

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Pada umumnya tujuan didirikan suatu perusahaan antara lain adalah untuk mendapatkan keuntungan yang diinginkan. Pencapaian tujuan perusahaan itu sendiri dapat dilakukan melalui kegiatan pemasaran untuk menjual hasil produknya. Kegiatan pemasaran mempunyai arti yang sangat penting bahkan dapat dikatakan sebagai ujung tombak perusahaan.

Suatu perusahaan dalam mengeluarkan produk sebaiknya disesuaikan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dengan begitu maka produk dapat bersaing di pasaran, sehingga menjadikan konsumen memiliki banyak alternatif pilihan produk yang ditawarkan.

Pada zaman modern saat ini seluruh perusahaan saling bersaing untuk mendapatkan posisi yang unggul di hati para konsumen, dalam hal ini perusahaan dituntut agar memiliki cara yang pas dalam melakukan strategi pemasaran agar mendapat pembeli yang setia. Suatu perusahaan harus merencanakan cara dalam menikat hati para konsumennya dan perencanaan tersebut adalah langkah awal untuk mencapai sebuah tujuan perusahaan. Pada dasarnya konsumen selalu menanyakan kualitas produk dan harga dalam suatu produk di perusahaan, kemudian para konsumen akan memilih kualitas produk yang bagus dan harga yang murah dalam membeli produk.

Pada saat ini perusahaan harus cerdas dalam mengambil keputusan untuk menarik hati para konsumen agar tetap setia pada produk perusahaan, tidak hanya itu saja yang harus diperhatikan dalam perencanaan perusahaan masih banyak perencanaan untuk menyusun bagaimana cara agar perusahaan itu maju dan berkembang dalam membuat produk yang berkualitas. Dalam hal ini perusahaan harus dapat menarik hati para konsumen karena perusahaan adalah penyedia produk berarti dituntut untuk memiliki strategi yang pas agar para konsumen tetap memilih produk, kemudian perusahaan harus membuat produk yang berkualitas dan memilih harga yang sesuai dengan pasar agar konsumen memilih setiap merek yang dikeluarkan oleh perusahaan dan cara yang tepat dalam mempertahankan konsumen adalah kualitas produk dan harga.

Sebagai salah satu tim sepak bola profesional di Indonesia, Persib Bandung melalui PT Persib Bandung Bermartabat (PT PBB) terus mengembangkan potensinya di luar dunia sepak bola. Di tahun 2018 ini, bertepatan dengan acara peluncuran tim Persib Bandung yang akan berlaga di Liga 1 2018 pada 17 Maret yang lalu, PT PBB juga turut meresmikan gedung Graha Persib yang baru saja selesai direnovasi. Graha Persib merupakan salah satu perusahaan yang ada di Bandung. Graha Persib salah satu usaha yang dimiliki oleh PT PBB selain dari club sepak bola, Graha Persib Terletak di Jalan Sulanjana Nomor 17 Bandung. Kebijakan dalam kualitas produk dan penentuan harga adalah sesuatu yang sangat perlu dilakukan oleh perusahaan yang bergerak di bidang jasa. Jika kualitas pelayanan yang diberikan menurun maka akan berpengaruh terhadap menurunnya tingkat kepuasan pelanggan yang pada

akhirnya akan menyebabkan pelanggan berpaling ke *Store* yang lain. Ketidakpuasan yang dirasakan pelanggan diduga karena kualitas produk dan harga yang diberikan belum sesuai dengan apa yang pelanggan persepsikan sehingga pelanggan berpaling ke *store* yang lain dengan alasan masih terdapat kekurangan dalam kualitas produk dan harga yang dianggap kurang bersaing.

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka, maka mereka akan merasa puas, dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai dengan harapan, maka mereka akan kecewa (Kotler, 2008:50). Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Beberapa pakar dan hasil penelitian sebelumnya menyebutkan bahwa faktor penentu kepuasan pelanggan adalah Kualitas Produk dan Harga. Menurut Kotler dan Armstrong (2001: 349) Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang diukur konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

Pada praktiknya, konsumen akan melakukan seleksi terhadap setiap pembelian ulang, yaitu dengan melihat besarnya jumlah uang (nominal) yang akan di keluarkan saat membeli produk/jasa. Perusahaan pun harus menentukan berapa besarnya jumlah uang yang akan di keluarkan oleh pelanggan dalam membeli produk/jasa tersebut, dan itulah yang disebut keputusan penentuan harga. Keputusan penentuan harga memainkan peranan penting dalam proses bauran pemasaran, karena penentuan harga terkait langsung nantinya dengan pendapatan yang diterima oleh perusahaan. Keputusan penentuan harga juga sedemikian penting dalam menentukan seberapa jauh sebuah layanan/jasa dinilai oleh pelanggan, dan juga dalam proses membangun citra. Penentuan harga juga memberikan persepsi tertentu dalam hal kualitas produk. Secara umum, penentuan harga biasanya dilakukan dengan menambah persentase di

atas nilai atau besarnya biaya produksi. Pendekatan ini bagaimanapun, dapat mengakibatkan kehilangan manfaat dalam strategi pemasaran. Biaya-biaya tersebut dapat berupa waktu yang harus dikorbankan untuk mendapatkan jasa, upaya fisik (energi yang dikeluarkan untuk mendapatkan jasa), beban mental (stres), dan pengorbanan yang terkait dengan pancaindra (suara bising, panas, dan sebagainya). Hal terpenting adalah berbagai keputusan penentuan harga tersebut harus konsisten dengan keseluruhan strategi pemasaran. Memberikan harga yang berbeda dalam pasar yang berbeda juga perlu dipertimbangkan. Demikian pula, harga tertentu yang dibebankan bergantung pada siapa produk tersebut dijual. Namun seiring harga yang ditentukan tidak sesuai dengan kualitas produk. Contohnya ketika seorang konsumen membeli suatu produk dengan harga yang cukup tinggi akan tetapi tidak diimbangi dengan kualitas produk yang bagus. Hal tersebut tentunya akan membuat pelanggan kecewa.

Tabel 1.Error! No text of specified style in document..**1.**
Harga Jersey 2018

Nama Produk	Harga
Jersey Persib 2018 Home	Rp. 450.000
Jersey Persib 2018 Away	Rp. 450.000
Jersey Persib 2018 3 rd	Rp. 450.000
Jersey Persib 2018 GK Merah	Rp. 500.000
Jersey Persib 2018 GK Putih	Rp. 500.000
Jersey Persib 2018 GK Hijau	Rp. 500.000

Sumber : Website Graha Persib

Dari tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa dengan harga Rp 450.000- Rp 500.000 kita sudah mendapatkan satu jersey original. Selain mendapatkan jersey original kita juga telah membantu membiayai kehidupan tim sepak bola Persib Bandung, karena Graha Persib dimiliki oleh PT PBB yang merupakan bagian dari Persib.

Tabel 1.Error! No text of specified style in document..2.
Data Penjualan Tahun 2018

Jenis Barang	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober	November	Desember
Jersey Authentic Biru SS	66	32	52	35	13	9	5	1	2	0	0
Jersey Authentic Putih SS	0	12	15	7	8	5	1	0	3	0	0
Jersey Authentic Hitam SS	0	0	8	7	5	1	1	0	3	0	0
Jersey Authentic Biru LS	7	5	4	0	3	1	0	2	3	3	0
Jersey Authentic Putih LS	0	0	0	0	1	2	0	0	1	0	0
Jersey Authentic Hitam LS	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Jersey Replika Biru SS	62	59	61	59	69	64	23	9	3	2	6
Jersey Replika Putih SS	0	12	12	12	10	21	2	3	1	0	0
Jersey Replika Hitam SS	12	18	10	11	7	8	1	1	0	2	0

Sumber: Divisi Merchandise Persib Bandung 2018

Produk yang nyaman dan mudah dipakai merupakan pilihan konsumen tetapi dengan kualitas yang baik. Kotler & Armstrong (2008) mengatakan Kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik akan tumbuh dengan pesat dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain.

Berdasarkan pra survei yang penulis lakukan melalui pengamatan dan survei awal di lapangan akhir-akhir ini perusahaan dihadapkan dengan tingkat Kualitas Produk yang tinggi yang berpotensi besar menimbulkan turunya Harga dan akhirnya akan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan. Melalui hasil dari mini survei terhadap 20 konsumen Graha Persib dapat dilihat pada tabel

Tabel 1. *Error! No text of specified style in document..3. mini survey terhadap 20 konsumen Graha Persib*

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		S	%	TS	%
Kepuasan Pelanggan (Y)					
1	Saya berminat datang kembali karena pelayanan yang di berikan oleh Graha Persib sudah sesuai dengan apa yang saya harapkan	15	75%	5	15%
2	Saya berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mengkonsumsi produk sudah sangat memuaskan	12	60%	8	40%
3	Saya berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan oleh Graha Persib sudah memadai	13	65%	7	35%
4	Saya berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan di Graha Persib sudah sangat baik	17	85%	3	15%

Dari hasil tersebut bisa kita lihat bahwa hasil Kepuasan Pelanggan pada Graha Persib tergolong tinggi.

Tabel 1.4. *mini survey pada 20 konsumen Graha Persib*

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		S	%	TS	%
Kualitas Produk (X1)					
1	Saya merasa Jersey Original dapat memberikan kenyamanan saat di pakai	15	75%	5	25%
2	Saya merasa Kualitas dari Jersey Original dapat digunakan lebih dari 2 tahun	12	60%	8	40%
3	Saya merasa Jersey yang di jual di Graha Persib sesuai dengan standart dan kualitas yang ditawarkan	14	70%	6	30%
4	Saya merasa desain dari Jersey Original menarik perhatian	13	65%	7	35%
Harga (X2)					

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban			
		S	%	TS	%
5	Saya merasa harga yang di berikan oleh Graha Persib sudah terjangkau	8	40%	12	60%
6	Saya merasa Harga Jersey Original yang di berikan oleh Graha Persib sudah sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan	10	50%	10	50%

Dari hasil tersebut bisa kita lihat bahwa tingkat Kualitas Produk, Harga pada konsumen di Graha Persib tergolong cukup tinggi.

Disisi lain juga banyak persepsi tentang kualitas yang dijanjikan. Konsumen dalam melakukan keputusan pembelian akan mempertimbangkan beberapa faktor, diantaranya persepsi konsumen. Persepsi merupakan suatu proses yang digunakan oleh individu untuk memilih, mengorganisasi, menginterpretasikan masukan informasi guna menciptakan gambaran dunia yang memiliki arti (Philip Kotler, 2003: 216) persepsi tidak hanya bergantung pada rangsangan fisik tetapi juga pada rangsangan yang berhubungan dengan lingkungan sekitar dan keadaan individu yang bersangkutan. Persepsi konsumen ini sangat penting dipelajari karena perilaku konsumen didasarkan oleh persepsi mereka tentang apa itu kenyataan dan bukan kenyataan itu sendiri.

Berdasarkan permasalahan dan beberapa teori serta adanya penelitian terdahulu, membuat peneliti merasa perlu melakukan penelitian apakah faktor Kualitas Produk dan Harga dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Pada Graha Persib sehingga peneliti mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Graha Persib (Studi Pada Konsumen Graha Persib)”**.

B. Identifikasi Masalah

Jika peneliti melihat latar belakang penelitian diatas, maka permasalahan yang mengacu pada penelitian ini yaitu:

1. Kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik akan tumbuh dengan pesat dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain. Seorang pelanggan yang berbelanja di store yang pelayanannya nyaman dan mempunyai kualitas produk yang baik akan menghasilkan kepuasan pelanggan yang baik, sebaliknya apabila seorang pelanggan berbelanja di store yang kurang nyaman dan mempunyai kualitas produk yang buruk maka akan membuat pelanggan tersebut merasa kepuasannya tidak terpenuhi, yang akan berakibat pada terganggunya target perusahaan.
2. Harga menjadi permasalahan yang penting dalam suatu perusahaan karena apabila harga dalam suatu store tidak sesuai dengan keinginan pelanggan maka akan memberikan dampak yang kurang baik terhadap perusahaan diantaranya ialah target perusahaan akan terganggu karena harga yang dinilai kurang cocok dengan kualitas produk yang di berikan
3. Kepuasan Pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka, maka mereka akan merasa puas, dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai dengan harapan, maka mereka akan kecewa. Apabila kepuasan pelanggan tidak terpenuhi maka

target dari suatu perusahaan pun akan terganggu yang berakibat tidak tercapainya suatu target perusahaan tersebut.

4. Berdasarkan latar belakang diatas masalah kepuasan pelanggan merupakan hal yang mendasar, yang dirasakan dapat mempengaruhi tingkat persaan seseorang baik dari segi kualitas produk yang kurang baik ataupun dari segi harga yang di rasa kurang cocok dengan kualitas produk yang di dapat oleh pelanggan sehingga kepuasan pelangganpun akan terganggu. Jadi semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka akan berdampak pada meningkatnya loyalitas pelanggan untuk bebrbelanja lagi di store tersebut sehingga sehingga target perusahaan pun dapat tercapai.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian diatas, maka penulis merumuskan masalah penelitian yaitu sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh Kualitas produk terhadap Kepuasan Pelanggan Graha Persib?
2. Apakah terdapat pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Graha Persib?
3. Apakah terdapat pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Graha Persib?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas yang akan penulis kaji dalam penelitian ini, maka tujuan dari penelitian ini yaitu sebagai berikut:

1. Mengetahui pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Graha Persib.
2. Mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Graha Persib.
3. Mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Graha Persib.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis
 - a. Penelitian ini dapat memberikan bukti empiris mengenai pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan dalam mencapai efektifitas perusahaan atau organisasi.
 - b. Penelitian ini dapat menjadi dasar referensi bagi peneliti lain, yang ingin melakukan penelitian lebih lanjut mengenai masalah kualitas produk dan harga dalam hubungannya dengan kepuasan pelanggan.
2. Manfaat Praktis
Penelitian ini dapat memberikan masukan yang berarti terhadap instansi, lembaga, organisasi, terutama pada perusahaan Graha Persib dimana perusahaan masih membutuhkan pembenahan dalam segi manajemen pemasaran terutama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui kualitas produk dan harga.

F. Kerangka Pemikiran

Menurut Sugiyono (2011:60) mengatakan bahwa “Kerangka berpikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan

berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai hal yang penting jadi dengan demikian maka kerangka berpikir adalah sebuah pemahaman yang melandasi pemahaman-pemahaman lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan mejadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan dari penelitian yang akan dilakukan.”

1. Pengaruh kualitas produk (X1) terhadap keputusan pembelian (Y).

Kotler & Armstrong (2008) mengatakan Kualitas produk merupakan senjata strategis yang potensial untuk mengalahkan pesaing. Jadi hanya perusahaan dengan kualitas produk paling baik akan tumbuh dengan pesat dan dalam jangka panjang perusahaan tersebut akan lebih berhasil dari perusahaan yang lain.

Pada teori diatas dapat konsumen petik kesimpulan bahwa kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan, keandalan, ketepatan dan kemudahan operasi perbaikan, serta artibut yang bernilai lainnya, dimana permasalahan yang terkait tentang kualitas produk berpengaruh signifikan dengan kepuasan pelanggan. Salah satu Kualitas jersey adalah Harga yang relatif murah dibandingkan dengan merek jersey lainnya. Keunggulan jersey persib di *store* Graha Persib tidak dimiliki oleh *store* lainnya. Sehingga Kualitas Produk dan Harga tersebut hanya dimiliki oleh jersey yang ada di *store* Graha Persib. Hal ini mampu menjadi bahan perbincangan kualitas produk jersey Original Persib dikalangan Pembeli toko Graha Persib. Karena dilihat dari pengamatan peneliti dalam mengamati Jersey Persib Original dilingkungan pembeli di *store* Graha Persib di daerah Sulanjana.

2. Pengaruh harga (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

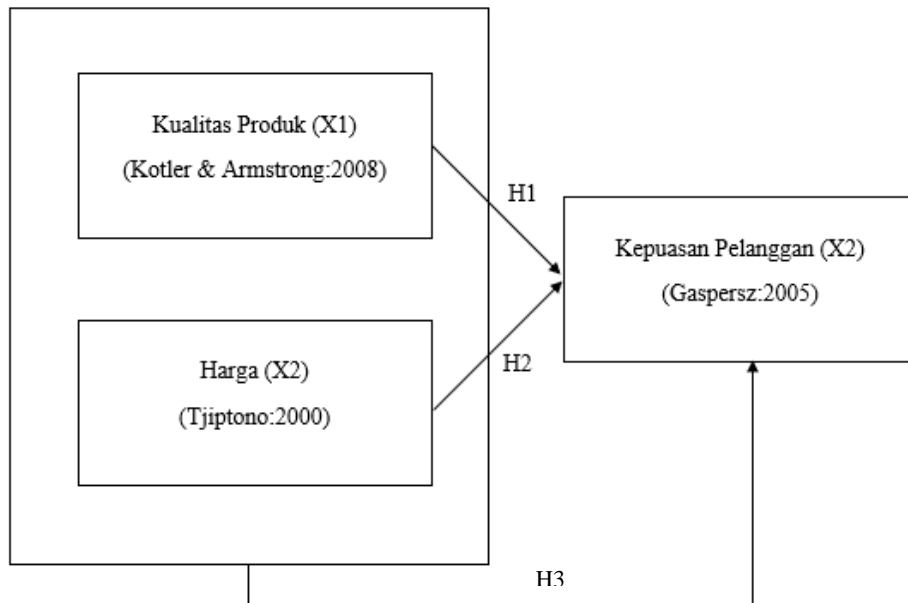
Menurut Kotler dan Armstrong (2001: 349) Harga merupakan sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa atau jumlah dari nilai yang diukur konsumen atas manfaat-manfaat karena memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut. Perusahaan tidak hanya menetapkan suatu Harga tunggal, tetapi lebih berupa sebuah struktur Harga (pricing structure) yang mengacu pada item-item berbeda disetiap lini produk. Perusahaan menyesuaikan Harga produk agar dapat mencerminkan perubahan-perubahan biaya dan permintaan serta memperhitungkan berubah-ubah pembeli dan situasi.

Dengan demikian Harga yang ditawarkan oleh perusahaan Graha Persib kepada pelanggan adalah jersey *original* yang cukup populer dikalangan masyarakat Indonesia dan bisa terjangkau oleh kalangan remaja tentunya dikalangan Masyarakat kelas menengah kebawah. Sehingga produk yang ditawarkan perusahaan mempunyai Harga yang terjangkau juga oleh pembeli toko Graha Persib. Hal ini dipengaruhi oleh adanya Harga yang terjangkau oleh masyarakat terhadap pembelian jersey *original* di kalangan pembeli toko Graha Persib di daerah Sulanjana. Penelitian ini juga pernah dilakukan peneliti Muhammad Lukman (2018) dengan judul pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan terhadap kepuasan konsumen (studi pada pelanggan PDAM Tirtawening wilayah timur kota Bandung).

3. Pengaruh kualitas produk (X1) dan harga (X2) secara similitan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka, maka mereka akan merasa puas, dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai dengan harapan, maka mereka akan kecewa (Kotler, 2008:50). Untuk membuat pelanggan merasa puas atas barang yang dibelinya banyak hal yang dilakukan dalam bidang pemasarannya diantaranya adalah dengan menentukan Kualitas Produk dan menyesuaikan Harga, Tentunya kasus seperti ini banyak terlihat dilingkungan Masyarakat. Dengan demikian Kepuasan Pelanggan melalui

Kualitas Produk dan Harga sangat dibutuhkan oleh perusahaan untuk kelangsungan hidup perusahaan Graha Persib dalam membuat konsumen merasa puas agar para konsumen selalu membeli produk di store tersebut.



Gambar 1.1.
Kerangka Pemikiran

G. Penelitian Terdahulu

Tabel 1. Error! No text of specified style in document..5.
Penelitian Terdahulu

Peneliti	Judul Penelitian	Perbandingan		Hasil
		Persamaan	Perbedaan	
Tri Hastuti Handayani (2013)	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Maskapai Penerbangan Garuda Indonesia di Kota Solo	Persamaan antara penilelitan terdahulu dan yang saya teliti terletak pada Harga(X2), Kepuasan Pelanggan (Y)	Perbedaan antara penilelitan terdahulu dan yang saya teliti adalah Kualitas Pelayanan (X1), Objek Penelitian	Variabel Harga mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan

Peneliti	Judul Penelitian	Perbandingan		Hasil
		Persamaan	Perbedaan	
Ari Susanto Wibowo (2013)	Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Kota Purwokerto	Persamaan antara penilelitian terdahulu dan yang saya teliti adalah Harga (X1), dan Kepuasan Konsumen (Y)	Perbedaan antara penilelitian terdahulu dan yang saya teliti adalah Kualitas Pelayanan (X2), Nilai pelanggan (X3), dan Objek penelitiannya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen 2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen 3. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen
I Gede Surya Apria Darma (2012)	Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Kasus PT Garam Persero Jawa Timur)	Persamaan antara penilelitian terdahulu dan yang saya teliti adalah Harga (X1), Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)	Perbedaan antara penilelitian terdahulu dan yang saya teliti adalah Terdapat pada Objek Penelitiannya	<p>Hasil uji hipotesis dan analisis regresi menunjukkan bahwa variable Kualitas produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen</p> <p>0,268 yang berarti setiap +1 dari kualitas produk akan meningkatkan kepuasan konsumen</p>

Peneliti	Judul Penelitian	Perbandingan		Hasil
		Persamaan	Perbedaan	
				<p>sebesar 26,8% dan pengaruhnya adalah tertinggi pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen</p> <p>2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap dan positif</p>
Oldy Ardhana (2010)	Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen studi kasus pada bengkel Caesar	Persamaan antara penilelitan terdahulu dan yang saya teliti adalah Harga (X2), dan Kepuasan Konsumen (Y).	Perbedaan antara penilelitan terdahulu dan yang saya teliti adalah Kualitas Layanan (X1), Lokasi (X3), dan Objek Penelitiannya	Di dapatkan kualitas layanan (H1), harga (H2), lokasi (H3) sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
Arlina Nurbaity Lubis, Martin (2009)	Pengaruh Harga (<i>Price</i>) dan Kualitas Pelayanan (<i>Servixe Quality</i>) terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSU Deli Medan	Persamaan antara penilelitan terdahulu dan yang saya teliti adalah Harga(X1) , Kepuasan Pasien (Y)	Perbedaan antara penilelitan terdahulu dan yang saya teliti adalah Kualitas Pelayanan (X2), dan Objek Penelitiannya	<p>1. Variabel Harga dan Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pasien rawat inap di RSU Deli Medan</p> <p>2. Harga dan Kualitas pelayanan</p>

Peneliti	Judul Penelitian	Perbandingan		Hasil
		Persamaan	Perbedaan	
				<p>yang di tawarkan oleh RSUD Deli Medan dinilai sangat baik sehingga kepuasan pasien tercapai dengan baik</p> <p>3. Berdasarkan uji-t bahwa variabel harga adalah variabel yang paling dominan terhadap kepuasan pasien, hal ini menunjukkan bahwa harga yang di tawarkan oleh RSUD Deli Medan sesuai dengan pelayanan yang diberikan sehingga terciptanya suatu kepuasan pasien. Berdasarkan koefisien determinasi diketahui bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh terhadap</p>



Peneliti	Judul Penelitian	Perbandingan		Hasil
		Persamaan	Perbedaan	
				kepuasan pasien

H. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan uraian kerangka pemikiran dan hasil kajian empiris di atas, maka peneliti mengajukan beberapa hipotesis penelitian sebagai berikut :

Hipotesis Pertama

Ho: Tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Graha Persib .

Ha: Terdapat pengaruh positif antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Graha Persib.

Hipotesis Kedua

Ho: Tidak terdapat pengaruh antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Graha Persib.

Ha: Terdapat pengaruh antara Harga terhadap Kepuasan Pelanggan Graha Persib.

Hipotesis Ketiga

Ho: Tidak terdapat pengaruh antara Kualitas Produk dan Harga secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Graha Persib.

Ha: Terdapat pengaruh antara Kualitas Produk dan Kualitas Produk secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan Graha Persib.