ARTIKEL

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI DEPO AIR MINUM ISI ULANG (STUDI PADA "DEPO SEGER" DESA SONOREJO KABUPATEN KEDIRI)

INFLUENCE OF PRICE, PRODUCT QUALITY, AND SERVICE SATISFACTION IN DEPO DRINGKING WATER REFILL (STUDY ON "DEPO SEGER" VILLAGE OF SONOREJO REGENCY KEDIRI)

Oleh:

ENDIRA WIDYA LUTFIANA

13.1.02.02.0435

Dibimbing oleh :

1. BAMBANG AGUS SUMANTRI, S.IP., M.M.
2. SIGIT RATNANTO, S.T., M.M.

PROGRAM STUDI MANAJEMEN

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

2017

Artikel Skripsi
Universitas Nusantara PGRI Kediri

SURAT PERNYATAAN
ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2017

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Lengkap	:	Endira Widya Lutfiana
NPM	:	13.1.02.02.0435
Telepon/HP	:	+6282229447838
Alamat Surel (Email)	:	endira.w.lutfiana@gmail.com
Judul Artikel	:	Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Depo Air Minum Isi Ulang (Studi Pada "Depo Seger) Desa Sonorejo Kabupaten Kediri.
Fakultas – Program Studi	:	Ekonomi – Manajemen
Nama Perguruan Tinggi	:	Universitas Nusantara PGRI Kediri
Alamat Perguruan Tinggi	:	Jalan K.H. Achmad Dahlan 76 Kediri

Dengan ini menyatakan bahwa:

a. Artikel yang saya tulis merupakan karya saya pribadi (bersama tim penulis) dan bebas plagiatisme;
b. Artikel telah diteliti dan disetujui untuk diterbitkan oleh Dosen Pembimbing I dan II.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila dikemudian hari ditemukan ketidak sesuaian data dengan pernyataan ini dan atau ada tuntutan dari pihak lain, saya bersedia bertanggungjawab dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Mengetahui		Kediri, 14 Juli 2017
Pembimbing I	Pembimbing II	Penulis,
Bambang Agus Sumantri, S.IP., M.M. NIDN. 0730088001	Sigit Ratnanto, S.T., M.M. NIDN. 0706067004	Endira Widya Lutfiana NPM. 13.1.02.02.0435

PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI DEPO AIR MINUM ISI ULANG (STUDI PADA "DEPO SEGER" DESA SONOREJO KABUPATEN KEDIRI)

Endira Widya Lutfiana
13.1.02.02.0435
endira.w.lutfiana@gmail.com
Fakultas Ekonomi-Prodi Manajemen
BAMBANG AGUS SUMANTRI, S.IP., M.M..
SIGIT RATNANTO, S.T., M.M.
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI

ABSTRAK

Penelitian ini dilatar belakangi oleh air merupakan unsur yang paling penting dalam kehidupan setelah udara. Sebagian besar tubuh manusia terdiri dari air. Air yang dibutuhkan manusia meliputi air layak pakai yang bersih dan sehat untuk keperluan memasak, mencuci, dan mandi serta air yang layak konsumsi untuk keperluan minum. Salah satunya penjualan Depo air minum isi ulang di Depo "Seger" di desa Sonorejo kabupaten Kediri.

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Depo air minum Seger di desa Sonorejo Kabupaten Kediri.

Pendekatan penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan pendekatan kuantitatif. Populasi yang diperoleh berdasarkan data adalah tidak terbatas. Metode pengambilan sample adalah menggunakan rumus Slovin. Sampel dalam penelitian ini sebanyak 60 orang yang merupakan konsumen Depo "Seger".

Hasil penelitian ini adalah (1) secara parsial (individu) variabel harga 0,000<0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima, kualitas produk 0,000<0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_2 diterima, dan kualitas pelayanan 0,003<0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima, maka harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (2) secara simultan (bersama-sama), variabel harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan 0,000<0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_4 diterima maka variabel tersebut berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan simpulan hasil penelitian yang di lakukan pada Depo "Seger" diharapkan untuk selalu menjaga kestabilan harga, meningkatkan kualitas produk dan kualitas pelayanan agar dapat memenuhi selera, keinginan dan kebutuhan konsumen. Sehingga tujuan Depo "Seger" dapat dicapai dan semakin berkembang kedepannya.

KATA KUNCI : Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

I. LATAR BELAKANG

Air merupakan unsur yang paling penting dalam kehidupan setelah udara. Sebagian besar tubuh manusia terdiri dari air. Air yang dibutuhkan manusia meliputi air layak pakai yang bersih dan sehat untuk keperluan memasak, mencuci, dan mandi serta air yang layak konsumsi untuk keperluan minum. Menurut perhitungan WHO di negara-negara maju tiap orang memerlukan air antara 60120 liter per hari, sedangkan di negara-negara berkembang, termasuk Indonesia tiap orang memerlukan air antara 30-60 liter per hari. Air minum adalah air yang kualitasnya memenuhi syarat kesehatan dan dapat langsung diminum, syarat kesehatan yang dimaksud adalah mikrobiologi, kimia fisika dan radio aktif. Era pembangunan dan perindustrian pada saat ini telah meningkatkan taraf hidup manusia, akan tetapi pembangunan menjadi suatu dampak pencemaran air yang sangat menyolok. Sungai-sungai dan sumber-sumber air banyak tercemar unsur kimia organik, non organik, logam berat, dan sebagainya yang dapat membawa kerugian fatal bagi tubuh manusia.

Memuaskan kebutuhan konsumen adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan konsumen dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller yang dikutip dari buku Manajemen Pemasaran mengatakan bahwa Kepuasan Konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (2007:177).

Harga bukan hanya angka-angka dilabel harga. Harga mempunyai banyak bentuk dan melaksanakan banyak fungsi, sewa, uang sekolah, ongkos, upah/*fee*, bunga, tarif, biaya, penyimpanan, gaji, dan komisi semuanya merupakan harga yang harus di bayar untuk mendapatkan barang atau jasa.

Kualitas pelayanan yang baik dan berkualitas akan cenderung memberikan kepuasan yang lebih kepada pelanggan yang menggunakan jasa pada perusahaan tersebut. Tanpa memperhatikan kualitas pelayanan maka jangan harap perusahaan dapat terus mempertahankan image dimata pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis mencoba mengadakan penelitian dengan judul : **"Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pelanggan di Depo Air Minum Isi Ulang (Studi Pada "Depo Seger) Desa Sonorejo Kabupaten Kediri.**

Rumusan Masalah :

1. Apakah terdapat pengaruh signifikan harga terhadap kepuasan pelanggan pada Depo "Seger" ?
2. Apakah terdapat pengaruh signifikan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Depo "Seger" ?
3. Apakah terdapat pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Depo "Seger" ?
4. Apakah terdapat pengaruh signifikan harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Depo "Seger".

II. Kajian Teori

Menurut Kotler (2009:139) Kepuasan konsumen adalah suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan konsumen dipenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.

Menurut Laksana (2008:113) Pengertian harga dapat didefinisikan sebagai alat tukar, hal ini bahwa "harga adalah jumlah uang (kemungkinan ditambah beberapa barang) yang dibutuhkan untuk memperoleh beberapa kombinasi sebuah produk dan pelayanan yang menyertainya".

Menurut Kotler (2009:142) produk adalah segala sesuatu baik yang bersifat fisik maupun non fisik yang dapat ditawarkan kepada konsumen untuk memenuhi keinginan dan kebutuhannya. Kualitas (*quality*) adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut Kotler (2008:50) Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Kotler (2008:50).

III. METODE PENELITIAN

Teknik Penelitian dan Pendekatan

Sesuai permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini menggunakan tehnik penelitian asosiatif kausal yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih.

Penelitian ini menjelaskan hubungan memengaruhi dan dipengaruhi dari variabel-variabel yang akan diteliti. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan pendekatan kuantitatif.

Pendekatan kuantitatif digunakan karena data yang akan diambil untuk menganalisis pengaruh antar variabel dinyatakan dengan angka, Sugiyono (2012:11).

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada Depo "SEGER". Depo ini berdiri tanggal 1 November 2012, pemiliknya bernama Ridho Faturohman dengan luas depo 70 m, yang beralamatkan desa Sonorejo, dusun Sumbersari RT/RW 002/001, Grogol, Kabupaten Kediri.

Waktu penelitian ini berlangsung selama kurang lebih 3 bulan, mulai bulan April sampai dengan Juni 2017.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Jadi, kumpulan elemen itu menunjukkan jumlah, sedangkan ciri-ciri tertentu menunjukkan karakteristik dari kumpulan itu, Sanusi (2011:87). Dengan demikian bahwa populasinya adalah pelanggan yang membeli produk pada Depo "Seger".

Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut, Sugiyono (2012:61). Sampel adalah bagian dari elemen-elemen populasi yang terpilih. Berdasarkan jumlah populasi yang terdapat pada Depo "Seger" maka sampel yang digunakan adalah semua populasi yang berjumlah. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *total sampling*. Digunakan teknik ini karena populasi yang akan diteliti adalah jumlah pelanggan yang membeli produk pada Depo "Seger" sehingga sampel yang diambil berasal dari keseluruhan populasi pelanggan pembelian Depo "Seger" yang diambil berdasarkan waktu penelitian dari bulan April-Mei 2017 adalah 148 orang. Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan pendekatan Slovin, sebagai berikut :

$$n = \frac{\mathrm{N}}{1 + \mathrm{Ne}^2}$$

n = jumlah sampel

N = Ukuran populasi

e = Margin of eror

Dengan menggunakan nilai d sebesar 10% maka diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

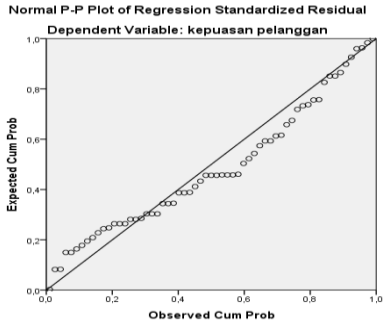
$$n = \frac{148}{1 + (148)(0{,}1)^2}$$

= 59,67 dibulatkan menjadi 60 responden

Dalam penelitian ini menggunakan teknik kuesioner untuk mendapatkan tanggapan responden dengan melibatkan sampel sebanyak 60 responden.

IV. HASIL DAN KESIMPULAN

Uji Normalitas



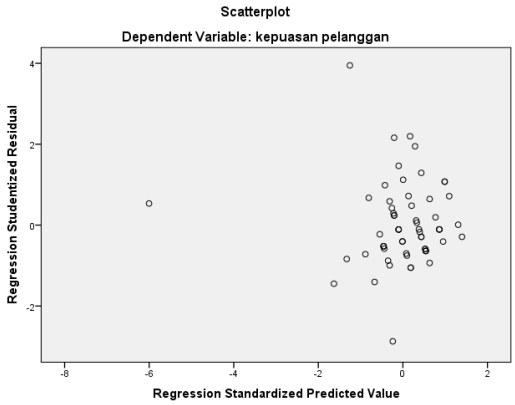
Gambar 4.1 Uji Normalitas

Sumber: *Output IBM SPSS versi 23*

Berdasarkan gambar 4.1 diatas dapat diketahui bahwa data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal. Oleh karena itu dapat dinyatakan bahwa dalam variabel-variabel ini berdistribusi normal.

Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedatisitas menunjukkan keadaan di mana residual (e_i) mempunyai nilai varian yang sama. Sebaliknya jika residual (e_i) mempunyai nilai varian yang berbeda-beda berarti terjadi kasus heteroskedatisitas. Model regresi yang baik adalah model regresi yang tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas. Pendeteksian kasus heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan berbagai cara, salah satunya dengan melihat *scatter plot*. Jika titik-titik menyebar di atas nol dan di bawah nol, menyebar secara acak dan tidak membentuk pola maka dapat dikatakan tidak terjadi kasus heteroskedatisitas. Hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan grafik *scatter plot* di tunjukan pada gambar 4.2 dibawah ini:



Gambar 4.2 Uji Heteroskedastisitas

Sumber: *Output IBM SPSS versi 23*

Berdasarkan gambar 4.2, diketahui bahwa tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. hal ini menunjukkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Autokorelasi

Autokorelasi adalah keadaan yang menunjukkan residual (e_i) memiliki hubungan dari satu observasi ke observasi lainnya. Model regresi yang baik adalah regresi yang bebas dari autokorelasi. Untuk mengetahui model regresi dikatakan terjadi autokorelasi jika nilai durbin watson berada antara du sd 4-du. Berikut ini hasil uji *Durbin-Watson* (DW *test*) yang nilainya akan dibandingkan dengan menggunakan nilai signifikansi 5%, ditunjukkan pada Tabel 4.8 dibawah ini:

Tabel 4.8 Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary[b]

Model	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,642	2,436

Sumber: *Output IBM SPSS versi 23*

Berdasarkan tabel 4.8, dapat dilihat bahwa nilai *Durbin Watson (DW Test)* sebesar 2,436. Nilai tersebut akan dibandingkan dengan nilai tabel dengan menggunakan nilai signifikansi 5%, jumlah sampel 60 (n) dan jumlah variabel independen 3 (k=3), maka ditabel *durbin watson* akan didapatkan batas atas (du) 1,69 sehingga 4 – du = 4-1,69= 2,301. Dengan demikian diketahui nilai *Durbin Watson* terletak antara du s/d 4 – du (1,69 < 2,436 < 2,301), sehingga dapat dinyatakan bahwa persamaan regresi tersebut tidak terdapat gejala autokorelasi dan uji asumsi klasik telah terpenuhi.

Uji Multikolinearitas

Multikolinearitas merupakan kasus di dalam regresi dimana ada hubungan yang kuat antar variabel bebas, di dalam regresi tidak boleh terjadi hubungan antar variabel bebas. Salah satu pengujian multikolineritas yang sering digunakan adalah melihat nilai VIF atau nilai *tolerance* (VIF=1/*tolerance*). Kriteria yang digunakan adalah jika nilai VIF lebih kecil dari 10 atau nilai *tolerance* lebih besar dari 0,1 maka regresi tidak terjadi multikolineritas. Berikut hasil uji multikolinieritas dari analisis matrik korelasi antar variabel independen dan perhitungan nilai *tolerance* dan VIF, ditunjukkan pada tabel 4.7 dibawah ini :

Tabel 4.7 Hasil uji multikolinieritas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga	, 031	32,179
	Kualitas Produk	, 043	23,099
	Kualitas pelayanan	, 284	3,527

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Berdasarkan tabel 4.7, dapat dilihat bahwa model regresi tidak mengalami gangguan multikolinieritaas. Hal ini menunjukkan nilai VIF semua variabel bebas dalam penelitian ini lebih kecil dari 10 sedangkan nilai toleransi semua variabel bebas lebih dari 0,1 atau 10%. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinieritas antar variabel bebas dalam model regresi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients
		B	Std. Error	Beta
1	(Constant)	-.189	,535	
	Harga	,739	,110	1,457
	Kualitas Produk	,518	,129	,737
	Kualitas Pelayanan	,187	,061	,222

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan table 4.9 diatas, maka persamaan regresi disusun sebagai berikut:

$Y= -0,189 + 0,739\ X_1 + 0,518\ X_2 + 0,187\ X_3$

Artinya:

1. Nilai a yaitu = -0,189, artinya semua variabel bebas yaitu harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan mempunyai hubungan yang negatif terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan pelanggan yang artinya ada variabel terikat yang menghasilkan nilai negatif karena tidak semua pelanggan mempunyai nilai positif terhadap sebuah produk.
2. Regresi X1 0,739 , artinya bahwa setiap harga secara positif sangat diminati pelanggan karean harganya yang relatif murah dibandingkan depo lainnya sehingga harga mengakibatkan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,739 bila variabel lainnya konstan.
3. Regresi X2 0,518, artinya bahwa setiap peningkatan kualitas produk secara positif naik sehingga akan mengakibatkan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,518 bila variabel lainnya konstan.
4. Regresi X3 0,187, artinya bahwa setiap peningkatan kualitas pelayanan secara positif naik sehingga akan mengakibatkan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,187 bila variabel lainnya konstan.
5. Regresi antara X1, X2, dan X3 yang paling dominan adalah harga dengan nilai 0,739 bahwa harga sangat mempengaruhi paling besar diantara variabel X2 dan X3 karena dengan harga yang realif murah diantara harga pesaing depo lain menimbulkan pernyataan puas dan positif terhadap harga. Sehingga pelanggan melakukan pembelian berulang di depo “Seger”.

Analisis Koefisien determinasi (R^2)

Tabel 4.12 Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,957[a]	,917	,912

a. Predictors: (Constant), Harga, Kualitas produk, Kualitas pelayanan.
b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tabel 4.12, dapat diketahui nilai *adjusted R square* adalah sebesar 0,912. Hal ini menunjukkan besarnya pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 91,2%, berarti masih ada variabel lain yang mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 8,8%, akan tetapi variabel tersebut tidak diteliti dalam penelitian ini.

Uji t (parsial)

Tabel 4.10 Hasil Uji t

Coefficients[a]

Model	T	Sig.
(Constant)	-,189	,725
Harga	,739	,000
Kualitas produk	,518	,000
Kualitas pelayanan	,187	,003

a. Dependent Variable:kepuasan pelanggan

Berdasarkan perhitungan tabel 4.10 diatas maka diketahui bahwa:

1. Variabel harga (X1) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 6,721 signifikan pada 0,000. Sementara t_{tabel} adalah sebesar 2,028 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan harga sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_1 diterima. Dengan demikian terbukti bahwa harga (X1) secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).
2. Variabel kualitas produk (X2) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 4,016 signifikan pada 0,000. Sementara t_{tabel} adalah sebesar 2,028 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan kualitas produk sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_2 diterima. Dengan demikian terbukti bahwa harga (X2) secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).
3. Variabel kualitas pelayanan (X3) memperoleh nilai t_{hitung} sebesar 3,091 signifikan pada 0,003. Sementara t_{tabel} adalah sebesar 2,028 yang berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikan kualitas pelayanan sebesar 0,003 < 0,05 yang artinya H_0 ditolak dan H_3 diterima. Dengan demikian terbukti bahwa periklanan (X3) secara parsial atau individu berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Uji F (Simultan)

Tabel 4.11 Hasil Uji f

ANOVA[a]

Model		F	Sig.
1	Regression	209,378	,000[b]
	Residual		
	Total		

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan
b. Predictors: (Constant)

Berdasarkan perhitungan tabel 4.11 diatas maka diketahui bahwa:

Pengujian ini dilakukan dengan membandingkan besarnya nilai F_{hitung} dengan F_{tabel}. Dari tabel diatas telah diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 209,378. Selanjutnya menghitung F_{tabel} dengan melihat ditabel F dengan mempertemukan antara taraf signifikasi yaitu 0,05 dengan $(df_1;df_2)$ = (3;36) dimana df_1 adalah k = 3 dan df_2 adalah n-k-1 = 60-3-1 = 56 sehinga diperoleh hasil F_{tabel} 2,87

Dari perhitungan tersebut dapat disimpulkan bahwa, nilai F_{hitung} = 209,378 > F_{tabel} = 2,87 atau nilai sig. 0,000 < 0,05 artinya H_0 ditolak. Hal ini berarti secara simultan semua variabel bebas yakni harga, kualitas produk, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Simpulan

Berdasarkan semua hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan mengenai pengaruh harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Depo Air Minum Isi Ulang (Studi Kasus "Depo Seger") Desa Sonorejo Kabupaten Kediri , maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Harga berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Depo Air Minum Isi Ulang (Studi Kasus "Depo Seger") Desa Sonorejo Kabupaten Kediri.
2. Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Depo Air Minum Isi Ulang (Studi Kasus "Depo Seger") Desa Sonorejo Kabupaten Kediri.
3. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Depo Air Minum Isi Ulang (Studi Kasus "Depo Seger") Desa Sonorejo Kabupaten Kediri.
4. Secara simultan harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di Depo Air Minum Isi Ulang (Studi Kasus "Depo Seger") Desa Sonorejo Kabupaten Kediri.

V. DAFTAR PUSTAKA

Alfi Sukma Wijaya. 2012. *Pengaruh Harga, Kualitas produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Pelanggan melalui Kepuasan Pelanggan pada Counter*

HP "Jati Bird" Semarang. Diunduh tanggal 14 April 2017.

Anwar, Sanusi. 2011. *Metodelogi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.

Amin Tohari, M.Si. *Bahan Ajar Praktikum SPSS 21.0. Fakultas Ekonomi Universitas Nusantara PGRI Kediri.* 2015.

Dina Ariani. 2015. *Pengaruh Harga Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Goro Assalam Hypermart Pabelan Sukoharjo.* Diunduh tanggal 14 April 2017.

Duwi Priyatno. 2012. *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta.

Fajar, Laksana. 2008. *Manajemen Pemasaran. Pendekatan Praktis. Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Fandy, Tjiptono. 2005. *Strategi Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: CV. Andi Offseta.

Fandy, Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: CV. Andi Offseta.

Fandy, Tjiptono.2009. *Manajemen Jasa. Edisi kedua*. Penerbit Andi. Yogyakarta.

Griffin, Jill. 2005. *Customer Loyality: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga.

Ita Permatasari Fakultas Ekonomi Universitas Semarang. 2010. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada Toko Slamet Souvenir Semarang).* Diunduh tanggal 14 April 2017.

Kotler, Philip dan Amstrong. 2005. *Marketing Management. Edisi 12.* Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2012. *Marketing Management. Edisi 14. Global Edition. Pearson Prentice Hall.*

Novi Wahyu Worodiyanti SI Pendidikan Tata Rias, Fakultas Teknik Universitas Negeri Surabaya .2009. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Elladerma Skin Care Malang.* Diunduh tanggal 14 April 2017.

Maria R. Walangitan. 2016. *Gambaran Kualitas Air Minum Dari Depot Air Minum Isi Ulang di Kelurahan Karombasan Selatan Menurut Parameter Mikrobiologi Universitas Sam Ratulangi Manado*. Jurnal diunduh tanggal 15 Juni 2017.

Philip, Kotler dan Kevin Lane, Keller. 2006. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.

Philip, Kotler dan Kevin Lane. Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi 12. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Philip, Kotler dan Kevin Lane. Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.

Philip, Kotler dan Kevin Lane, Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

Philip, Kotler dan Kevin Lane. Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran. Edisi 14. Jilid 2*. Jakarta: Erlangga.

Sugiyono. 2012. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2012. *Metode Kuantitatif. Kualitatif. Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Suliyanto. 2005. *Analisis Data dalam Aplikasi Pemasaran*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Suryadi dan Purwanto. S.K. 2009. *Statistika untuk Ekonomi dan Keuangan Modern. Edisi 2*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

Tagor M.P. Panjaitan .2012. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Tempat dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus pada Restoran Simpang Raya BSD.* Diunduh tanggal 14 April 2017.

Ujang, Sumarwan. 2011. *Perilaku Konsumen; Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran.* Edisi kedua. Bogor: Ghalia Indonesia.