

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan jaman, pembangunan di tiap kota dan daerah mengalami peningkatan dari tahun-tahun sebelumnya. Begitu pula dengan angka penambahan jumlah penduduknya semakin bertambah yang perlu adanya penyesuaian dan penambahan infrastruktur yang mendukung untuk mengimbangnya. Pembangunan dan penambahan infrastruktur tentu menjadi kewajiban pemerintah untuk menjamin kebutuhan masyarakat, begitupula dengan kebutuhan air bersih yang perlu menjadi perhatian penting bagi pemerintah. Karena air merupakan kebutuhan pokok bagi setiap mahluk hidup di dunia ini termasuk manusia, tanpa air manusia akan mengalami kesulitan dalam kelangsungan hidupnya.

Pengelolaan air merupakan tanggung jawab dari pemerintah, hal ini sesuai dengan UUD 1945 Pasal 33 ayat (3), yang berbunyi sebagai berikut: “Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat”. Pasal ini merupakan landasan filosofis untuk menentukan bagaimana pengelolaan sumber daya alam, termasuk sumber daya air, dalam kehidupan bernegara. Hak utama untuk menikmati manfaat dari sumber daya air adalah rakyat Indonesia.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah No. 14 tahun 1987 tentang desentralisasi tanggung jawab pemerintah pusat disebutkan bahwa tanggung jawab untuk menyediakan suplai air bersih adalah pada pemerintah daerah. Sebagai perwujudannya, penyediaan sebagian besar kebutuhan air bersih di Indonesia dilakukan oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM), yang terdapat di setiap provinsi, kabupaten, dan kotamadya di seluruh Indonesia. PDAM merupakan perusahaan daerah sebagai sarana penyedia air bersih yang diawasi dan dimonitor oleh aparat eksekutif maupun legislatif daerah. PDAM sebagai perusahaan daerah diberi tanggung jawab untuk mengembangkan dan mengelola

sistem penyediaan air bersih serta melayani semua kelompok konsumen dengan harga yang terjangkau. PDAM bertanggung jawab pada operasional sehari-hari, perencanaan aktivitas, persiapan dan implementasi proyek, serta bernegosiasi dengan pihak swasta untuk mengembangkan layanan kepada masyarakat.

Salah satu tujuan dibentuknya PDAM Tirtaweining Kota Bandung adalah mencukupi kebutuhan masyarakat akan air bersih, meliputi penyediaan, pengembangan pelayanan sarana dan prasarana serta distribusi air bersih, sedang tujuan lainnya adalah ikut serta mengembangkan perekonomian guna menunjang pembangunan daerah dengan memperluas lapangan pekerjaan, serta mencari laba sebagai sumber utama pembiayaan bagi daerah. Dengan begitu peranan PDAM Tirtawening sangat berpengaruh penting dengan kebutuhan pokok yang sangat di butuhkan oleh warga Bandung dalam menjalankan kehidupannya sehari-hari. Tiap tahun penduduk bandung tentu bertambah, begitu pula kebutuhan akan air bersih pun bertambah. Berikut tabel 1.1 merupakan jumlah pelanggan air minum PDAM Tirtawening Kota Bandung :

Tabel 1.1
Jumlah Pelanggan Air Minum PDAM Tirtawening
Kota Bandung

No	Tahun	Jumlah Pelanggan Air Minum
1	2011	153.936
2	2012	151.045
3	2013	150.657
4	2014	152.841
5	2015	154.859
6	2016	156.735

Sumber : Data PDAM Tirtawening Kota Bandung

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan air minum PDAM Tirtawening mengalami peningkatan dari tahun 2012 hingga 2016, meski ditahun 2011 mengalami jumlah pelanggan banyak sekitar 153.936 orang dari tahun 2012, 2013 dan tahun 2014.

Saat ini PDAM Tirtawening Kota Bandung baru mampu melayani 69,30% penduduk Kota Bandung yaitu sebanyak 2.486.457 jiwa (april 2014). Sedangkan target nasional pelayanan air minum untuk kota besar sebesar 80%, hal ini disebabkan semakin meningkatnya kebutuhan air minum dari tahun ke tahun dan pertumbuhan jumlah penduduk yang cukup pesat. Berikut adalah tabel 1.2 cakupan layanan air minum PDAM Tirtawening Kota Bandung :

Tabel 1.2
Cakupan Layanan Air Minum
PDAM Tirtawening Kota Bandung

URAIAN	TOTAL	
	SAM.LANGG	CAKUPAN
Sosial Umum (1A)	1.698	198.000
Sosial Khusus (1B)	223	16.725
Rumah Tangga (2A1)	771	4.626
Rumah Tangga (2A2)	25.566	153.396
Rumah Tangga (2A3)	52.746	316.476
Rumah Tangga (2A4)	41.926	251.556
Instalasi Pemerintah (2A4)	2.284	91.360
Niaga Kecil (3A)	12.183	304.575
Niaga Besar (3B)	13.214	396.420
Industri Kecil	254	7.620
Industri Besar	150	10.500
JUMLAH	15 1.015	1.723.054
Jumlah Penduduk 2014	2.486.457	69,30%

Sumber : Data PDAM Tirtawening Kota Bandung (data diolah peneliti)

Peningkatan kualitas air minum dengan mengadakan pengelolaan terhadap air yang akan digunakan sebagai air minum dengan mutlak diperlukan terutama apabila air tersebut berasal dari air permukaan. Pengolahan yang dimaksud dapat berupa pengolahan sederhana sampai lengkap. Peningkatan kuantitas air adalah merupakan syarat kedua setelah kualitas, karena semakin maju taraf hidup seseorang, maka akan semakin tinggi pula tingkat kebutuhan air dari masyarakat tersebut. Untuk keperluan minum, dibutuhkan air rata-rata sebanyak 5 liter/hari, sedangkan secara keseluruhan kebutuhan air untuk rumah tangga masyarakat Indonesia diperkirakan sebesar 60 liter/hari.

PDAM Tirtawening sebagai salah satu BUMD sebagai organisasi sektor publik tentu diharapkan untuk bisa melayani masyarakat dengan baik, terutama memenuhi kebutuhan air yang berkualitas dan memuaskan masyarakat dan mampu menghasilkan produk yang bermutu serta *cost effective*.

Berdasarkan hasil *mini survey* yang peneliti lakukan terhadap 15 pelanggan PDAM Tirtawening wilayah timur kota Bandung, menunjukkan bagaimana pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen, seperti pada tabel 1.3 dibawah ini :

Tabel 1.3
Hasil Mini Survey

No	Pertanyaan	Hari dan Tanggal	Hasil Jawaban Responden
1	Apakah harga yang ditetapkan PDAM Tirtawening sesuai dengan kualitas air yang diterima ?	Jumat, 7 April 2017 Pukul, 15.00 WIB Sabtu, 8 April 2017 Pukul 09.00 WIB	Dari 15 orang responden 12 orang merasa bahwa harga yang ditetapkan PDAM Tirtawening sesuai dengan kualitas air yang diterima
2	Apakah air minum dari PDAM Tirtawening yang diterima berkualitas baik ?	Jumat, 7 April 2017 Pukul, 15.00 WIB Sabtu, 8 April 2017 Pukul 09.00 WIB	Dari 15 orang responden 11 orang merasa bahwa air minum yang diterima dari PDAM Tirtawening berkualitas baik, sedangkan 1 orang lainnya menjawab kurang berkualitas, dan 2 orang lainnya tidak menjawab karena ketidak tahuan air berkualitas seperti apa
3	Apakah saluran air PDAM Tirtawening terbilang baik ?	Jumat, 7 April 2017 Pukul, 15.00 WIB Sabtu, 8 April 2017 Pukul 09.00 WIB	10 orang responden menjawab fasilitas saluran air dari PDAM Tirtawening terbilang baik, 5 orang lainnya menjawab tidak

4	Menurut anda, apakah pelayanan yang diberikan PDAM Tirtawening sesuai dengan apa yang anda inginkan ?	Jumat, 7 April 2017 Pukul, 15.00 WIB Sabtu, 8 April 2017 Pukul 09.00 WIB	12 responden menjawab iya dan 3 responden lainnya menjawab tidak
5	Apakah anda puas dengan pasokan air dari PDAM Tirtawening yang diterima sekarang ?	Jumat, 7 April 2017 Pukul, 15.00 WIB Sabtu, 8 April 2017 Pukul 09.00 WIB	13 responden menjawab iya, sedangkan 2 lainnya menjawab tidak

Sumber : Hasil *mini survey*, data diolah peneliti

Melihat pada hasil *mini survey* yang dilakukan terhadap 15 orang responden yaitu pelanggan PDAM Tirtawening wilayah timur kota Bandung, terlihat bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh harga yang ditawarkan, kualitas produk yang diterima dan kualitas layanan yang diberikan.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dan akan dituangkan dalam sebuah skripsi yang berjudul **“Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Pelanggan PDAM Tirtawening wilayah Timur Kota Bandung)”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dikemukakan diatas, masalah yang dapat diidentifikasi yaitu di *era modern* saat ini, BUMD (badan usaha milik daerah) yang merupakan sektor publik dituntut untuk mampu memberikan pelayanan terbaik sehingga masyarakat sebagai konsumen akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Dan juga masih terdapat keluhan-keluhan dari para konsumen yang menjadi pelanggan PDAM Tirtawening Kota Bandung baik itu dari segi harga yang ditawarkan, kualitas produk yang diterima dan pelayanan yang diberikan. Selain itu juga PDAM Tirtawening belum mampu memenuhi kebutuhan air untuk warga Bandung secara merata.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah dan identifikasi masalah yang telah diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Seberapa besar pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen PDAM Tirtawening ?
2. Seberapa besar pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen PDAM Tirtawening ?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen PDAM Tirtawening ?
4. Seberapa besar pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen PDAM Tirtawening ?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas penelitian ini dilakukan untuk tujuan sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan konsumen PDAM Tirtawening
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen PDAM Tirtawening
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen PDAM Tirtawening
4. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh harga, kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen PDAM Tirtawening

E. Kegunaan Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi pihak perusahaan dan pengelola hasil dari penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai salah satu dasar pertimbangan dalam menentukan langkah

dan kebijakan perusahaan khususnya dalam penentuan strategi pemasaran yang berorientasi pada kepuasan konsumen

2. Bagi peneliti lain diharapkan dapat dijadikan acuan dan pengetahuan untuk penelitian-penelitian dibidang pemasaran terutama yang berkenaan dengan kepuasan konsumen
3. Bagi saya penelitian ini diharapkan agar dapat mengetahui lebih mendalam manfaat dari kepuasan konsumen didalam bisnis untuk diterapkan kedepan

F. Kerangka Pemikiran

Sebuah perusahaan yang didirikan tak ada artinya tanpa adanya pelanggan atau konsumen. "Tujuan perusahaan adalah untuk menciptakan pelanggan" demikian yang dikatakan Peter Drucker Dalam Engel (1994:4). "Tujuan utama dari hubungan pemasaran untuk membangun dan mempertahankan pelanggan yang dapat menguntungkan perusahaan"(Zeithaml dan Berry, 1996:172).

Dari pendapat diatas dapat dipahami bahwa pelanggan merupakan faktor penting yang harus diperhatikan oleh perusahaan. Upaya untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan hendaknya menjadi prioritas yang lebih besar bagi perusahaan. Lebih dari itu perusahaan hendaknya juga terus berupaya agar pelanggan menjadi pelanggan yang loyal. salah satu upaya untuk menciptakan, mempertahankan, dan meningkatkan hubungan yang lebih baik dengan pelanggan adalah dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas secara konsisten dan lebih baik, serta memberikan pelayanan yang unggul dari pada pesaing.

Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen

Ketika seorang konsumen akan menggunakan jasa atau membeli produk tentu hal pertama yang menjadi keputusan pembelian adalah faktor harga, apakah harga yang diberikan sesuai dengan pertimbangannya tau tidak. Harga yang ditetapkan penyedia tentulah harus sesuai dengan produk atau jasa yang diberikan, begitu juga dengan kualitas yang diberikan tentu harus baik. Setiap pelanggan tentu akan lebih tertarik kepada harga murah dan kualitas baik, itu akan merebut setiap hati pelanggan. Dengan demikian harga mempunyai hubungan erat dengan kepuasan konsumen, konsumen akan puas jika harga yang ditetapkan sesuai dengan apa yang diterima dan diharapkan konsumen.

Variabel harga menunjukkan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa kebijakan harga yang lebih tepat, maka akan lebih meningkatkan kepuasan konsumen. Dilihat dari sudut pandang konsumen, harga seringkali dianggap sebagai sebuah indikator nilai apabila harga tersebut dihubungkan dengan manfaat yang dirasakan atas suatu barang atau jasa.

Jika perusahaan menetapkan harga yang sesuai dengan manfaat yang diterima oleh konsumen, maka kepuasan konsumen akan meningkat. Dengan demikian, pada tingkat harga tertentu, jika manfaat yang dirasakan meningkat maka nilainya akan meningkat. Apabila nilai yang dirasakan pelanggan semakin meningkat maka akan menciptakan kepuasan konsumen yang maksimal (Tjiptono, 1999:87). Indikator harga yang digunakan dalam penelitian ini yaitu keterjangkauan harga, kesesuaian harga dan daya saing harga (Tjiptono dan Candra, 2013:151).

Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen

Kualitas produk, kepuasan konsumen dan profitabilitas perusahaan adalah tiga hal yang berkaitan erat. Semakin tinggi pula tingkat kualitas, semakin tinggi tingkat kepuasan yang dihasilkan (Kotler 2009:144). Kualitas yang tinggi menyebabkan perusahaan dapat mengurangi tingkat kesalahan atau mengurangi pemborosan terhadap produk. Semakin tinggi nilai yang dirasakan produk tersebut akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen.

Menurut Kotler (2009:5) “Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan”.

Definisi dari kualitas produk mencerminkan kemampuan produk untuk menjalankan tugasnya yang mencakup daya tahan, kehandalan atau kemajuan, kekuatan, kemudahan dalam pengemasan dan reparasi produk dan ciri-ciri lainnya. Menurut Tjiptono (2008:25) mengungkapkan ada delapan dimensi kualitas produk, yaitu : *performance, features, conformance to specification, reliability, durability, serviceability, esthetica, dan perceived quality*”.

Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen

Menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry (2001:133), hubungan konsumen dengan perusahaan diperkuat ketika konsumen mendapatkan hasil yang memadai tentang kualitas layanan dan menjadi lemah ketika konsumen mendapatkan hasil negatif tentang kualitas layanan. Kualitas layanan akan mengarah pada naiknya kecenderungan untuk melakukan pembelian ulang, kecenderungan memberi rekomendasi pada produk atau jasa, loyalitas dan profitabilitas. Jadi dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan dapat meningkatkan kemungkinan pembelian ulang.

Menurut Kotler (2002:83) “Pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun”. Kualitas pelayanan jasa didasarkan pada lima dimensi kualitas jasa, diantaranya adalah *reliability, reposiveness, assurance, empathy, dan tangibles* (Kotler, 2008:52).

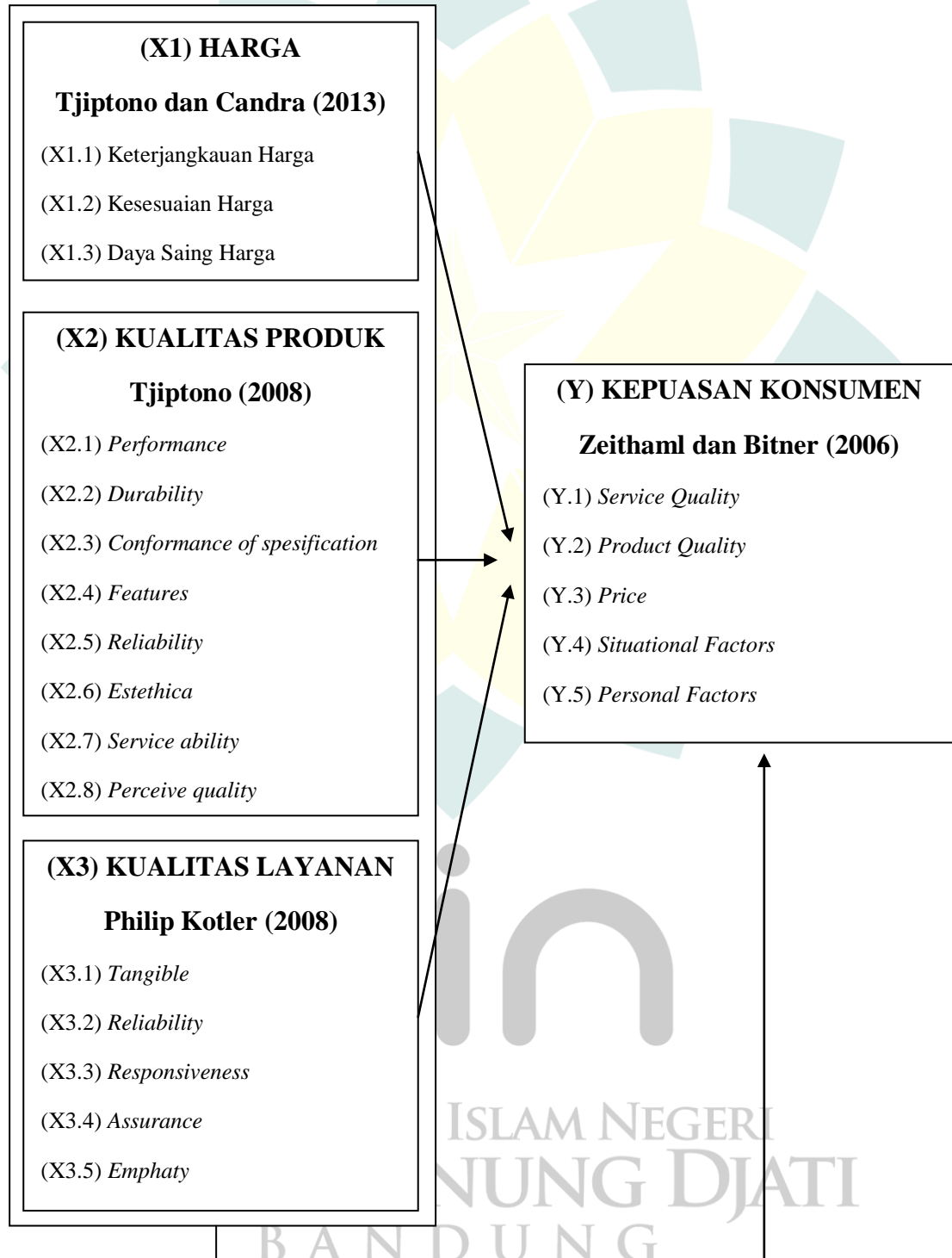
Zeithaml dan Bitner (2006), menjelaskan bahwa kepuasan lebih bersifat pribadi (*inclusif*) dan keberadaannya dipengaruhi oleh persepsi pelanggan atas lima faktor, yaitu *service quality* (kualitas layanan), *product quality* (kualitas produk), *price* (harga), *situational factor* (faktor situasional) dan *personal factor* (faktor personal).

Menurut Albertus Ferry Rostya Adi (2012) “Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen”. Dimana dengan adanya konsumen yang mendapatkan kualitas produk yang baik & layanan berkualitas dengan harga yang sesuai akan menimbulkan kepuasan pada pelanggan.

Berdasarkan pada apa yang telah diuraikan diatas, maka pengembangan kerangka pikir dapat dilihat pada gambar 1.1 :

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada Pelanggan Air Minum PDAM Tirtawening Wilayah Timur Kota Bandung)



Sumber : Data diolah peneliti

Tabel 1.4
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Model	Hasil Penelitian	Hubungan Dengan Penelitian Ini
1	Riky Febri Windoyo (2009)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen (studi kasus : Waroeng Steak and Shake di Semarang)	Analisis Regresi Berganda	Didapatkan kualitas pelayanan (H1), kualitas produk (H2), persepsi harga (H3) dan lokasi (H4) sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.	Sama-sama mengkaji dan menganalisis variabel kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan.
2	Ryan Nur Harjanto, (2010)	Analisis Pengaruh Harga, Produk, Kebersihan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen	Model penelitian menggunakan model analisis regresi berganda	Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Harga, Produk, Kebersihan, dan Kualitas Pelayanan Restoran	Sama-sama mengkaji dan menganalisis variabel harga, produk, dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen

		(studi kasus restoran Mamamia cabang Mrican)		Mamamia cabang Mrican terhadap kepuasan pelanggan	
3	Oldy Ardhana (2010)	Pengaruh Kualitas Layanan, Harga, Lokasi terhadap Kepuasan Konsumen studi kasus pada bengkel Caesar	Model penelitian menggunakan model analisis regresi berganda	Di dapatkan kualitas layanan (H1), harga (H2), lokasi (H3) sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.	Sama-sama mengkaji menganalisis variabel kualitas layanan, harga terhadap kepuasan konsumen
4	Evrina Wardhani (2010)	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus pada Pelanggan	Model penelitian menggunakan analisis regresi berganda	Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Nilai Pelanggan Kedai Digital 23 terhadap kepuasan pelanggan	Sama-sama mengkaji menganalisis variabel kualitas layanan, harga terhadap kepuasan pelanggan

		Kedai Digital 23 Semarang)			
5	Albertus Ferry Rostya Adi (2012)	Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Waroeng Spesial Sambal cabang Lampersari Semarang)	Analisis Regresi Berganda	Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan di Waroeng Spesial Sambal cabang Lampersari Semarang terhadap Kepuasan Pelanggan	Sama-sama mengkaji menganalisis variabel kualitas layanan, harga terhadap kepuasan pelanggan.
6	Vicky Taufik Nugraha (2012)	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) Kota Bandung	Analisis Regresi Berganda	Kualitas pelayanan PDAM Kota Bandung berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen	Sama-sama menganalisis variabel kualitas layanan dan kepuasan konsumen.

7	Ari Susanto Wibowo (2013)	Pengaruh Harga, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan terhadap Kepuasan Konsumen Rumah Makan Kota Purwokerto	Analisis Regresi Berganda	1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen 2. Harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen 4. Kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen	Sama-sama mengkaji dan menganalisis variabel harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
8	Achmad Siddiq Noviandri (2013)	Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas	Analisis Regresi Berganda	Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Kualitas Produk dan Kualitas	Sama-sama meneliti variabel kualitas produk dan kualitas layanan

		Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten TBK. Cabang Cibinong		Pelayanan terhadap Loyalitas Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Jawa Barat dan Banten TBK. Cabang Cibinong	
--	--	---	--	---	--

Sumber : Data diolah peneliti



uin

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUNAN GUNUNG DJATI
BANDUNG

G. Hipotesis

Menurut Sugiyono (2010:10), hipotesis adalah merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Lebih lanjut lagi Sugiyono menjelaskan bahwa hipotesis dikatakan sebagai jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta – fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi, hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris. Berdasarkan uraian diatas maka dapat dikemukakan hipotesis sebagai berikut :

1. Ha : Terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen
Ho : Tidak terdapat pengaruh antara harga terhadap kepuasan konsumen
2. Ha : Terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen
Ho : Tidak terdapat pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan konsumen
3. Ha : Terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen
Ho : Tidak terdapat pengaruh antara kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen
4. Ha : Terdapat pengaruh antara harga, kualitas produk, kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen
Ho : Tidak terdapat pengaruh antara harga, kualitas produk, kualitas layanan secara simultan terhadap kepuasan konsumen