uji-t menunjukkan bahwa thitung yang dimiliki untuk variabel Kualitas Produk (X1) sebesar 3,909, dengan nilai ttabel sebesar 1,988 maka diketahui bahwa nilai thitung > ttabel. Hal ini dikarenakan 3,909 lebih besar dari 1,988. Nilai signifikan t dari variabel Kualitas Produk (X1) juga lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil uji-t menunjukkan bahwa thitung yang dimiliki untuk variabel Harga (X2) sebesar 4,102, dengan

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 2 No 3 hal 538- 551

nilai ttabel sebesar 1,988 maka diketahui bahwa nilai thitung > ttabel. Hal ini dikarenakan 4,102 lebih besar dari 1,988. Nilai signifikan t dari variabel Harga (X2) juga lebih kecil dari 0,05 yaitu sebesar 0,000 maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan dari Harga (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Hasil uji-t menunjukkan bahwa thitung yang dimiliki untuk variabel Kualitas Pelayanan (X3) sebesar -1,283, dengan nilai ttabel sebesar 1,988 maka diketahui bahwa nilai thitung > ttabel. Hal ini dikarenakan -1,283 lebih kecil dari 1,988. Nilai signifikan t dari variabel Kualitas Pelayanan (X3) juga lebih besar dari 0,05 yaitu sebesar 0,203 maka H_0 dan H_a ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Uji Simultan (Uji F/Anova)

Setelah pengujian secara parsial (uji-t) maka selanjutnya menentukan pengujian secara simultan/simultan atau disebut uji-F. Dalam uji-F ini bertujuan untuk menguji secara simultan pengaruh variabel Kualitas Produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap variabel dependen Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil pengujian hipotesis penelitian secara simultan dapat dilihat pada Tabel 4.20 berikut:

Tabel Hasil uji-F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	632.543	3	210.848	16.764	.000 ^b
	Residual	1207.457	96	12.578		
	Total	1840.000	99			

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 25

Menurut Imam Ghazali (2011:101) jika nilai Sig. < 0,05 maka artinya variable independent (X) secara simultan berpengaruh terhadap variable dependent (Y). Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). dikarenakan 0,000 < 0,05.

Adapun menurut V. Wiratna Sujarweni (2014:154) jika Fhitung > Ftabel maka artinya variable independent (X) berpengaruh secara simultan terhadap variable dependent (Y). Rumus mencari Ftabel = (k ; n-k) = (3 ; 100-3) = (3 ; 97) = 2,70. Dari tabel diatas dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X1), Harga (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dikarenakan Fhitung 16,794 lebih besar daripada Ftabel 2,70.

Uji Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Uji koefisien determinasi (R^2) dapat dilihat pada tabel 4.21 di bawah ini:

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 2 No 3 hal 538- 551

**Tabel Hasil Uji Determinasi
Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.586 ^a	.442	.323	3.547

Sumber : Data primer diolah dengan SPSS 25

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,442 atau 44,2%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel independen yang terdiri dari Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan mampu menjelaskan variabel dependen yaitu Kepuasan Pelanggan sebesar 44,2%, sedangkan sisanya sebesar 55,8% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Pembahasan

Berdasarkan teori – teori dan hasil penelitian terdahulu yang sudah ada, maka peneliti telah merumuskan Hipotesis H1 yaitu sebagai berikut : “Kualitas produk *secara parsial* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Padang Bulan Medan” . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Padang Bulan Medan. Hal ini terlihat berdasarkan hasil pengujian hipotesis tentang pengaruh variabel kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05, dan t hitung lebih besar dari t tabel ($3,909 > 1,988$), maka kesimpulannya hal ini menunjukkan bahwa hipotesis H1 yang diajukan teruji dan dapat diterima. Hasil arah positif menunjukkan bahwa jika kualitas produk meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat, dan sebaliknya jika kualitas produk menurun maka tingkat kepuasan pelanggan pun akan mengalami penurunan. Dengan kata lain ketika kualitas produk yang indikatornya terdiri dari Kinerja (Perceived Performance), Keistimewaan tambahan (features), realibility (kehandalan), kesenian dan spesifikasi (comformance tospecification) , daya tahan (durability), dan estetika (asthetic) meningkat, maka kepuasan pelanggan pun akan mengalami peningkatan. Hasil penelitian ini mendukung pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Pahlawan, Laba, Pakki, Hardiyono, dan Nurlia (2019), Ardianto, Sidanti dan Apriyanti (2019) , Retna dan Sulistiono (2013) , dan Mirzha (2020) yang menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan . Hasil penelitian ini juga sesuai dengan tujuan penelitian yang dilakukan yaitu untuk menganalisis dan mengetahui apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi cabang Padang Bulan Medan. Hasil penelitian ini juga telah menjawab permasalahan yang ada pada identifikasi masalah pada point 1, yaitu kualitas produk yang dinilai kinerja produk dan kehandalan belum sesuai disebabkan masih mengalami kondisi air yang keruh,berbau dan intensitas

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 2 No 3 hal 538- 551

airnya kecil. Dan ini tentunya berkaitan dengan indikator kualitas produk yaitu performance (kinerja) dan reliability (kehandalan) pelanggan kepada kualitas produk PDAM Tirtanadi cabang Padang Bulan Medan yang belum sepenuhnya terpenuhi dan telah menjawab rumusan masalah pada point 1, yaitu : “Apakah kualitas produk secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi cabang Padang Bulan Medan , sehingga bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi cabang Padang Bulan Medan melalui kualitas produk telah terjawab.

Berdasarkan teori – teori dan hasil penelitian terdahulu yang sudah ada, maka peneliti telah merumuskan Hipotesis H2 yaitu sebagai berikut : “Harga *secara parsial* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Padang Bulan Medan” . Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Padang Bulan Medan. Hal ini terlihat berdasarkan hasil pengujian hipotesis atas tentang pengaruh variabel harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,00 lebih kecil dari 0,05, dan t hitung lebih besar dari t tabel ($4,120 > 1,988$), maka kesimpulannya hal ini menunjukkan bahwa hipotesis H2 yang diajukan teruji dan dapat diterima. Tinggi atau rendahnya harga mempunyai peran penting terhadap kepuasan pelanggan. Harga memiliki indikator yaitu, keterjangkauan harga, harga sesuai kemampuan atau daya saing, kesesuaian harga dengan kualitas produk, dan kesesuaian harga dengan manfaat. Apabila harga yang ditetapkan PDAM Tirtanadi tidak sesuai dengan indikator penilaian harga, maka tingkat kepuasan konsumen akan menurun. Dan sebaliknya apabila harga yang ditetapkan PDAM Tirtanadi sesuai dengan tercapainya nilai indikator pada harga , maka akan meningkatkan kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini mendukung pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Sholeh (2019), Tambunan (2016), dan Mirzha (2020) yang menunjukkan bahwa harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan . Hasil penelitian ini juga sesuai dengan tujuan penelitian yang dilakukan yaitu untuk menganalisis dan mengetahui apakah harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi cabang Padang Bulan Medan. Hasil penelitian ini juga telah menjawab permasalahan yang ada pada identifikasi masalah pada point 2, yaitu iuran yang dibayarkan tidak sesuai dengan penggunaan air yang dipakai oleh pelanggan karena adanya kerusakan pada meteran air sehingga ini berkaitan dengan indikator harga mengenai keterjangkauan harga dan kesesuaian harga dengan kualitas produk yang dinilai belum terjangkau dan belum sesuai sehingga mempengaruhi kepuasan pelanggan dan telah menjawab rumusan masalah pada point 1, yaitu : “Apakah harga *secara parsial* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi cabang Padang Bulan Medan , sehingga bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi cabang Padang Bulan Medan melalui pengaruh harga telah terjawab.

Berdasarkan teori – teori dan hasil penelitian terdahulu yang sudah ada, maka peneliti telah merumuskan Hipotesis H3 yaitu sebagai berikut : “Kualitas pelayanan *secara parsial* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Padang Bulan Medan”. Hasil hipotesis awal ternyata berbeda dengan hasil penelitian. Hal ini ditunjukkan dengan tidak terdapat pengaruh positif variabel Kualitas Pelayanan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan yang ditunjukkan t hitung ($-1,283 < 1,988$) dengan nilai signifikan sebesar $0,203 > 0,05$. Artinya Kualitas Pelayanan tidak mempunyai pengaruh

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi,)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 2 No 3 hal 538- 551

terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi cabang Padang Bulan Medan . Maka kesimpulan nya hal ini menunjukkan bahwa hipotesis H3 yang diajukan tidak dapat diterima.

Berdasarkan teori – teori dan hasil penelitian terdahulu yang sudah ada, maka peneliti telah merumuskan Hipotesis H4 yaitu sebagai berikut : “Kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan *secara simultan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Padang Bulan Medan”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Padang Bulan Medan. Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 16,794 dengan nilai signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan F hitung > F tabel (16,794 > 2,70) dan nilai Sig < 0,05 (0,000 < 0,05). Hipotesis dalam penelitian ini H0 ditolak dan Ha diterima yang artinya bahwa kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara simultan atau bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi cabang Padang Bulan Medan, maka kesimpulan nya hal ini menunjukkan bahwa hipotesis H4 yang diajukan teruji dan dapat diterima. Hasil arus positif menunjukkan bahwa jika kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan meningkat maka kepuasan pelanggan akan meningkat, dan sebaliknya jika kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan menurun maka tingkat kepuasan pelanggan pun akan mengalami penurunan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan tujuan penelitian yang dilakukan yaitu untuk menganalisis dan mengetahui apakah kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan *secara simultan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi cabang Padang Bulan Medan, dan telah menjawab rumusan masalah pada point 4, yaitu : “Apakah kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan *secara simultan* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi cabang Padang Bulan Medan , sehingga bagaimana meningkatkan kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi cabang Padang Bulan Medan melalui kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan telah terjawab.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2010. *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep & Strategi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Abubakar, Rusyidi. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Sayed Mahdi, ALFABETA, Bandung.
- Danang, Sunyoto. 2013. *Dasar – Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS
- Daryanto dan Ismanto Setyobudi. 2014. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media
- Hardiansyah, 2011. *Kualitas Pelayanan Publik*. Yogyakarta : Gava Media.
- Hurriyati, Ratih. (2010). *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Bandung: ALFABETHA.
- Irawan, I. (2021). Analisis Strategi Pengembangan Usaha Kopi Arabika Di Masa Pandemi COVID-19 (Studi Kasus Kopi Gayo Atulintang). *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 2(2), 387-401.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid I. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller, terjemahan Bob Sabran. 2016 . *Manajemen Pemasaran*, Edisi 14 Jilid 1 dan 2, Erlangga, Jakarta.

JURNAL AKMAMI

AKUNTANSI, MANAJEMEN, EKONOMI

Jurnal AKMAMI (Akuntansi, Manajemen, Ekonomi)

url: <https://jurnal.ceredindonesia.or.id/index.php/akmami>-----

Vol 2 No 3 hal 538- 551

- Kotler, Philip.,Keller,Levin Lane.,2012. *Marketing Management. Global edition (14 ed.)England: Pearson Education Ltd.*
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa: Berbasis Kompetensi Edisi 3.* In *Penerbit Salemba.*
- Lupiyoadi, Rambat ; Hamdani,A.(2013). *Manajemen Pemasaran Jasa (3rd Ed.).* Jakarta: Erlangga.
- Manulang,Marihot dan Pakpahan,Manuntun.2014 .*Metodologi Penelitian.*Cetakan Pertama. Cipustaka Media: Bandung.
- Mursid, M. 2014. *Manajemen Pemasaran.* Cetakan ke-7. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Rambat,Lupiyoadi,. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik.*
- Rusiadi, dkk.2014 .*Metode Penelitian.* Medan: USU Press.
- Samrin, S., & Irawan, I. (2021). Formulasi Blue Ocean Strategy: Studi Kasus Kopi Gayo di Kabupaten Takengon. *Jurnal AKMAMI (Akuntansi Manajemen Ekonomi)*, 2(2), 410-420.
- Sangadji Mamang Etta & Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen.* Penerbit Andi Yogyakarta.
- Siregar, M., & Irawan, I. (2021). MANAJEMEN AGRIBISNIS KOPI GAYO DI TAKENGON. *IHSAN: JURNAL PENGABDIAN MASYARAKAT*, 3(1), 1-8.
- Sugiyono, 2017.*Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D .* Bandung: Alfabeta.
- Suprianto, J. 2018. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan .*Cetakan keempat. PT RINEKA CIPTA : Jakarta.
- Swasta, Basu dan Irawan, 2010 .“Manajemen Pemasaran Modern”, Liberti, Yogyakarta
- Tjiptono, Fandy. 2002. *Manajemen Jasa.*Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra.2011. *Service Quality Satisfaction.* Yogyakarta: Andy.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra. 2016. *Service, Quality, & Satisfaction,* Andi,Yogyakarta.