

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM (PDAM) DI SURABAYA BARAT

Nela Vivianti¹

Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Indonesia

Email : nelavivianti@gmail.com

Evianah²

Universitas Wijaya Kusuma Surabaya, Indonesia

Abstract

Customer satisfaction is a feeling of happy or disappointed someone who produces from comparing performance results in hopes. Many factors affecting satisfaction include namely the quality of service and product quality. The purpose of this research is to know whether the quality of service and product quality affects PDAM customer satisfaction in West Surabaya. The sample in this study were 100 respondents. For data collection techniques using primary, secondary data and questionnaires data, then tested using validity and reliability. Data analysis technique is using multiple linear regression analysis and T test.

The results showed that in the results of research quality variables (X1) project positively on customer satisfaction (Y). And the product quality variable (X2) has a positive effect on customer satisfaction (Y). It can be interpreted that, simultaneously both variables is the quality of service and product quality has a positive and significant effect on customer satisfaction on PDAM in West Surabaya. At R-Square value of 0,529 which means that it means that the contribution of the quality of service quality and product quality to customer satisfaction is 52.9%. while the remaining 47,1% is influenced by other variables.

Keywords: Service Quality, Product Quality, Satisfaction Customer

PENDAHULUAN

Air yaitu sebuah sumber kehidupan bagi manusia, yang tidak akan dapat dilepaskan dari kehidupan ini. Di dunia penyediaan air bersih, menjadi perhatian yang khusus tidak terkecuali di bangsa Indonesia. Penyediaan air amatlah sangat penting bagi kebutuhan dasar sehari-hari. Kebutuhan air bersih tersebut dari waktu ke waktu semakin mengalami peningkatan, sejalan dengan taraf kehidupan seperti, pertumbuhan penduduk dan faktor dimana perkembangan pembangunan. Dengan itu maka air menjadi wujud sumber alam yang sangat penting, untuk keberlanjutannya kehidupan manusia. Namun saat ini sulit sekali mendapatkan suplai air bersih, sehingga memerlukan suatu jasa pelayanan penyedia air bersih untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Seorang konsumen yang puas menjadi sebuah asset berharga bagi suatu perusahaan itu sendiri. Sehingga perusahaan harus mampu mempertahankan kepuasan bagi pelanggan

dengan meningkatkan pelayanan dan kualitas produk yang baik bagi pelanggannya. Menurut Kotler dan Keller (2016:153), “kepuasan merupakan sebuah perasaan senang ataupun kecewa seseorang yang dihasilkan dari membandingkan kinerja (atau hasil) yang dirasakan suatu produk atau layanan dengan harapannya.”

Kualitas pelayanan merupakan upaya yang dijalankan perusahaan agar harapan yang dimiliki konsumen dapat terpenuhi melalui jasa dan produk yang telah ditawarkan ke konsumen atau pelanggannya, dengan tujuan agar menjamin konsumen dapat terpuaskan. Artinya yaitu kualitas pelayanan dapat terwujud melalui upaya yang dijalankan perusahaan agar kebutuhan serta keinginan pelanggan terpenuhi dan mampu seimbang dengan harapan pelanggan.

Berdasarkan Kotler dan Keller (2017: 121) menjelaskan bahwasanya kualitas produk mencakup berbagai karakteristik keunggulan seperti daya tahan, presisi, keandalan, kemudahan penggunaan dan pemeliharaan, serta kapasitas suatu produk guna mencapai tujuan yang dimaksud. Jadi kualitas produk adalah kemampuan produk agar dapat bertahan, dapat diandalkan dan mudah digunakan oleh pengguna, serta dapat memenuhi ekspektasi atau harapan pelanggan.

Penelitian terdahulu sudah banyak yang mengkaji mengenai faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Penelitian yang telah dijalankan Ahmad Izzudin (2020) dan Muhammad Muhsin (2020) menunjukkan hasil bahwasanya kualitas layanan memberi pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, berbeda dengan yang telah dijalankan Meli Andriyani (2020) dan Riski Eko Ardianto (2020) menunjukkan temuan penelitiannya bahwasanya kualitas pelayanan tidak memberi pengaruh pada kepuasan pelanggan.

Penelitian yang dijalankan Malik Ibrahim (2019) dan Sitti Marijam Thawil (2019) menunjukkan hasil bahwasanya antar kualitas produk dengan kepuasan pelanggan ada pengaruh signifikan, sedangkan penelitian oleh Ahmad Izzudin (2020) dan Muhammad Muhsin (2020) menunjukkan hasil bahwasanya kualitas produk tidak memberi pengaruh signifikan pada kepuasan konsumen.

Saat ini PDAM masih melakukan upaya untuk memastikan kualitas layanan dan produk air bersih yang disediakan untuk masyarakat. Sehingga saat peneliti melakukan survey pada para pelanggan PDAM, peneliti mendapatkan keluhan-keluhan dari pelanggan PDAM khususnya warga di Surabaya Barat yaitu: 1) Mereka menyampaikan bahwa pelayanan pihak PDAM kurang cepat tanggap, 2) Kebocoran saluran yang tidak terlihat sering terjadi, sehingga menghambat penyediaan air bersih kepada pelanggan tanpa gangguan.

Mengenai kualitas air yang mengalir melalui pipa warga juga menjadi motivasi PDAM agar dapat meningkatkan kualitasnya sebagai penyedia air bersih. Karena masyarakat juga menyampaikan keluhan bahwa: 1) Aliran air tidak selalu lancar mengalir selama 24 jam, 2) Air yang masuk pada rumah warga sering sekali muncul endapan kotor sehingga warga harus sering menguras bak mandinya, 3) Warna air PDAM yang sedikit menguning dan keruh, 4) Dan saat ini warga yang berlangganan pada PDAM dari beberapa tidak menggunakan airnya untuk masak, melainkan hanya digunakan saat mandi dan mencuci saja.

TELAAH PUSTAKA

Manajemen Pemasaran

Kotler dan Keller dalam Indrasari (2019:09), mengemukakan bahwasanya manajemen pemasaran ialah bentuk seni serta ilmu agar dapat memilih dan memperoleh sasaran pasar yang tepat, mempertahankan dan mengembangkan pelanggan sehingga dapat menciptakan penyampaian serta mengkomunikasikan atau memberikan nilai pelanggan yang unggul.

Kualitas Pelayanan

Berdasar pada Lewis dan Booms dalam Tjiptono, (2017:142), dengan kata lain, kualitas layanan yang diberikan dan kesesuaiannya dengan harapan pelanggan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan dapat dicapai dengan tidak hanya memuaskan persyaratan dan permintaan pelanggan, namun juga menyampaikannya secara tepat sehingga dapat memenuhi harapan mereka.

Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2017:121), kualitas produk tidak hanya mencakup fungsionalitas barang tetapi juga kualitas keunggulan lainnya seperti keandalan, akurasi, kemudahan penggunaan dan perbaikan, serta daya tahan. Sementara itu, Laksana (2008:89) menjelaskan kualitas produk dapat ditentukan dengan memeriksa sejumlah karakteristik suatu produk yang bisa memuaskan kebutuhan ataupun keinginan pelanggan, sehingga menumbuhkan kepuasan penggunaan produk.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Band dalam buku Indrasari (2019:87), mengungkapkan bahwa adanya kepuasan pelanggan dipengaruhi ketika kualitas bisa melebihi ekspektasi atau harapan juga kebutuhan pelanggan begitupun sebaliknya. Oleh karena itu, bila konsumen merasa tidak puas dengan produk ataupun jasa yang diperolehnya, maka mereka hendak mencari penyedia alternatif dalam upaya memenuhi harapannya. Sebagaimana dikemukakan oleh Kotler dan Keller (2016:153), kepuasan pelanggan ialah emosi yang ditimbulkan ketika mengevaluasi sejauh mana produk atau layanan memenuhi atau tidak memenuhi harapan pelanggan; emosi ini dapat mencakup kegembiraan dan ketidakpuasan. Pelanggan akan merasa senang dan puas apabila kinerja diatas dari harapan sedangkan bila kinerja jauh dibawah harapan maka akan timbul rasa tidak puas pada pelanggan.

Hubungan Antar Variabel

Menurut Kottler dan Armstrong dalam Indrasari (2019:61). Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi kualitas produk jasa. Apabila semakin tinggi suatu kualitas produk serta pelayanan maka pelanggan hendak semakin merasa puas, akibatnya suatu persahaan akan mendapat keuntungan. Kualitas pelayanan produk bisa diukur dari seberapa lama produk tersebut bisa bertahan. Efektifitas layanan dapat mengurangi kesenjangan antar harapan dan layanan produk yang diberi. Kualitas pelayanan yang umumnya diketahui adalah daya tanggap (responsiveness), bukti fisik (tangible), keandalan (reliability), jaminan (assurance), serta empati (emphaty). Adanya pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan telah ditemukan dalam hasil penelitian Ahmad Izzudin (2020) dan Muhammad Muhsin (2020) bahwa menunjukkan kualitas layanan memberi pengaruh

signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Konsumen hendak tertarik membeli produk jasa yang diberi apabila perusahaan terus berupaya dalam peningkatan kualitas pelayanan.

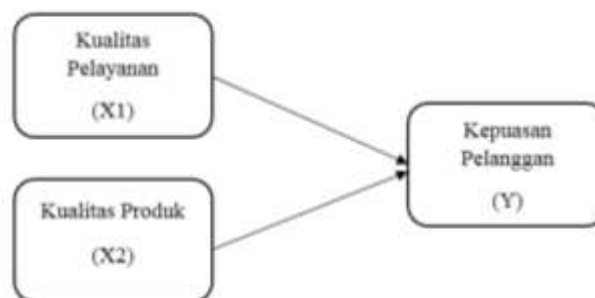
Menurut Kotler dan Keller (2017:121), kualitas produk mencakup beragam karakteristik yang menguntungkan yakni akurasi, daya tahan, keandalan, kesederhanaan pengoperasian dan perbaikan, serta kapasitas suatu produk guna menjalankan fungsi yang dimaksudkan. Ketika keinginan konsumen terpenuhi maka secara otomatis konsumen akan lebih puas. Agar konsumen merasa senang dan puas maka perusahaan sebagai produsen harus tetap meningkatkan kualitas produk. Penelitian yang dijalankan Malik Ibrahim (2019) dan Sitti Marijam Thawil (2019) menjelaskan bahwasanya ada pengaruh signifikan antar kualitas produk serta kepuasan pelanggan. Hubungan antar kualitas produk serta kepuasan konsumen sangatlah erat. Pada umumnya bila produk yang ditawarkan perusahaan mempunyai kualitas yang bagus maka konsumen yang mengkonsumsi secara langsung merasakan bahwa produk melebihi ekspektasi konsumen, maka para konsumen bisa dikatakan puas pada produk itu.

HIPOTESIS

- H1 = Ada pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan PDAM di Surabaya Barat.
- H2 = Ada pengaruh kualitas produk pada kepuasan pelanggan PDAM di Surabaya Barat.

Model Analisis

Gambar 1. Model Analisis



METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini yaitu mempergunakan pendekatan kuantitatif. Populasi atas penelitian ini ialah keseluruhan pelanggan PDAM di Surabaya Barat. Responden yang diambil sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampelnya mempergunakan teknik *non-probability sampling* ialah teknik *sampling insidental* yakni dimana setiap orang yang kebetulan ditemui peneliti dapat dijadikan sampel apabila titik yang ditemukan cocok untuk dijadikan sampel sumber data. Pengambilan sampel dengan acak, dengan cara yaitu pengambilan sampel berdasarkan random sampling.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

ialah suatu alat ukur yang disebut dengan angket yang digunakan didalam penelitian dengan tujuan untuk mengetahui kebenaran suatu pernyataan. Berdasarkan hasil uji validitas, pengukuran suatu variabel penelitian menentukan seberapa baik setiap pernyataan indikator yang diujikan. Instrumen dikatakan valid apabila *pearson corelation* $>0,4$ Sig $<0,05$.

Tabel 1.
Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Total Pearson Corelation	Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X1.1	0,773	0,000	Valid
	X1.2	0,795	0,000	Valid
	X1.3	0,641	0,000	Valid
	X1.4	0,772	0,000	Valid
Kualitas Produk	X2.1	0,763	0,000	Valid
	X2.2	0,766	0,000	Valid
	X2.3	0,870	0,000	Valid
	X2.4	0,915	0,000	Valid
Kepuasan Pelanggan	Y1	0,847	0,000	Valid
	Y2	0,820	0,000	Valid
	Y3	0,777	0,000	Valid
	Y4	0,760	0,000	Valid

Uji Reliabilitas

Sejauh mana temuan pengukuran yang diperoleh dengan objek yang sama dan mendapat informasi data yang identik merupakan pengujian reliabilitas. Proses pengujian reliabilitas memastikan konsistensi alat ukur, memastikan bahwa alat tersebut tetap dapat diandalkan dan konsisten meskipun dilakukan pengukuran berulang kali. Berdasarkan penelitian ini, ukuran yang digunakan untuk menguji reliabilitas yaitu *Cronbach Alpha* (a), bila skor $Alpha$ (a) $>0,60$ maka diartikan keseluruhan pernyataan itu reliabel.

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Reliabilitas Minimum	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,727	0,60	Reliabel
Kualitas Produk	0,850	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,809	0,60	Reliabel

Analisis Deskriptif

Menurut temuan Analisis Statistik Deskriptif, maka bisa digambarkan suatu distribusi data yang sudah didapat peneliti yaitu:

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1), dalam data diatas dideskripsikan bahwasanya nilai minimum 11, sementara nilai maxsimum 20 dengan rata-rata yaitu 16,63 dan standar devisiasi data nya adalah 1,988.
2. Variabel Kualitas Produk (X2), dalam data diatas dideskripsikan bahwasanya nilai minimum 6, sementara nilai maxsimum 20 dengan rata-rata yaitu 15,58 dan standar devisiasi data nya adalah 2,775.
3. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y), dalam data diatas dideskripsikan bahwasanya nilai minimum 6, sementara nilai maxsimum 20 dengan rata-rata yaitu 16,28 dan standar devisiasi data nya adalah 2,283.

Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi Berganda adalah metode analisis yang terdiri lebih dari dua variabel yaitu dua/lebih variabel independen dan satu variabel dependen. Arah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sering kali ditentukan melalui penggunaan analisis ini. Rumus model persamaan regresi ialah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Tabel 3. Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1 (Constant)	2.305	1.382		1.668	.099
Kualitas pelayanan	.561	.090	.488	6.260	.000
Kualitas produk	.299	.064	.363	4.657	.000

$$Y = 2,305 + 0,561(X1) + 0,299(X2)$$

Dimana :

- Nilai $\alpha = 2,305$ yang menjelaskan bahwasanya bila variabel bebas yakni kualitas pelayanan (X1) serta kualitas produk (X2) dalam keadaan konstanta maka besarnya kepuasan pelanggan (Y) ialah senilai 2,305.
- Nilai koefisien regresi (X1) = 0,561 yang menjelaskan bahwasanya tanda koefisien regresinya positif, hal inilah menjelaskan bahwasanya ada pengaruh searah antar variabel kualitas pelayanan (X1) dengan kepuasan pelanggan (Y) dimana dapat diartikan bahwasanya bila terjadi kenaikan pada variabel kualitas pelayanan (X1) sejumlah 1 satuan, maka kepuasan pelanggan hendak terjadi kenaikan senilai 0,561. Dengan itu asumsi variabel bebas lain pada kondisi konstan atau tetap.
- Nilai koefisien regresi (X2) = 0,299 yang menjelaskan bahwasanya tanda koefisien regresinya positif, hal inilah menjelaskan bahwasanya ada pengaruh searah antar variabel kualitas produk (X2) dengan kepuasan pelanggan (Y) dimana dapat diartikan bahwasanya bila terjadi kenaikan pada variabel kualitas produk (X2) sejumlah 1 satuan, maka kepuasan pelanggan hendak terjadi kenaikan senilai 0,299. Dengan itu asumsi variabel bebas lain pada kondisi konstan atau tetap.

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.727 ^a	.529	.519	1.58383

Hasil R senilai 0,727 dimana berarti bahwasanya hubungan variabel bebas terhadap variabel tergantung ialah cukup kuat. Di tabel bisa diperhatikan temuan uji regresi secara keseluruhan pada nilai R Square senilai 0,529 yang artinya menjelaskan bahwasanya kontribusi variabel kualitas pelayanan serta kualitas produk pada kepuasan pelanggan ialah senilai 52,9%. sementara sisanya 47,1% dipengaruhi variabel lainnya, dimana di penelitian ini tidak dibahas yakni harga, kepercayaan, loyalitas, serta lokasi juga masih banyak lagi.

Pembahasan

Berlandaskan dari hasil uji t, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada tabel diatas adalah didapat $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $6,260 > 1,984$ serta nilai sig. dengan $0,000 < 0,05$. Ini bisa diartikan bahwasanya H_0 diterima, maka

disimpulkan bahwasanya kualitas pelayanan ada pengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan. Berdasar pada Kottler dan Armstrong dalam Indrasari (2019:61), yaitu kualitas layanan ialah sekumpulan ciri maupun karakteristik suatu produk jasa yang memiliki kemampuan terhadap sebagaimana itu dapat memuaskan kebutuhan langsung ataupun tidak, kualitas dari produk jasa memiliki peran penting atas membentuk sebuah kepuasan pelanggan. Apabila peningkatan suatu kualitas produk serta pelayanan maka pelanggan akan semakin merasa puas, sehingga suatu perusahaan akan mendapat keuntungan.

Berdasarkan dari hasil peneliti sebelumnya yang telah dijalankan Ahmad Izzudin (2020) dan Muhammad Muhsin (2020) dimana mengemukakan bahwasanya kualitas layanan ada pengaruh signifikan pada kepuasan konsumen itu selaras dengan penelitian dari penulis di PDAM di Surabaya Barat. Dengan itu, bila kualitas pelayanan dapat ditingkatkan, maka konsumen atau pelanggan hendak ikut naik dan puas.

Berlandaskan dari hasil uji t, pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan pada tabel diatas adalah didapat $t_{hitung} > t_{tabel}$ sebesar $6,260 > 1,984$ serta nilai sig. dengan $0,000 < 0,05$. Ini bisa diartikan bahwasanya H_0 diterima, maka disimpulkan bahwasanya kualitas pelayanan ada pengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan. Berdasar pada Kotler dan Keller (2017:121), mengemukakan bahwasanya kualitas produk ialah kemampuan suatu produk saat menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan, ketepatan, keandalan, kemudahan operasi dan perbaikan, dan atribut yang bernilai lainnya.

Berdasarkan dari hasil peneliti sebelumnya yang sudah dijalankan Ahmad Izzudin (2020) dan Muhammad Muhsin (2020) menjelaskan bahwasanya kualitas produk tidaklah ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen itu tidak benar, karena hasil uji yang sudah dijalankan peneliti mengemukakan kualitas produk ada pengaruh positif pada kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN, SARAN dan KETERBATASAN PENELITIAN

Kesimpulan

Dari temuan penelitian serta pembahasan, maka akan diambil kesimpulan penelitian ini yakni:

1. Berdasarkan pada temuan pengujian dapat dilihat bahwasanya variabel Kualitas Pelayanan (X1) memberi pengaruh positif pada kepuasan pelanggan (Y). Ini menjelaskan bahwasanya ada pengaruh positif signifikan secara parsial antar kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan pada PDAM di Surabaya Barat.
2. Berdasarkan pada temuan pengujian bisa diperhatikan bahwasanya variabel Kualitas Produk (X2) memberi pengaruh positif pada kepuasan pelanggan (Y). Ini menjelaskan bahwasanya ada pengaruh positif signifikan secara parsial antar kualitas produk pada kepuasan pelanggan pada PDAM di Surabaya Barat.

Saran

Berlandaskan temuan penelitian, pembahasan, serta kesimpulan yang dicapai, maka diberi saran berikut:

1. Saat peneliti menjalankan observasi dilapangan, peneliti menemukan adanya keluhan pada pelanggan PDAM, yaitu masih banyaknya pelanggan yang menyatakan bahwa petugas survey dari PDAM ketika melakukan pengecek-an meteran air setiap bulannya dianggap kurang sopan karena ketika melakukan cek meteran air petugas survey tidak meminta ijin kepada pihak pemilik rumah. Sebaiknya Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) selalu memperhatikan dan memberikan himbauan kepada pegawai nya, terutama pada petugas survey agar lebih sopan dan santun serta ramah terhadap para pelanggan.
2. Adapun keluhan yang disampaikan oleh para pelanggan yaitu mengenai kualitas air karena suplai air PDAM yang kotor, air tidak lancar dan memiliki warna keruh mengakibatkan mereka yang berlangganan air harus sering-sering menguras bak mandi karena kotoran yang mengendap. Dan juga mengakibatkan air tidak bisa dipergunakan guna memasak melainkan hanya untuk mencuci dan mandi saja. Sebaiknya Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) selalu memperhatikan kualitas air yang harus ditingkatkan sehingga kepuasan pelanggan lebih meningkat.
3. Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) sebaiknya menjaga serta menjaga kepuasan pelanggan dengan mengarahkan para pegawai agar memberi pelayanan yang sopan, ramah dan lebih tanggap kepada pelanggan-nya. Dan terkait kualitas produk PDAM sebaiknya memperhatikan kualitas air nya untuk lebih ditingkatkan agar suplai air tidak kotor dan tidak berbau terutama ketika terjadi proses perbaikan pipa air. Sehingga kepuasan pelanggan tetap terpenuhi.

Keterbatasan Penelitian

Pada Penelitian ini hanyalah berfokus pada kualitas pelayanan serta kualitas produk saja sementara, masih banyak faktor lainnya yang mungkin bisa saja memengaruhi kepuasan pelanggan, tetapi masih belum diteliti di penelitian ini. Sehingga, bagi peneliti berikutnya dapat menambah variabel lain yang bisa menjadi pembeda-nya, sehingga memberikan gambaran yang sangatlah luas mengenai kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Asti Eka, Ayuningtyas Eka. (2020). Pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk dan harga terhadap kepuasan konsumen. *EKOMABIS: Jurnal Ekonomi Manajemen Bisnis* 1 (01), 1-14.

Fajar Laksana. *Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis* (Yogyakarta Graha Ilmu, 2008)

Harahap, Derisna. (2017). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan*, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

- Ibrahim, M., & Thawil, S. M. (2019). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis (JRMB) Fakultas Ekonomi UNIAT*, 4(1), 175-182.
- Indra, Afdal. (2018). Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtanadi cabang Medan Denai (Doctoral dissertation, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara).
- Indrasari, Meithiana. 2019. Pemasaran & Kepuasan Pelanggan. Cetakan Pertama. Unitomo Press.
- Izzuddin, A., & Muhsin, M. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan Dan Lokasi Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Indonesia*, 6(1), 72-78.
- Juliandi, Azuar dan Irfan (2014). Metode Penelitian Kuantitatif untuk ilmu-ilmu bisnis. (Cetakan pertama). Bandung: Citapustaka Media Perintis
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2008. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Erlangga.
- Lestiyono, Udin. 2018. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Konsumen CV. Multi Usaha Raya Jepara. Semarang: Jurnal Manajemen.
- Mariansyah Alvin, Syarif Amirudin. (2020). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga terhadap kepuasan konsumen cafe kabalu. *Jurnal Ilmiah Bina Manajemen* 3 (2), 134-146.
- Noviyanti Iis. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada CV Usaha Mandiri Jakarta Selatan. (*Jurnal Ilmiah Manajemen Forkamma*), Vol.1, No.2.
- Pahlawan, Muhammad Rezha. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan PDAM Kota Makassar (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).
- Romadhonyah, Asmaa. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Cirebon. *Jurnal Hukum Ekonomi syariah Universitas IAIN Nurjati Cirebon*.
- Sugiyono (2011), Statistika untuk penelitian, (Cetakan kesembilanbelas). Bandung: ALFABETA
- Sugiyono, (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D (Sutopo(Ed.);edisi kedua). Alfabeta
- Sugiyono. 2022. Metode Penelitian Kuantitatif. Bandung: CV Alfabeta.

Syahwi Muhammad, Pantawis Setyo. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Citra Perusahaan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *ECONBANK: Journal of Economics and Banking* 3 (2), 150-163.

Tjiptono, Fandy (2015) Strategi Pemasaran Edisi 4, (Penerbit ANDI: Yogyakarta)

<http://eprints.umpo.ac.id/4149/3/BAB%20II.pdf>

Diakses pada tanggal 17 Oktober 2023

[https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/download/20285/19132#:~:text=Menurut%20Laksana%20\(2008%3A89\),memberikan%20kepuasan%20atas%20penggunaan%20produk.](https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jiab/article/download/20285/19132#:~:text=Menurut%20Laksana%20(2008%3A89),memberikan%20kepuasan%20atas%20penggunaan%20produk.) Diakses pada tanggal 19 Oktober 2023