

PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN, HARGA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DEPO AIR ISI ULANG RRI

Isma Aprilia¹, Christina Menuk Sri Handayani²

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya^{1,2}

Ismaaprilias64@gmail.com¹

ABSTRAK

Air adalah salah satu unsur penting bagi kehidupan. Orang membutuhkan air untuk keperluan rumah tangga dan konsumsi. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui adakah pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan depo air isi ulang RRI di Desa Semampir Sedati. Metode penelitian menggunakan kuantitatif, teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda. Hasil penelitian variabel kualitas produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, sementara variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh secara signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Harga, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Water is one of the essential elements for life. People need water for household use and consumption. The purpose of this reseracrh to know the effect of product quality, service quality and price to customer satisfaction in depo water refiil RRI in Desa Semampir Sedati. Quantitative research methods, data collection techniques using questionnaires and data analysis using multiple linear regression analysis. Product quality variable research result have no significant effect on customer satisfaction variables, while the variable quality of service and pricing significantly affect customer satisfaction variables.

Keyword : Product Quality, Service Quality, Price, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Air adalah salah satu unsur penting bagi kehidupan setelah udara. Sistem dalam tubuh manusia sebagian besar memerlukan air (Endira, 2017).

Manusia memerlukan air dengan kualitasnya terbaik bagi terpenuhinya keperluan rumah tangga dan konsumsi. Untuk terpenuhinya kandungan air dalam tubuh manusia dengan cara mengkonsumsi air minimal 8 gelas sehari.

Pada saat ini kelangkaan air bersih sudah menjadi berita umum. Hal ini dikarenakan banyak industri besar hingga industri kecil yang membuang limbah hasil produksi ke sungai, selain itu adanya kegiatan menangkap ikan dengan bahan peledak dan kegiatan rumah tangga banyak menghasilkan sampah yang dibuang secara sembarangan. Kegiatan tersebut berdampak pada pencemaran air di lingkungan sekitar. Keadaan ini membuat masyarakat harus membeli air bersih untuk keperluan sehari-hari.

Air tidak bisa lepas dari kehidupan sehari-hari. Untuk memenuhi kebutuhan air bersih masyarakat memutuskan untuk membeli air. Demi kemudahan masyarakat dalam memperoleh air bersih banyak produsen yang membuka usaha depo air isi ulang.

Banyaknya usaha depo air isi ulang yang ada disekitar lingkungan membuat masyarakat harus teliti dalam membeli air. Depo air isi ulang dapat dikatakan layak apabila airnya lolos uji tes laboratorium yang didukung dengan mesin berteknologi baik serta kebersihan yang terjaga dan harga yang sesuai.

Kualitas diartikan sebagai hal penting bagi kelangsungan suatu usaha (Hana Catur Wahyuni,dkk, 2015:3). Air dikatakan bersih apabila dapat memenuhi syarat fisik, kimia dan mikrobiologi. Air bersih memiliki fisik yang tidak keruh, berwarna, tidak berasa, suhu berada diantara 10-25 derajat celsius dan tidak mengendap, (www.kompasiana.com).

Selain kualitas dari produk, produsen juga harus memberikan sebuah pelayanan yang dapat menumbuhkan rasa puas. Pelayanan diartikan sebuah alat komunikasi yang berguna untuk memasarkan produk atau jasa pada konsumen, (Zuyina Lukluk Aningsih, 2017:77). Pelayanan yang berbeda dari pesaing dapat menjadi nilai unggul dari usaha depo air isi ulang.

Pembeli akan tertarik untuk melakukan suatu pembelian apabila harganya cocok. Bagi pelaku usaha harga berperan penting dalam menjalin hubungan dengan pelanggannya. Penentuan harga yang rendah mempunyai fungsi untuk memenangkan pelanggan, (Kotler dan Keller, 2009:86).

Didalam kegiatan pemasaran rasa puas dari pelanggan menjadi tujuan utama bagi perusahaan. Pelaku usaha akan mengusahakan apa saja demi terciptanya rasa puas pada pelanggannya. Setiap kenaikan dan penurunan kepuasan pelanggan menjadi pengaruh bagi kelangsungan usaha.

Pertumbuhan penduduk yang semakin banyak maka akan semakin tinggi juga permintaan air bersih. Dari hasil survey Badan Pusat Statistik pada tahun 2017 untuk Kabupaten Sidoarjo masyarakatnya memiliki air yang layak dikonsumsi sebesar 94% sedangkan sisanya 6% tidak layak dikonsumsi disebabkan pencemaran air, (bps.go.id). Dampak pencemaran air menjadi masalah bagi masyarakat yang tinggal di desa dalam kota, salah satunya Desa Semampir Sedati.

Untuk mengatasi permasalahan yang ada membuka usaha depo air isi ulang merupakan suatu pemikiran yang baik. Usaha depo air isi ulang akan memberikan keuntungan dalam jangka waktu yang lama. Banyaknya usaha depo air isi ulang membuat persaingan yang ketat, hal ini juga dirasakan produsen depo air isi ulang yang berada di Desa Semampir Sedati.

Depo air isi ulang yang berada di Desa Semampir salah satunya adalah depo air isi ulang RRI. Usaha ini sudah berdiri sejak tahun 2016 dengan jumlah pelanggan pada tahun 2018 sebanyak 7.167 pelanggan dan jumlah penjualan sebanyak 24.651 galon. Untuk bertahan dalam dunia pemasaran depo air isi ulang RRI selalu memperhatikan kualitas airnya, apabila air yang dijual memiliki kualitas yang jelek maka bisa menimbulkan banyak penyakit salah satunya diare. Untuk membuat pelanggannya bertahan depo air isi ulang RRI memberikan pelayanan dan harga yang berbeda dari depo air isi ulang lainnya.

Dari permasalahan yang ada, penelitian ini mempunyai tujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada depo air isi ulang RRI di Desa Semampir Sedati.

RUMUSAN MASALAH

Dari latar belakang diatas, maka rumusan masalah penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan depo air isi ulang RRI di Desa Semampir Sedati?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan depo air isi ulang RRI di Desa Semampir Sedati?
3. Apakah harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan depo air isi ulang RRI di Desa Semampir Sedati?
4. Apakah kualitas produk, kualitas pelayanan, harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan depo air isi ulang RRI di Desa Semampir Sedati?

TINJAUAN PUSTAKA DAN HIPOTESIS

Kotler dan Amstrong (2008:10) mempunyai pendapat, manajemen pemasaran sebagai sebuah seni sekaligus ilmu yang dibutuhkan dalam memilih pasar sasaran sehingga dapat membangun hubungan yang menguntungkan.

Kotler berpendapat dalam Nindria Untarini (2014:112) kualitas produk sebagai suatu karakteristik dari produk atau jasa yang memberikan rasa puas setelah menggunakannya. Nindria Untarini (2014:114) berpendapat indikator kualitas produk terdiri dari kualitas yang dipersepsikan, kinerja, estetika, tampilan, daya tahan, kehandalan dan kesesuaian.

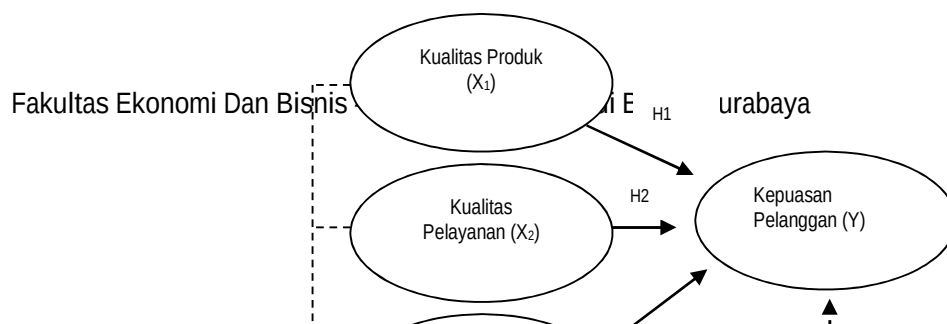
Zuyina Lukluk Aningsih (2017:83) mempunyai pendapat, kualitas pelayanan sebagai tingkat keunggulan dari pelayanan yang diberikan organisasi untuk kepuasan konsumen atau pelanggannya. Zuyina Lukluk Aningsih (2017:84) berpendapat indikator kualitas pelayanan terdiri dari daya tanggap, empati, bukti fisik, keandalan dan jaminan.

Tjiptono dan Chandra (2012:315) mempunyai pendapat, harga sebagai sejumlah uang atau aspek lain yang mempunyai kegunaan sebagai alat dalam memperoleh sebuah produk. Pengukuran harga dijelaskan oleh Kotler dan Amstrong yang ditulis kembali oleh Hadita (2019:27) harga yang dapat bersaing, terjangkaunya harga, sesuai harga terhadap manfaat dan kualitas produk.

Kotler dan Keller berpendapat dalam Fandy Tjiptono (2019:378) kepuasan pelanggan sebagai hal yang dirasakan oleh seseorang setelah melakukan perbandingan suatu hasil dengan harapannya. Kepuasan pelanggan dinilai dari kemampuan produk yang memenuhi harapan dan menciptakan kepuasan. (Kasmir, 2017:236).

Kerangka Konseptual

Penelitian dilakukan untuk melihat bagaimana pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, harga terhadap kepuasan pelanggan depo air isi ulang RRI di Desa Semampir Sedati. Adapun kerangka konseptual penelitian, sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

Hipotesis

H1 = kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan depo air isi ulang RRI.

H2 = kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan depo air isi ulang RRI.

H3 = harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan depo air isi ulang RRI.

H4 = kualitas produk, kualitas pelayanan, harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan depo air isi ulang RRI.

METODE

Depo air isi ulang RRI sebagai populasi dan diambil sebanyak 87 pelanggan untuk dijadikan sampel dengan menggunakan rumus slovin (Sugiyono, 2018:143). Pengambilan sampel menggunakan teknik non probability penarikan sampel menggunakan incidental.

Data terkumpul melalui penyebaran kuesioner selanjutnya akan dilakukan analisis data sebagai berikut:

Uji Instrumen

1. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui seberapa tepat penggunaan kuesioner sebagai instrument penelitian. Nilai signifikan $\alpha = 0,005$ $\alpha = 0,001$ (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015:36-43).

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dilakukan untuk menguji kepercayaan dari indikator penelitian dalam mengumpulkan data. Pengujian dikatakan reliabel bila hasil penelitian lebih besar dari 0,7 (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015:54-62).

Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah data tersebar secara normal atau tidak. Pengujian menggunakan uji Kolmogorof-Smirnov dengan nilai sign > 0,05 (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015:135).

2. Uji Heteroskedastisitas

Pengujian dilakukan sebelum analisis regresi dengan syarat harus terbebas dari gejala heteroskedastisitas. Pengujian menggunakan uji Glejser dengan nilai > 0,05 bisa juga dilihat dari gambar scatterplot (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015:139-141).

3. Uji Multikolinieritas

Pengujian dilakukan untuk mengetahui apakah variabel bebas terjadi korelasi dalam pembentukan model regresi. Untuk melihat gejala multikolinieritas, nilai VIF < 10 berarti model regresi baik tetapi nilai VIF > 10 berarti terjadi gejala multikolinieritas (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015:142).

4. Uji Autokorelasi

Pengujian dilakukan untuk melihat apakah ada hubungan linier dengan kesalahan pada serangkaian observasi. Nilai uji Durbin-Watson dibandingkan dengan nilai d_{tabel} (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015:145).

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis statistik yang menghubungkan dua atau lebih variabel bebas dengan variabel terikat dan bertujuan untuk mengukur hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Uji Hipotesis

1. Uji t

Pengujian dilakukan untuk melihat apakah variabel bebas dapat berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil pengujian didapat dari membandingkan nilai signifikan dengan 0,05 dan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015:168).

2. Uji F

Pengujian dilakukan untuk melihat apakah variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh terhadap variabel terikat. Hasil pengujian didapat dari membandingkan nilai signifikan dengan 0,05 dan nilai F_{hitung} dengan F_{tabel} (Lupiyoadi dan Ikhsan, 2015:167).

HASIL

Uji Validitas

Hasil uji validitas yang sudah diolah pada program SPSS versi 20 dapat dilihat dibawah ini,

Tabel 1
Hasil Uji Validitas Variabel X dan Y

Indikator	Item	Sign	Keterangan
Kualitas Produk (X ₁)			
	X _{1.1}		
	1	0,518**	Valid
	2	0,514**	Valid
	3	0,501**	Valid
X _{1.2}	1	0,336**	Valid
	2	0,457**	Valid
	3	0,309**	Valid
X _{1.3}	1	0,277**	Valid
	2	0,396**	Valid
	3	0,348**	Valid

X _{1.4}	1	0,479**	Valid
	2	0,503**	Valid
	3	0,447**	Valid
X _{1.5}	1	0,560**	Valid
	2	0,287**	Valid
	3	0,424**	Valid
X _{1.6}	1	0,480**	Valid
	2	0,475**	Valid
	3	0,332**	Valid
X _{1.7}	1	0,473**	Valid
	2	0,426**	Valid
	3	0,443**	Valid
X _{1.8}	1	0,550**	Valid
	2	0,390**	Valid
	3	0,356**	Valid
Kualitas Pelayanan (X ₂)			
X _{2.1}	1	0,607**	Valid
	2	0,475**	Valid
	3	0,769**	Valid
X _{2.2}	1	0,601**	Valid
	2	0,686**	Valid
	3	0,709**	Valid
X _{2.3}	1	0,796**	Valid
	2	0,728**	Valid
	3	0,462**	Valid
X _{2.4}	1	0,686**	Valid
	2	0,652**	Valid
	3	0,744**	Valid
X _{2.5}	1	0,701**	Valid
	2	0,652**	Valid
	3	0,619**	Valid
Harga (X ₃)			
X _{3.1}	1	0,615**	Valid
	2	0,674**	Valid
	3	0,219*	Valid
X _{3.2}	1	0,719**	Valid
	2	0,746**	Valid
	3	0,742**	Valid
X _{3.3}	1	0,533**	Valid
	2	0,743**	Valid
	3	0,599**	Valid
X _{3.4}	1	0,776**	Valid
	2	0,661**	Valid
	3	0,692**	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)			
Y ₁	1	0,782**	Valid
	2	0,742**	Valid
	3	0,810**	Valid
Y ₂	1	0,878**	Valid
	2	0,807**	Valid
	3	0,756**	Valid
Y ₃	1	0,735**	Valid

2	0,694**	Valid
3	0,704**	Valid

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Dari tabel tersebut didapatkan hasil setiap pernyataan kuesioner menunjukkan ketepatan perolehan data dengan dilapangan. Maka data tersebut valid.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas untuk variabel X dan Y dapat dilihat pada tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	Hasil	Nilai Kritis
Kualitas Produk (X ₁)	0,802	0,7
Kualitas Pelayanan (X ₂)	0,904	0,7
Harga (X ₃)	0,860	0,7
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,909	0,7

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Dari tabel 2 didapatkan hasil penelitian memiliki nilai yang lebih besar dari 0,7. Maka semua indikator yang digunakan dalam pengumpulan data dapat dipercaya.

Uji Asumsi Klasik

Dalam uji asumsi klasik terdapat uji normalitas, uji hesteroskedastisitas, uji multikolinieritas, uji autokorelasi. Hasil uji asumsi klasik sebagai berikut,

1. Uji Normalitas

Tabel 3
Hasil Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		87
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2.55293209
	Absolute	.102
Most Extreme Differences	Positive	.102
	Negative	-.076
Kolmogorov-Smirnov Z		.949
Asymp. Sig. (2-tailed)		.329

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Dari tabel uji normalitas nilai sign 0,329 yang lebih besar dari 0,05 artinya data mempunyai distribusi yang normal.

2. Uji Heteroskedastisitas



Gambar 1
Scatterplot Uji Heteroskedastisitas

Dari gambar 1 didapatkan titik-titik yang tersebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, titik-titik tersebut juga tidak membentuk suatu pola, maka dapat disimpulkan data terbebas dari gejala heteroskedastisitas sehingga layak diuji regresi.

3. Uji Multikolinieritas

Tabel 4
Hasil Uji Multikolinieritas

Variabel	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
Kualitas Produk	,593	1,686
Kualitas Pelayanan	,515	1,941
Harga	,455	2,197

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Dari tabel tersebut didapatkan nilai VIF < 10 artinya tidak ada gejala multikolinieritas maka layak untuk uji regresi.

4. Uji Autokorelasi

Tabel 5
Hasil Uji Autokorelasi

Durbin-Watson
1,896

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Dari tabel diatas nilai Durbin-Watson 1,896 nilai kemudian dibandingkan dengan nilai d_{tabel} 1,5908 dan nilai batas atas (du) 1,7232. Maka didapatkan kriteria $du < d < (4 - dl) = 1,7232 < 1,896 < 2,4192$ berarti tidak terdapat autokorelasi.

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 6
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Variabel	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
(Constant)	4,196	6,167
Kualitas Produk (X_1)	,028	,074
Kualitas Pelayanan (X_2)	,221	,071
Harga (X_3)	,362	,092

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Hasil dari tabel 6 persamaan regresi, sebagai berikut:

$$Y = 4,196 + 0,028X_1 + 0,221X_2 + 0,362X_3$$

Penjelasannya adalah :

1. Koefisien pada konstanta memiliki nilai 4,196 yang berarti bahwa tanpa adanya nilai kualitas produk, kualitas pelayanan dan harga maka besarnya kepuasan pelanggan sebesar 4,196 satuan.
2. Koefisien regresi pada variabel kualitas produk (X_1) sebesar 0,028 artinya setiap kenaikan kualitas produk sebesar satu-satuan, maka kualitas produk memberikan peningkatan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,028.
3. Koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan (X_2) sebesar 0,221 artinya setiap kenaikan kualitas pelayanan sebesar satu-satuan, maka kualitas pelayanan memberikan peningkatan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,221.
4. Koefisien regresi pada variabel harga (X_3) sebesar 0,362 artinya apabila harga tidak diturunkan atau dinaikkan, maka kepuasan pelanggan sebesar 0,362.

Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian ini dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan variabel bebas dalam menerangkan variabel terikat (Ghozali, 2016:95).

Tabel 7
Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square
1	,728 ^a	,530	,513

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Dari tabel tersebut untuk nilai Adjusted R Square sebesar 0,513 maka besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sebesar 51,3% masih ada pengaruh variabel lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan sebesar 48,7%.

Uji t

Tabel 8
Hasil Uji t

Standardized Coefficients	T	Sig.
(Constant)	,680	,498
Kualitas Produk (X ₁)	,373	,710
Kualitas Pelayanan (X ₂)	3,122	,002
Harga (X ₃)	3,945	,000

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Dari tabel 8 hasil uji t pada variabel kualitas produk (X₁) memiliki nilai signifikan 0,710. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan 0,002. Variabel harga memiliki nilai 0,000. Nilai tersebut akan dibandingkan dengan 0,05. Hasilnya variabel kualitas produk tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan sedangkan variabel kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Uji F

Tabel 9
Hasil Uji F

	F	Sig.
Regression	31,193	,000 ^b

Sumber: Data Primer Diolah, 2020

Dari tabel tersebut didapatkan nilai signifikan 0,000 nilai tersebut akan dibandingkan dengan 0,05. Maka didapatkan hasil H₀ ditolak H₁ diterima, artinya variabel bebas secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

SIMPULAN

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan depo air isi ulang RRI dengan nilai signifikan 0,710 > 0,05.

Kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan depo air isi ulang RRI dengan nilai signifikan 0,002 < 0,05.

Harga secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan depo air isi ulang RRI dengan nilai signifikan 0,000 < 0,05.

Secara bersama-sama kualitas produk, kualitas pelayanan, harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan depo air isi ulang RRI.

IMPLIKASI

Penelitian yang sudah dilakukan didapatkan hasil bahwa variabel kualitas produk secara parsial tidak dapat membuktikan hipotesis, sedangkan variabel kualitas pelayanan dan harga secara parsial dapat membuktikan hipotesis.

Hal ini membuktikan bahwa pelanggan depo air isi ulang RRI merasa puas dengan kualitas pelayanan dan harga yang diberikan, sedangkan untuk kualitas produk perlu diperhatikan kembali. Pihak depo air isi ulang RRI perlu melakukan kontrolisasi air setelah mendapatkan kiriman air dari produsen sumber air pegunungan, kontrolisasi dapat dilakukan dengan cara pengecekan kadar TDS dan Ph air.

KETERBATASAN PENELITIAN

Penelitian ini hanya dilakukan pada depo air isi ulang RRI yang ada di Desa Semampir Sedati. Variabel yang digunakan kualitas produk, kualitas pelayanan, harga dan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Aningsih, Zuyina Lukluk, 2017, Public Relation Dan Customer Service, Parama Publishing, Yogyakarta.
- Ghozali, H, I, 2016, Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 23 Edisi 8, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hadita, 2019, Promosi Dan Harga Pada Kepuasan Pelanggan Restoran Fast Food, Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 3, No.1, Hal. 25-38, ISSN: 2549-3604 (Online), ISSN: 2549-6972 (print), Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
- Kasmir, 2017, Customer Service Excellent Teori dan Praktik, Rajawali Pres, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2008, Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2009, Manajemen Pemasaran, Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Ridho Bramulya Ikhsan, 2015, Praktikum Metode Bisnis Riset, Salemba Empat, Jakarta.
- Lutfiana, Endira Widya, 2017, Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Depo Air Isi Ulang (Studi Pada “Depo Seger” Desa Sonorejo Kabupaten Kediri, Simki-Ekonomi, Vol. 01, No. 08, Tahun 2017, ISSN : BBBB-BBBB, Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Sugiyono, 2018, Metode Penelitian Kuantitatif, Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy dan Gregorius Chandra, 2012, Pemasaran Strategik, Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2019, Pemasaran Jasa Edisi Terbaru, Andi, Yogyakarta.
- Untarini, Nindria, 2014, Perilaku Konsumen, Unesa University Press, Surabaya.
- Wahyuni, Catur Hana, Wiwik Sulistiyowati dan Muhammad Khamim, 2015, Pengendalian Kualitas, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- <https://www.kompasiana.com> diakses pada tanggal 21 Oktober 2019.
- <https://jatim.bps.go.id> diakses pada tanggal 29 Oktober 2019.