

ABSTRAK

Air merupakan salah satu kebutuhan hidup yang terpenting, karena untuk hidup sehat manusia membutuhkan air bersih. Pada era modern ini sangat sulit mendapatkan air bersih bila dibandingkan dengan era sebelumnya. Kebutuhan air bersih siap minum menjadi sesuatu yang begitu penting saat ini. Seiring dengan meningkatnya pertumbuhan penduduk, kebutuhan akan air minum yang sehat semakin meningkat. Perusahaan yang bergerak dalam bisnis air minum semakin bertambah dan memperluas jaringan pemasarannya sehingga menciptakan tingkat persaingan yang semakin ketat. Kondisi ini menuntut setiap perusahaan untuk berusaha keras dalam berinovasi, kreatif menciptakan dan mengembangkan produk, ukuran dan kemasan yang berbeda sesuai dengan kebutuhan konsumen, agar produknya disukai, dipercaya konsumen dan mampu bersaing dalam pasar.

Penelitian ini dilakukan pada PT. Air Minum Merek A3 Fresh O², dengan tujuan untuk membuktikan pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan lokasi terhadap kepuasan pelanggan secara satu-persatu. Dalam penelitian ini tidak menggunakan teknik pengambilan sampel, karena seluruh konsumen PT. Air Minum Merek A3 Fresh O² merupakan populasi. Responden penelitian ini sebanyak 120 orang. Analisis yang digunakan Uji Instrumen Data, Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear Berganda, Uji Hipotesis.

Hasil analisis uji hipotesis, menggunakan uji-t, menunjukkan bahwa secara satu-persatu (parsial) kualitas pelayanan, harga, dan lokasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dengan kualitas pelayanan (nilai koefisien sebesar 4,316, dan tingkat signifikannya 0,000), harga (nilai koefisien sebesar 6,341, dan tingkat signifikannya 0,000), dan lokasi (nilai koefisien sebesar 6,622, dan tingkat signifikannya 0,000).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Harga, dan Lokasi, dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Water represent one of [the] requirement of all important life, because for healthy life of human being require clean water. At this is modern era very difficult get clean water if/when compared to previous era. Clean amount of water required ready to drink to become important something that so in this time. Along with the increasing of growth of resident, requirement of drinking water will be healthy progressively mount. peripatetic company in drinking water business progressively increase and extend its marketing network so that create emulation storey;level which progressively tighten. This condition claim each;every company to make every effort in innovating, creative create and develop product, size measure and different tidiness as according to requirement of consumer, so that its product is taken a fancy to, to be trusted by consumer and can compete in market.

This research is conducted by at PT. Drinking Water Brand of A3 Fresh O2, as a mean to prove influence of[is quality of service, price, and location to satisfaction of cutomer one by one. In this research do not use tekhnik intake of sampel, because entire/all consumer of PT. Drinking Water Brand of A3 Fresh O2 represent population. this Research responder counted 120 people. used by analysis is Test Instrument Data, Classic Test Assumption, Doubled Linear Regression, Test Hypothesis

Result of analysis test hypothesis, using uji-t, indicating that one by one (parsial) of[is quality of service, price, and location have an effect on to satisfaction of [cutomer/ client], with quality of service (coefficient value equal to 4,316, and its storey;level [it] 0,000), price (coefficient value equal to 6,341, and its storey;level [it] 0,000), and location (coefficient value equal to 6,622, and its storey;level [it] 0,000

Keyword : Quality of Service, Price, and Location, and Satisfaction of Cutomer.

