

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK  
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PDAM TIRTANADI  
CAB. DELI SERDANG KEC. LUBUK PAKAM**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
Program Studi Manajemen*

**Oleh:**

**MESSY ANDARA LUBIS**  
**NPM 1305160167**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2017**

## ABSTRAK

### **MESSY ANDARA LUBIS, NPM 1305160167, Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Kec. Lubuk Pakam.**

Kepuasan pelanggan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan. Kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Kualitas Produk merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Tujuan penulis melakukan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Kec. Kota Lubuk Pakam. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan *Random Sampling* dengan menggunakan rumus *slovin*. *Random Sampling* yaitu menentukan sampel secara acak sebanyak 99 responden yang merupakan pelanggan PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Kec. Lubuk Pakam.

Hasil penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang diproses dan dianalisis dengan menggunakan Regresi Berganda. Lalu melakukan uji kualitas data yang digunakan uji validitas dengan menggunakan *Corrected Item Total* dan uji reabilitas menggunakan *Cronbach Alpha*. Untuk uji hipotesis dalam penelitian ini. Penelitian ini menggunakan uji t dan uji F serta melakukan uji determinasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan yang ditunjukkan  $t_{hitung} (6,124) > t_{tabel} (1,984)$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan terdapat pengaruh variabel kualitas produk terhadap variabel kepuasan pelanggan yang ditunjukkan  $t_{hitung} (9,847) > t_{tabel} (1,984)$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  dan kualitas pelayanan dan kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Kec. Lubuk Pakam dengan nilai  $F_{hitung} (118,832) > F_{tabel} (3,09)$  dengan tingkat signifikan  $0,000$ . Selanjutnya nilai *R-Square* yang diperoleh adalah sebesar  $0,712$  menunjukkan  $71,2\%$  pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci :** *Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan.*

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

*Assalamu'alaikumWr.Wb*

Alhamdulillah rabbilalamin, puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. PDAM TIRTANADI CABANG DELI SERDANG KECAMATAN LUBUK PAKAM". Shalawat dan salam tak luput penulis haturkan kepada Rasulullah SAW, manusia dengan segala keteladanan yang ada padanya.

Penyusunan skripsi ini ditujukan untuk memenuhi syarat penyelesaian Studi Pendidikan strata Satu, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara (UMSU). Pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak kepada semua pihak yang telah memberi bimbingan, petunjuk serta bantuan baik spiritual maupun materil, khususnya kepada :

1. Ayah tersayang Naim Lubis dan Ibu tercinta Ernawati Barus yang senantiasa memberikan perhatian dan kasih sayang, serta do'a restu sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Agussani, MAP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Bapak Zulaspan Tupti, SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Januri, SE, MM. M.Si selaku wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Ade Gunawan, SE, M.Si selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, SE, M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak Dr. Jufrizen, SE, M.Si selaku Sekretaris Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Sumatera Utara.
8. Bapak Drs. Dani Iskandar, SE, M.M selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsinya.
9. Para Dosen yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan kepada penulis selama menjadi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
10. Teman saya Lilis, Echa, Dinda, Abay, Yusuf, Haiqal, Bagus, Angga dan Eko terima kasih atas kerja samanya selama ini, semoga ALLAH selalu meridhoi dan memberkahi perjuangan kita selama ini.

Penulis menyadari bahwa proposal ini masih jauh dari kata sempurna, maka dalam hal ini penulis sangat mengharapkan saran, kritik serta masukan dari berbagai pihak guna kesempurnaan skripsi ini kedepan. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

Akhirnya atas segala bantuan serta motivasi yang diberikan kepada penulis dari berbagai pihak selama ini, penulis tidak dapat membalasnya

kecuali dengan do'a dan puji syukur kepada ALLAH SWT dan shalawat beriring salam kepada Rasulullah Muhammad SAW, berharap skripsi ini dapat lebih sempurna. Amin YaRobbal'amin.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Medan, Januari 2017

Penulis

Messy Andara Lubis  
NPM : 1305160167

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>v</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB 1 PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	3
C. Batasan Masalah Dan Rumusan Masalah .....	4
a. Batasan masalah.....	4
b. Rumusan masalah .....	4
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	5
a. Tujuan penelitian .....	5
b. Manfaat penelitian .....	5
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS .....</b>	<b>7</b>
A. Uraian Teoritis .....	7
1. Kepuasan pelanggan .....	7
a. Pengertian kepuasan pelanggan .....	7
b. Faktor-faktor kepuasan pelanggan .....	8
c. Indikator kepuasan pelanggan .....	9
2. Kualitas Pelayanan .....	10
a. Pengertian kualitas pelayanan.....	11

b.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi kualitas pelayanan.....	11
c.	Indikator kualitas pelayanan .....	12
3.	Kualitas Produk .....	13
a.	Pengertian kualitas produk .....	13
b.	Klasifikasi produk .....	14
c.	Indikator kualitas produk.....	15
B.	Kerangka Konseptual.....	15
C.	Hipotesis .....	18
<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>19</b>
A.	Pendekatan Penelitian .....	19
B.	Defenisi Operasional Variabel .....	19
a.	Kepuasan Pelanggan (Y) .....	19
b.	Kualitas Pelayanan (X <sub>1</sub> ) .....	20
c.	Kualitas Produk (X <sub>2</sub> ) .....	20
C.	Tempat Dan Waktu Penelitian .....	21
a.	Tempat Penelitian .....	21
b.	Waktu Penelitian .....	21
D.	Populasi Dan Sampel .....	22
a.	Populasi .....	22
b.	Sampel Penelitian .....	22
E.	Teknik Pengumpulan Data .....	23
a.	Angket ( <i>Quesioner</i> ) .....	23
b.	Uji Validitas dan Instrument Reliabilitas .....	24
F.	Teknik Analisis Data.....	26

a.	Regresi Linear Berganda .....	27
b.	Uji Hipotesis .....	30
c.	Koefisien Determinasi .....	33
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>34</b>
A.	Hasil Penelitian .....	34
1.	Deskripsi hasil penelitian .....	34
a.	Karakteristik responden jenis kelamin .....	34
b.	Karakteristik responden Usia .....	34
c.	Karakteristik responden pendidikan .....	35
B.	Teknik Pengumpulan Data .....	36
1.	Uji Validitas dan Instrument Realibilitas .....	36
a.	Hasil Validitas .....	37
b.	Hasil Instrument Realibilitas .....	39
2.	Analisis Variabel Penelitian .....	40
a.	Variabel kepuasan pelanggan .....	40
b.	Variabel kualitas pelayanan .....	42
c.	Variabel kualitas produk .....	45
C.	Teknik Analisis Berganda .....	47
1.	Analisis Regresi Linear Berganda .....	47
D.	Analisis Data .....	48
1.	Uji Asumsi Klasik .....	48
a.	Uji Normalitas .....	48
b.	Uji Autokorelasi .....	49
c.	Uji Multikolinearitas .....	50



d. Uji Heteroskedatisitas .....	52
E. Uji Hipotesis .....	53
a. Uji Parsial (t) .....	53
b. Uji Simultan (F) .....	54
F. Koefisiensi Determinasi .....	55
G. Pembahasan .....	55
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>58</b>
A. Kesimpulan .....	58
B. Saran .....	59

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	<b>Halaman</b>
Tabel III.1 Indikator Kepuasan Pelanggan .....	21
Tabel III.2 Indikator Kepuasan Pelayanan .....	22
Tabel III.3 Indikator Kualitas Produk.....	23
Tabel III.4 Jadwal Penelitian.....	23
Tabel III.5 Skala Likerts .....	24
Tabel IV.1 Persentase Jenis Kelamin Responden .....	34
Tabel IV.2 Persentase Usia Responden .....	35
Tabel IV.3 Persentase Pendidikan .....	36
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas $X_1$ .....	37
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas $X_2$ .....	38
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Y.....	39
Tabel IV.7 Hasil Uji Reliabilitas .....	40
Tabel IV.8 Skor Angket Kepuasan Pelanggan.....	41
Tabel IV.9 Skor Angket Kualitas Pelayanan .....	43
Tabel IV.10 Skor Angket Kualitas Produk .....	45
Tabel IV.11 Hasil Regresi Linear Berganda .....	47
Tabel IV.12 Hasil Autokorelasi.....	50
Tabel IV.13 Hasil Uji Multikolinearita.....	51
Tabel IV.14 Hasil Uji t.....	53
Tabel IV.15 Hasil Uji f .....	54
Tabel IV.16 Koefisien Determinasi.....	55

## DAFTAR GAMBAR

	<b>Halaman</b>
Gambar II.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	17
Gambar II.2 Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	17
Gambar II.3 Paradigma Penelitian .....	18
Gambar III.1 Kriteria Pengujian Hipotesis ( Uji t ) .....	44
Gambar III.2 Kriteria Pengujian Hipotesis ( Uji f ) .....	46
Gambar IV.1 Grafik Histogram .....	48
Gambar IV.2 Penelitian P-Plot .....	49
Gambar IV.3 Uji Heteroskedastisitas.....	52

## **BAB I PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Dalam perkembangan dunia usaha yang begitu pesat belakangan ini masalah pemasaran merupakan salah satu faktor yang sangat penting bagi kemajuan suatu perusahaan. Jika sebuah barang telah dihasilkan tinggal bagaimana perusahaan tersebut memasarkannya. Untuk itu suatu kebijakan yang dapat memberikan manfaat secara langsung bagi perusahaan dalam melaksanakan sistem pemasaran yang benar efektif dan efisien untuk pencapaian kepuasan pelanggan yang tinggi. Kepuasan pelanggan menjadi perhatian utama bagi banyak perusahaan. Setiap perusahaan harus memperhatikan dan mempertimbangkan kepuasan pelanggan. Masalah yang sering dihadapi oleh perusahaan adalah bahwa perusahaan belum tentu mampu memberikan kepuasan maksimal yang benar-benar diharapkan oleh konsumen atau pelanggan. “Kepuasan pelanggan merupakan perasaan puas yang didapatkan oleh pelanggan karena mendapatkan *value* dari pemasok, produsen atau penyedia jasa” (Daryanto dan Setyobudi, 2014 hal. 52 ).

Banyak cara yang bisa dicapai oleh perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, misalnya dengan memperhatikan faktor kualitas pelayanan pelanggan. Pada umumnya pelanggan cenderung akan memilih perusahaan yang menawarkan produknya dengan pelayanan yang sebaik-baiknya. Kualitas pelayanan merupakan rasa puas bila mereka memperoleh pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan (Wardhani, 2010 hal. 2). Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para

pelanggan atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan kepada pasar untuk memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan termasuk barang fisik, jasa, acara, orang, tempat, property, organisasi, informa dan ide (Dewi, 2010 hal.3). Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Selain kualitas pelayanan, kualitas produk juga telah menjadi bagian dari strategi bisnis untuk meningkatkan keunggulan bersaing. “Kualitas produk yaitu pelanggan akan merasa puas apabila membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik” (Daryanto dan Setyobudi, 2014 hal.53). Perusahaan yang menjadikan kualitas sebagai alat strategi akan mempunyai keunggulan bersaing terhadap pesaing-pesaingnya dalam menguasai pasar, karena tidak semua perusahaan mampu mencapai superioritas. Perusahaan yang menghasilkan produk dengan kualitas yang baik akan lebih memberi keuntungan dibandingkan dengan yang menghasilkan produk kualitas rendah. Artinya konsumen akan bersedia membeli suatu produk dengan harga yang relatif terjangkau dengan kualitas barang yang baik.

PDAM Tirtanadi Cab. Kota Lubuk Pakam Deli Serdang merupakan perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan air minum, kualitas pelayanan terhadap pelanggan menjadi motivasi utama perusahaan tersebut. Kantor PDAM Tirtanadi Cab. Kota Lubuk Pakam memiliki beberapa bagian/unit kerja yang

berkaitan langsung dengan kualitas pelayanan pelanggan diantaranya bagian hubungan langganan loket, bagian hubungan langganan pasang baru dan bagian hubungan langganan laporan informasi. Ketiga bagian ini menjadi tempat pelanggan untuk berhubungan langsung dengan perusahaan terkait pembayaran tagihan air, pemasangan baru air bersih dan pengaduan.

Fenomena yang terjadi pada PT. PDAM Tirtanadi air sering mati diwaktu pagi hari sampai siang hari. Pembayaran air di loket pelayanannya kurang memuaskan karena sering terjadi antrian panjang saat melakukan transaksi. Beberapa hal ini menyebabkan pelanggan tidak puas dengan kualitas pelayanan.

PDAM Tirtanadi mempunyai banyak cabang di lokasi Sumatera Utara. Di setiap cabang memiliki pasokan air yang berbeda-beda dari setiap sungai yang ada di Sumatera Utara. Dengan mengedepankan konsep “air minum bersih” PDAM Tirtanadi selalu berupaya untuk memberikan kepuasan yang baik kepada para pelanggannya.

Berdasarkan uraian diatas, maka jelas bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasam Pelanggan PT. PDAM Tirtanadi Cabang Deli Serdang Kecamatan Lubuk Pakam**”.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penelitian pendahuluan yang penulis lakukan pada PDAM Tirtanadi Cab. Kota Lubuk Pakam Deli Serdang dapat diperoleh informasi tentang permasalahan yang timbul didalam perusahaan yaitu :

1. Air yang sering mati diwaktu tertentu dari PDAM Tirtanadi Cab. Kota Lubuk Pakam Deli Serdang.
2. Tagihan rekening air bulanan yang kadang membengkak/lebih mahal dari tagihan bulan sebelumnya dikarenakan pencatatan meteran air yang tidak tepat.
3. Pembayaran tagihan air hanya bisa dilakukan secara langsung dikantor yang terkait (tidak bisa dibayar melalui ATM/Bank).

## **C. Batasan dan Rumusan Masalah**

### **a. Batasan Masalah**

Ada banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, tetapi pada penelitian ini penulis hanya membatasi masalah kualitas pelayanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Kec. Lubuk Pakam.

### **b. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah diatas, maka penulis merumuskan masalah yaitu :

- a. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Kec Lubuk Pakam?
- b. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Lubuk Pakam?

- c. Apakah ada pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap pelanggan PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Lubuk Pakam.

#### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### 1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian adalah :

- a. Untuk mengetahui pengaruh dan menganalisis kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Kec. Lubuk Pakam.
- b. Untuk mengetahui pengaruh dan menganalisis kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Kec. Lubuk Pakam.
- c. Untuk mengetahui pengaruh dan menganalisis kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Kec. Lubuk Pakam.

##### 2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

- a. Manfaat Teoritis
  - 1) Memperkaya pengetahuan penulis dalam bidang pemasaran, khususnya dibidang kualitas pelayanan, kualitas produk dan kepuasan pelanggan.
  - 2) Menjadi referensi bagi peneliti lain dimasa mendatang yang bermaksud mengkaji hal yang relevan dengan penelitian ini.



b. Manfaat Praktis

- 1) Menjadi masukan yang berguna untuk PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Kec. Lubuk Pakam dalam hal pengambilan keputusan tentang penetapan kualitas pelayanan dan kualitas produk yang mencakup kepuasan pelanggan.

## **BAB II LANDASAN TEORITIS**

### **A. Uraian Teoritis**

#### **1. Kepuasan Pelanggan**

##### **a. Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Dalam menghasilkan sebuah produk, sebuah perusahaan harus mendapatkan kepuasan dari pelanggan terhadap produk tersebut. Kepuasan pelanggan adalah salah satu indikator dari keberhasilan perusahaan dalam memasarkan produknya. Dalam kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan.

Kepuasan pelanggan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan (Lupiyoadi, 2013 hal. 228). Menyatakan kepuasan pelanggan adalah perasaan puas yang didapatkan oleh pelanggan karena mendapatkan *value* dari pemasok, produsen atau penyedia jasa (Daryanto dan Setyobudi, 2014 hal. 52).

Sedangkan, perbandingan antara produk atau jasa yang dirasakan konsumen melebihi dengan prediksi sebelum produk/jasa dibeli pelanggan (Hasan, 2013 hal. 194). Jika perasaan melebihi dari dugaan pelanggan maka pelanggan akan merasa puas dan begitu juga sebaliknya”. Dari beberapa pendapat ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa, “kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan dari pelanggan terhadap suatu produk yang dihasilkan oleh perusahaan

sesuai keinginan dan harapan pelanggan tersebut atau tidak, serta menjadi indikator pengukur keberhasilan suatu perusahaan dalam memasarkan produknya”.

Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan selalu lebih penting dilakukan dibandingkan dengan menarik pelanggan baru. Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi. Pelanggan yang merasa puas akan bersedia datang kembali mengulangi pembeliannya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli.

#### **b. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan**

Terdapat *driver* utama kepuasan pelanggan (Daryanto dan Setyobudi, 2014 hal. 53), yaitu

##### 1) Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas apabila membeli dan menggunakan produk yang ternyata memiliki kualitas yang baik.

##### 2) Harga

Untuk pelanggan yang sensitif, harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi.

##### 3) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sangat tergantungn pada tiga hal yaitu sistem, teknologi, dan manusia.

#### 4) Faktor Emosional

Untuk beberapa produk yang berhubungan dengan gaya hidup, seperti mobil, kosmetik dan pakaian, faktor emosional menempati tempat yang penting untuk menentukan kepuasan pelanggan.

#### 5) Biaya dan Kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila relatif murah, nyaman dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan.

Faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan (Tjiptono, 2010 hal: 35 )

yaitu:

- 1) Sistem pengiriman
- 2) Performa jasa, performa jasa, citra, hubungan harga diri dan nilai.
- 3) Persaingan
- 4) Kepuasan konsumen

### **c. Indikator Kepuasan Pelanggan**

Menurut Tjiptono dan Chandra ( 2012, hal. 57) terdapat 4 indikator dari variabel kepuasan pelanggan, yaitu :

#### 1) Kualitas Produk

Kualitas produk adalah karakteristik produk yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

#### 2) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan pelanggan.

### 3) Harga

Harga adalah suatu nilai yang harus dibayarkan konsumen kepada produsen untuk mendapatkan barang atau jasa yang diinginkannya.

### 4) Emosional

Emosional adalah perasaan yang mendorong seorang konsumen pada saat akan membeli sebuah produk atau jasa.

Adapun indikator kepuasan pelanggan lainnya menurut Hendro (2011, hal. 145), sebagai berikut :

- 1) Sistem keluhan dan saran
- 2) Survei kepuasan pelanggan
- 3) Menyamar berbelanja
- 4) Analisis pelanggan yang hilang

## **2. Kualitas Pelayanan**

### **a. Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh dan berkembang.

Pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara pelanggan dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan (Deryanto dan Setyobudi, 2014 hal. 135).

Kualitas pelayanan memang memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan.

Kualitas adalah keseluruhan ciri dari karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan mampu yang tersirat (Abdullah dan Tantri, 2012 hal. 44). Kunci dari keunggulan bersaing yang terus menerus terletak pada penyampaian kualitas pelayanan yang tinggi, yang pada gilirannya akan berakibat pada kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan harapan atau melebihinya sehingga membuat pelanggan merasa puas” (Lupiyoadi, 2013 hal. 216). Pelayanan merupakan kegiatan yang tidak dapat didefinisikan secara tersendiri yang ada pada hakikatnya bersifat *tangibles* (tidak teraba), yang merupakan pemenuhan kebutuhan yang tidak harus terikat pada penjualan produk lain.”

Dari definisi diatas dapat dilihat bahwa pelayanan adalah suatu bentuk aktifitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun namun ada harapan dari perusahaan agar produk dan jasa yang ditawarkan dapat memberikan keuntungan sendiri sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa pelayanan yang efektif adalah pelayanan yang memberikan kepuasan bagi para pengguna jasa.

## **b. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan**

Menurut Tjiptono (2012, hal. 185-186) terdapat delapan faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) Sumber daya manusia, misalnya deskripsi pekerjaan, rekrutmen dan seleksi karyawan, pelatihan dan pengembangan.
- 2) Organisasi/struktur, meliputi integrasi atau koordinasi antar fungsi.
- 3) Pengukuran (*measurement*), yakni pengevaluasian kinerja dan pemantauan keluhan dan kepuasan pelanggan.
- 4) Pendukung sistem, yakni faktor teknis, komputer, dan data base.
- 5) Layanan, meliputi nilai tambah, rentang dan kualitas pelayanan, memuaskan kebutuhan dan ekspektasi pelanggan.
- 6) Program, meliputi pengolahan keluhan pelanggan, alat-alat promosi/penjualan.
- 7) Komunikasi internal, terdiri atas prosedur dan kebijakan, serta umpan balik dalam organisasi.
- 8) Komunikasi eksternal, yakni edukasi pelanggan, manajemen ekspektasi pelanggan, dan pembuatan citra positif pelanggan.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan (Yamit, 2010 hal: 10) yaitu:

- 1) Kurang otoritas yang diberikan terhadap bawahan.
- 2) Terlalu birokrasi.
- 3) Bawahan tidak berani mengambil keputusan sebelum ada izin dari atasan.
- 4) Petugas sering bertindak kaku dan tidak memberikan jalan keluar yang baik.
- 5) Banyak *interest* pribadi.
- 6) Budaya *tip*.
- 7) Aturan yang tidak jelas dan terbuka.

### c. Indikator Kualitas Pelayanan

Dalam kasus pemasaran jasa, indikator kualitas yang sering dijadikan acuan (Lupiyoadi dan Hamdani, 2009 hal. 75), yaitu :

- 1) Reliabilitas, yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Contohnya, dokter mampu mendiagnosis penyakit dengan akurat.
- 2) Responsivitas, yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Contohnya, sistem reservasi dan penanganan bagasi maskapai penerbangan yang cepat.
- 3) Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan, bebas dari bahaya fisik, resiko atau keraguan. Contohnya, mekanik di bengkel yang berpengalaman dan berpengalaman luas.
- 4) Empati, meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan. Contohnya, seorang dokter mengenai pasiennya dengan baik, mengingat masalah (penyakit, keluhan, dan sejenisnya) sebelumnya, dan bersikap sabar serta menjadi pendengar yang baik.
- 5) Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan sarana komunikasi. Contohnya, fasilitas reparasi,



seragam karyawan, kelengkapan peralatan, dan ruang tunggu yang representative.

Adapun indikator kualitas pelayanan lainnya menurut Hardiyanti (2010, hal.14) sebagai berikut :

- 1) *Tecnical Quality*
- 2) *Functional Quality*
- 3) *Corporate Image*

### **3. Kualitas Produk**

#### **a. Pengertian Kualitas Produk**

Dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan, produk yang ditawarkan perusahaan harus memiliki kualitas yang baik. Standarisasi kualitas sangat diperlukan untuk mencapai kualitas produk yang diinginkan. Cara ini dimaksudkan untuk menjaga agar produk yang diciptakan menghasilkan standar yang telah ditetapkan, sehingga konsumen tidak akan kehilangan kepercayaan terhadap produk yang bersangkutan. Produsen yang tidak memperhatikan kualitas produknya dapat menyebabkan hilangnya loyalitas pelanggan sehingga penjualannya cenderung menurun.

Kualitas produk merupakan alat penting untuk menentukan posisi” (Machfoedz, 2007 hal. 78). Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan” (Kotler dalam Sangadji dan Sopiah, 2013 hal. 99). Dari beberapa pendapat para ahli maka dapat disimpulkan bahwa “Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memberikan suatu kepuasan terhadap konsumen dan dapat menentukan posisi dari sebuah produk.

Didalam perusahaan produk sangat penting, produk merupakan sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan. Produk mencakup lebih dari sekadar barang berwujud (dapat dideteksi pancaindra). Definisi produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk mendapatkan perhatian, dibeli, dipergunakan, atau dikonsumsi yang dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan (Abdullah dan Tantri, 2016 hal. 153).

“Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk memenuhi kebutuhan keinginan konsumen” (Sangadji dan Sopiah, 2013 hal. 15). “Produk adalah apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan seorang konsumen, untuk memenuhi kebutuhan yang dipersepsikannya” (Supranto dan Limakrisna 2011 hal. 10). Dari pengertian para ahli maka dapat disimpulkan bahwa “Produk adalah sesuatu yang ditawarkan kepada pasar untuk dapat memenuhi kebutuhan konsumsi dan keinginan konsumen”.

#### **b. Klasifikasi Produk**

Menurut Abdullah (2016, hal. 155) dalam mengembangkan strategi pemasaran untuk produk dan jasa, pemasar mengembangkan beberapa klasifikasi produk. Pertama-tama, pemasar membagi produk dan jasa menjadi dua kelas besar berdasarkan pada jenis konsumen yang menggunakannya— *produk konsumen* dan *produk industri*.

##### 1. Produk konsumen

Produk konsumen adalah apa yang dibeli oleh konsumen akhir untuk konsumen pribadi. Pemasar biasanya mengklasifikasikan lebih jauh barang-barang ini berdasarkan pada cara konsumen membelinya. Produk konsumen mencakup produk sehari-hari, produk shopping, produk khusus, dan produk yang tidak dicari.

## 2. Produk Industri

Menurut Abdullah (2016, hal. 157) produk industri adalah barang yang dibeli untuk diproses lebih lanjut atau untuk dipergunakan dalam menjalankan bisnis. Jadi, perbedaan antara produk konsumen dan produk industri didasarkan pada tujuan produk tersebut dibeli.

### c. Indikator Kualitas Produk

Dalam Tjiptono dan Chandra (2012, hal. 75) terdapat empat indikator kualitas produk, yaitu :

- 1) Kinerja  
Adalah karakteristik operasi dasar dari suatu produk.
- 2) Fitur  
Adalah karakteristik pelengkap khusus yang bisa menambah pengalaman pemakaian produk.
- 3) Reliabilitas  
Adalah probabilitas terjadinya kegagalan atau kerusakan produk dalam waktu periode tertentu
- 4) Konformasi  
Yaitu, tingkat kesesuaian produk dengan standar yang telah ditetapkan.

Adapun indikator kualitas produk yang dapat digunakan sebagai dasar perencanaan strategis terutama bagi perusahaan (Kotler, 2009 hal.350) adalah :

- 1) Bentuk
- 2) Keitimewaan
- 3) Mutu kinerja
- 4) Mutu kesesuaian
- 5) Daya tahan
- 6) Kehandalan

- 7) Mudah diperbaiki
- 8) Gaya
- 9) Rancangan

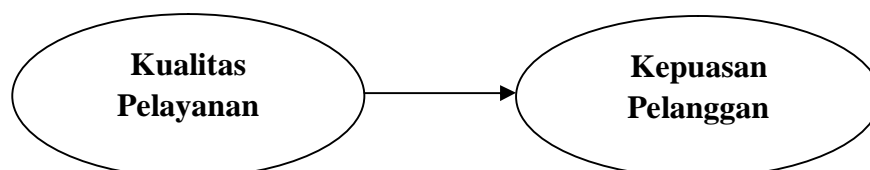
## **B. Kerangka Konseptual**

### **1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan**

Pelayanan dari suatu perusahaan dapat dikatakan berkualitas apabila pelayanan tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Jika kebutuhan dan keinginan konsumen mampu dipenuhi oleh pihak perusahaan maka hal ini dapat mempengaruhi kepuasan konsumen dan berakhir pada pembelian ulang.

Konsumen puas ketika kualitas pelayanan dirasa sesuai atau bahkan melebihi harapan dan sebaliknya konsumen merasa tidak puas ketika kualitas pelayanan berada dibawah harapan mereka. Kotler dan Keller (2009, Hal. 143) menyatakan kualitas merupakan totalitas fitur dan karakteristik produk dan jasa yang bergantung pada kemampuan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen yang telah dijanjikan. Perusahaan yang memuaskan sebagian besar kebutuhan konsumennya sepanjang waktu disebut perusahaan yang berkualitas. Dari hasil kutipan diatas menggambarkan adanya pengaruh positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Hasil penelitian Inka Janita Sembiring (2014) menunjukkan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



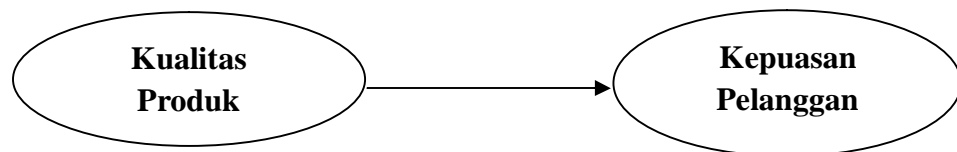
**Gambar II.1:** Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

## 2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas yang tinggi dan baik dari sebuah produk atau jasa maka akan berpengaruh secara positif terhadap kepuasan konsumen. Sebaliknya kualitas yang rendah dan kurang baik dari sebuah produk atau jasa cenderung menimbulkan tingkat kepuasan konsumen yang rendah juga. Jadi, semakin tinggi kualitas produk atau jasa maka akan semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Isro Marito Siregar (2015) menyatakan semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.

Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dapat dilihat dari paradigma berikut ini:



**Gambar II.2:** Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

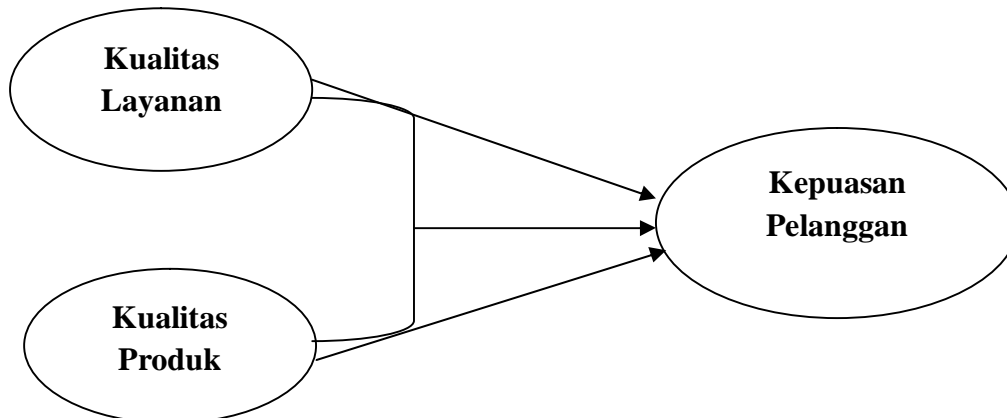
## 3. Kualitas Pelayanan Pelanggan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dari pendapat sebelumnya dapat disimpulkan bahwa Kualitas layanan dan Kualitas Produk berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Artinya kualitas layanan dan kualitas produk dapat memberi pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, maka akan memberikan pengaruh tingkat kepuasan yang baik bagi para konsumen.

Dalam penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Artin Irianti Prasetya Admajasari (2014) kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan

secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan Koperasi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Dari penjelasan diatas pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat dalam paradigma berikut ini:



**Gambar II. 3:** Paradigma Penelitian.

### **C. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, berdasarkan masalah yang dikemukakan sebelumnya maka dirumuskan hipotesis ini adalah sebagai berikut:

- a. Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Kec. Lubuk Pakam.
- b. Ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Kec. Lubuk Pakam.
- c. Ada pengaruh kualitas layanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Kec. Lubuk Pakam.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **A. Pendekatan Penelitian**

Pendekatan yang digunakan penulis dalam penelitian ini dapat dilihat dari jenis datanya dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan juga dapat dilihat dari permasalahan penelitiannya, maka penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif.

Pendekatan kuantitatif adalah suatu pendekatan dimana penelitian tidak dilakukan secara mendalam, dengan demikian memerlukan waktu yang relatif singkat. Sementara itu pendekatan asosiatif adalah suatu pendekatan dimana untuk mengetahui bahwa ada hubungan atau pengaruh diantara kedua variabel, yaitu variabel bebas (kualitas layanan dan kualitas produk) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan).

### **B. Definisi Operasional**

Operasional adalah suatu usaha yang dilakukan untuk meneliti variabel-variabel dengan konsep yang berkaitan dengan permasalahan penelitian dan mempermudah pemahaman dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini, yang menjadi definisi operasional, yaitu:

#### **1. Kepuasan Pelanggan (Y)**

Menurut Tjiptono dan Chandra ( 2012, hal. 57) terdapat 4 indikator dari variabel kepuasan pelanggan, yaitu :

**Tabel III. 1**  
**Indikator Kepuasan Pelanggan**

No.	Indikator
1	Kualitas produk
2	Kualitas pelayanan
3	Harga
4	Emosional

Sumber : Tjiptono dan Chandra ( 2012,hal.57 )

## 2. Kualitas Pelayanan (X1)

Menurut Tjiptono (2006, hal. 53) ada beberapa dimensi yang harus diperhatikan dalam upaya memperbaiki atau meningkatkan kualitas mutu pelayanan, yaitu :

**Tabel III. 2**  
**Indikator Kualitas Pelayanan**

No.	Indikator
1	Reliabilitas
2	Responsivitas
3	Jaminan ( <i>assurance</i> )
4	Empati
5	Bukti Fisik

Sumber: Lupiyoadi dan Hamdani ( 2009, hal. 75 )

## 3. Kualitas Produk (X2)

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk dalam memberikan suatu kepuasan terhadap konsumen dan dapat menentukan posisi dari sebuah produk.

**Tabel III. 3**  
**Indikator Kualitas Produk**

No.	Indikator s
1	Kinerja
2	Fitur
3	Relibialitas
4	Konformasi

Sumber : Tjiptono dan Chandra ( 2012, hal.75 )



### C. Tempat dan Waktu Penelitian

Tempat penelitian : PT. PDAM Tirtanadi Cabang Deli Serdang Kec. Lubuk

Pakam.

Waktu Penelitian : Direncanakan Desember 2016 s/d April 2017.

**Tabel III. 4**  
**Tabel Jadwal Penelitian**

No	Kegiatan	BULAN																			
		DES 2016				JAN 2017				FEB 2017				MAR 2017				APRIL 2017			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Penelitian awal		■																		
2.	Penyusunan proposal			■	■	■	■														
3.	Seminar proposal						■														
4.	Pengumpulan data							■													
5.	Pengolahan dan analisis data															■	■	■			
6.	Penyusunan skripsi																	■	■	■	
7.	Sidang skripsi																		■	■	

## D. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Juliandi dkk ( 2014, hal.51 ) menyatakan “populasi merupakan totalitas dari seluruh unsur yang ada dalam sebuah wilayah penelitian.”

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PDAM Tirtanadi cab. Lubuk Pakam berjumlah 9.488 pelanggan.

### 2. Sampel

Juliandi ( 2014, hal 51 ) mengatakan “sampel adalah wakil-wakil dari populasi.” Dalam hal ini peneliti menggunakan random sampling. Menurut Sugiyono (2006, hal. 93) Random Sampling adalah pengambilan anggota sampel dari populasi yang dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu.”

Menurut Juliandi (2014, hal. 59) menentukan jumlah sampel dari suatu populasi dapat menggunakan cara dengan Rumusan Slovin, seperti berikut ini :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Sumber : Juliandi (2014, hal. 59)

Dimana :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : persen kelonggaran ketidaknelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan (misalnya, 1%, 5%, 10%, dll).

Dalam penelitian ini jumlah populasi yang peneliti ketahui berjumlah 9.488 pelanggan yang aktif di PDAM Tirtanadi Kec. Lubuk Pakam. Maka jumlah sampelnya adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{9488}{1 + 9488(0,1)^2} = 99$$

Jadi, dari jumlah populasi 9488, Maka peneliti dapat menarik sampel sebanyak 99 pelanggan dengan tingkat kesalahan 10%.

### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu :

#### 1. Angket / Questioner

Questioner adalah teknik pengumpulan data yang diperoleh dengan cara membuat daftar pertanyaan secara tertulis yang ditujukan kepada para pelanggan atau responden di objek penelitian yaitu PT. PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Kec. Lubuk Pakam, yang hasilnya merupakan data tertulis yang didapat dari pelanggan tanpa tekanan dari pihak lain dengan menggunakan skala likert dengan bentuk checklist, dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 (lima) opsi sebagaimana terlihat pada table berikut ini :

**Tabel III. 5**  
**Skala Pengukuran Likert's**

<b>Pernyataan</b>	<b>Bobot</b>
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Agar hasil kuisioner dapat digunakan sebagai alat pengumpul data, maka harus melewati uji validitas dan reliabilitas instrumen sebagai berikut :

## 1. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Selanjutnya adalah untuk menguji valid dan reliable tidaknya maka diuji dengan validitas dan reliabilitas, yaitu :

### a. Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan dengan tujuan menganalisis apakah instrument yang disusun memang benar-benar tepat dan rasional untuk mengukur variabel penelitian. Untuk mengujur validitas setiap butir pertanyaan, maka digunakan teknik korelasi *product moment*, yaitu:

$$r = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Sumber : Juliandi ( 2014, hal.79 )

Keterangan :

- N : Banyaknya pasangan pengamatan
- $\sum x$  : Jumlah pengamatan variabel x
- $\sum y$  : Jumlah pengamatan variabel y
- $(\sum x^2)$  : Jumlah kuadrat pengamatan variabel x
- $(\sum y^2)$  : Jumlah kuadrat pengamatan variabel y
- $(\sum x)^2$  : Kuadrat jumlah pengamatan variabel x
- $(\sum y)^2$  : Kuadrat jumlah pengamatan variabel y
- $\sum xy$  : Jumlah hasil kali variabel x dan y

Program yang digunakan untuk menguji validitas dan reabilitas instrument adalah program computer statistical Program For Social Science (SPSS) versi 16,0 yang terdiri dari uji validitas dan reabilitas. Kriteria penilaian uji validitas, adalah :

- a) Apabila  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut valid.
- b) Apabila  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel (pada taraf signifikansi 5%), maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid.

### b. Reliabilitas

*Reliability* (reliabilitas) berarti adanya kepercayaan atau ketepatan data yang didapat pada waktu ke waktu. Reliabilitas berkenaan dengan tingkat kehandalan suatu instrumen penelitian. Menurut Arikunto dalam Juliandi (2013, hal. 86) pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Crombach alpha*, dikatakan reliable bila hasil  $\alpha > 0,6$  dengan rumus  $\alpha$  sebagai berikut :

$$r = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma i^2} \right]$$

Sumber : Arikunto dalam Juliandi (2013, hal.86)

Keterangan:

- $r$  : Reliabilitas instrumen
- $k$  : Banyaknya butir pernyataan
- $\sum \sigma b^2$  : Jumlah varians butir
- $\sigma i^2$  : Varians total

Kriteria pengujiannya :

- 1) Jika nilai koefisien reliabilitas yakni  $\alpha \geq 0,60$  maka reliabilitas cukup baik.
- 2) Jika nilai koefisien reliabilitas  $\alpha < 0,60$  maka reliabilitas kurang baik.

Jika nilai korelasi (  $r$  ) yang diperoleh adalah positif, kemungkinan butir yang diuji tersebut valid. Namun walaupun positif, perlu pula nilai korelasi (  $r$  ) tersebut dibandingkan dengan nilai korelasi yakni  $r$  hitung dengan  $r$  tabel, apabila nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel, maka instrument tersebut adalah signifikan, dengan demikian butir instrument adalah valid. Butir instrument yang valid ( tidak benar / salah ) tidak layak untuk dijadikan sebagai item di dalam instrument penelitian. Butir yang tidak valid dibuang dari instrument angket.

Selanjutnya item instrument yang valid diuji reabilitasnya untuk mengetahui apakah seluruh item pertanyaan dari setiap variabel sudah menerangkan tentang variabel yang diteliti, pengujian reabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha  $>0,60$ , maka penelitian tersebut dianggap reliabel.

## **2. Studi Dokumentasi**

Yaitu mempelajari atau menelaah dokumen-dokumen yang ada di perusahaan seperti struktur organisasi, data jumlah pelanggan yang telah menggunakan produk yang dijual oleh perusahaan. Dokumen ini diperlukan untuk mendukung pembahasan yang berhubungan dengan judul penelitian.

## **F. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data ini merupakan jawaban dari rumusan masalah yang akan meneliti apakah masing-masing variabel bebas (kualitas pelayanan dan kualitas produk) tersebut berpengaruh terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan baik secara parsial maupun simultan. Berikut adalah teknik analisis data yang digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini :

## 1. Regresi Linear Berganda

Regresi adalah suatu metode untuk menentukan sebab akibat antara satu variabel dengan variabel-variabel yang lain. Dalam penelitian ini digunakan regresi linear berganda untuk menentukan sebab akibat variabel bebas kualitas pelayanan ( $X_1$ ) dan kualitas produk ( $X_2$ ) terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Secara umum rumus regresi berganda adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Sumber : Sugiyono (2010, hal. 277)

Keterangan :

Y : Kualitas Pelayanan

$X_1$  : Kualitas Produk

$X_2$  : Kepuasan Pelanggan

A : Konstanta

$b_1 b_2$  : Koefisien Regresi

Metode regresi merupakan model regresi yang menghasilkan estimator linear yang tidak bias yang terbaik (*best linear unbiased estimate*). Kondisi ini akan terjadi jika dipenuhi beberapa asumsi yang disebut dengan uji asumsi klasik, sebagai berikut :

### a. Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen (terikat) dan variabel independent (bebas) keduanya mempunyai distribusi normal ataukah tidak. Dasar pengambilan keputusan dalam deteksi normalitas yaitu jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Tetapi jika data jauh menyebar dari garis diagonal atau tidak mengikuti arah garis diagonal,

maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan :

1) *Garis Normal P-Plot*

Uji ini dapat digunakan untuk melihat model regresi normal atau tidaknya dengan syarat yaitu apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Dan jika data menyebar jauh dari diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

2) *Uji Kolmogorov-Smirnov*

Uji ini bertujuan agar dalam penelitian ini dapat mengetahui berdistribusi normal atau tidaknya antar variabel independen dengan variabel dependen ataupun keduanya.

$H_0$  : data residual berdistribusi normal

$H_a$  : data residual tidak berdistribusi normal

Ketentuan untuk Uji *Kolmogorov-Smirnov* ini adalah jika signifikansi dibawah 0,05 berarti terdapat perbedaan yang signifikan, dan jika signifikansi di atas 0,05 maka tidak terjadi perbedaan yang signifikan.

**b. Uji Multikolinearitas**

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas independen. Model regresi yang baik seharusnya bebas uji multikolinearitas atau tidak terjadi korelasi diantara variabel independen. Uji multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan lawannya, dan



*Variance Inflation Faktor (VIF)*. Jika nilai *Tolerance* lebih besar dari 0,1 atau nilai VIF lebih kecil dari 0,1, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas pada data yang akan diolah (Ghozali, 2011 hal.105-106)

### c. Uji Heterokedastistas

Uji Heterokedastistas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homokedastistas dan jika berbeda disebut heterokedastistas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastistas atau tidak terjadi heterokedastistas. Cara mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastistas adalah dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Deteksi ada tidaknya heterokedastistasnya dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *scatterplot* antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah yang telah diprediksi dan sumbu X residual (Y prediksi Y sesungguhnya) yang telah di *Standardized*. Dasar analisis heterokedastistas (Ghozali, 2011 hal.139-143) sebagai berikut :

- 1) Jika ada pola tertentu, sebagai titik yang membentuk pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasikan telah terjadi heterokedastistas.
- 2) Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik yang menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastistas.

## 2. Uji Hipotesis

### a. Uji Parsial (Uji-t)

Uji statistik t dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y). menurut Sugiono (2010, hal. 184) untuk menguji signifikan hubungan digunakan rumus uji statistik t, sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Sumber : Sugiyono (2010, hal. 184)

Dimana :

t : nilai t hitung

r : koefisien korelasi

n : jumlah sampel

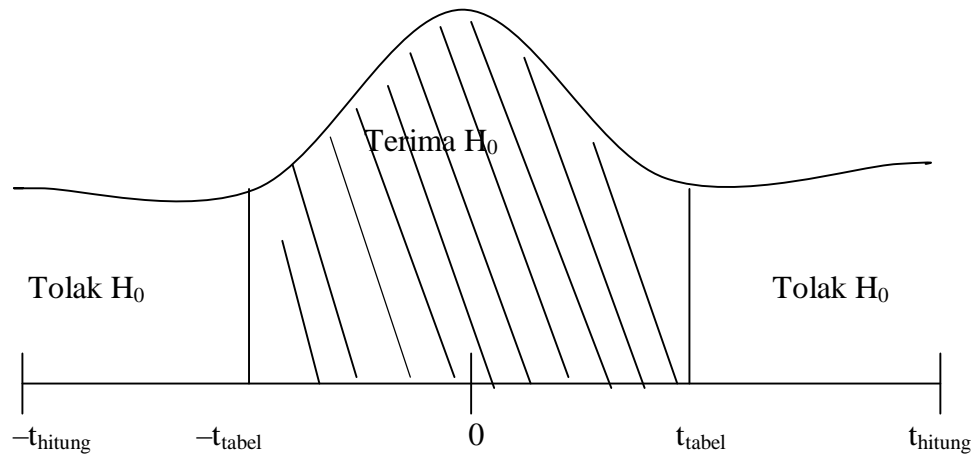
Tahap-tahap:

#### a. Bentuk Pengujian

$H_0 : r_s = 0$ , artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

$H_0 : r_s \neq 0$ , artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

Uji statistic F dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara simultan mempunyai hubungan signifikan atau tidak terhadap ditolak : jika  $t_{hitung} < -t_{tabel}$  dan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  artinya terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.



**Gambar III-1:** Kriteria Pengujian Uji t

### b. Uji Simultan (Uji F)

Variabel terikat (Y) dengan rumus sebagai berikut:

$$Fh = \frac{r^2/k}{(1-r^2)/(n-k-l)}$$

Sumber : Sugiyono (2010, hal. 192)

Dimana :

Fh : Nilai F Hitung

R<sup>2</sup> : Koefisien Korelasi Berganda

K : Jumlah Variabel Independen

N : Jumlah Anggota Sampel

Kriteria pengujian uji F :

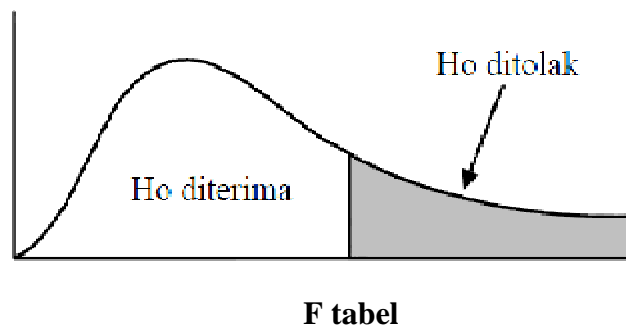
Kriteria penerimaan/penolakan hipotesis adalah sebagai berikut :

- a. Jika nilai  $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ , tolak  $H_0$  sehingga ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.
- b. Jika nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , terima  $H_0$  sehingga tidak ada pengaruh signifikan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Bentuk pengujiannya adalah :

$H_0$  = Tidak ada pengaruh antara kepemimpinan dan disiplin kerja terhadap Kinerja karyawan.

$H_a$  = Ada pengaruh antara kepemimpinan dan disiplin kerja terhadap Kinerja karyawan.



**Gambar III-2:** Kriteria Pengujian Uji F

### 3. Koefisien Determinasi (R-Square)

Koefisien determinan ini berfungsi untuk mengetahui persentase besarnya pengaruh variabel independen dan variabel dependen yaitu dengan mengkuadratkan koefisien yang ditemukan. Dalam penggunaannya, koefisien determinasi ini dinyatakan dalam persentase (%) dengan rumus sebagai berikut :

$$D = R^2 \times 100\%$$

Sumber : azuar dan irfan (2013)

Dimana :

- D : Determinasi
- R : Nilai Korelasi Berganda
- 100% : Persentase Kontribusi

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Hasil Penelitian

##### 1. Deskripsi Hasil Penelitian

###### a. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Dalam suatu perusahaan atau organisasi, seringkali jenis kelamin menjadi salah satu hambatan karena adanya perbedaan perspektif antara pria dan wanita. Pengelompokan responden dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui besarnya tingkat proporsi pengelompokan jenis kelamin pria dan wanita yang dapat dilihat dari tabel berikut ini :

**Tabel IV. 1**  
**Persentase Jenis Kelamin Responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid laki-laki	42	42.4	42.4	42.4
Perempuan	57	57.6	57.6	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber: Diolah dari SPSS 16.0

Dari data diatas menunjukkan bahwa jenis kelamin laki-laki sebanyak 42 orang (42,4%) dan jenis kelamin perempuan sebanyak 57 orang (57,6%). Dengan demikian dapat disimpulkan dari total responden perempuan memiliki pengaruh cukup besar dari pada responden laki-laki.

###### b. Karakteristik Responden Menurut Usia

Karakteristik responden dalam penelitian ini dapat dikelompokkan atas responden yang berusia dari 20-29 tahun, 30-39 tahun, 40-49 tahun, dan usia diatas 50 tahun, untuk hasil selengkapnya dapat disajikan melalui tabel berikut ini:

**Tabel IV. 2**  
**Presentase Usia Responden**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-29 tahun	7	7.1	7.1	7.1
30-39 tahun	15	15.2	15.2	22.2
40-49 tahun	41	41.4	41.4	63.6
>50 tahun	36	36.4	36.4	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber: Diolah dari SPSS 16,0

Data diatas menunjukkan bahwa usia responden, frekuensi responden berusia 20-29 tahun sebanyak 7 orang (7%), usia 30-39 tahun sebanyak 15 orang (15%), usia 40-49 tahun sebanyak 41 orang (41%), dan usia > 50% sebanyak 36 orang (36%).

**c. Karakteristik Responden Menurut Jenis Pendidikan**

Deskripsi dalam penelitian ini, menggambarkan jenis pendidikan terakhir yang dimiliki oleh pelanggan PT.PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Kec. Lubuk Pakam. Dimana jenis pendidikan terakhir pelanggan PDAM dapat dikelompokkan dalam 3 kelompok yakni : SMA, D3, dan S1. Adapun deskripsi responden menurut jenis pendidikan terakhir dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel IV.3**  
**Presentasi Pendidikan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMA	27	27.3	27.3	27.3
D3	46	46.5	46.5	73.7

S1	26	26.3	26.3	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Sumber: Diolah dari SPSS 16,0

Data diatas menunjukkan pendidikan responden yang dijadikan sample dalam penelitian ini, responden berpendidikan SMA sebanyak 27 orang (27,3%), responden yang berpendidikan D3 46 orang (46,5%), dan responden yang berpendidikan S1 sebanyak 26 orang (26,3%).

## **B. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Uji Validitas dan Reabilitas Instrument**

Program yang digunakan untuk menguji validitas instrument adalah SPSS versi 16.0 dari 99 kuesioner yang dijawab dan dikembalikan responden, penulis menginput nilai-nilainya untuk bahan pengujian.

Uji validitas berguna untuk menguji apakah instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah alat ukur yang tepat atau benar untuk mengukur variabel. Jika hasilnya valid berarti instrument yang digunakan adalah instrument yang tepat atau benar, sehingga data yang dikumpulkan dari instrument tersebut juga merupakan data yang tepat sebagai bahan analisis data selanjutnya.

Pengujian validitas tiap instrument bebas dengan cara mengkorelasikan tiap butir pernyataan tersebut. Syarat minimum untuk memenuhi syarat apakah setiap pernyataan valid atau tidak dengan membandingkan  $r_{hitung}$  terhadap  $r_{tabel} = 0,197$ , dimana  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

#### **a. Hasil Validitas**

##### **1) Kualitas Pelayanan**

Berdasarkan hasil pengujian validitas terhadap variabel kualitas pelayanan, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel IV.4**  
**Hasil Uji Validitas kualitas pelayanan**  
**(Untuk Pernyataan Variabel X<sub>1</sub>)**

No Butir	<i>r</i> Hitung	<i>r</i> Tabel	Probabilitas	Keterangan
Item 1	0.395	0.197	0,002 < 0,05	Valid
Item 2	0.423	0.197	0,002 < 0,05	Valid
Item 3	0.301	0.197	0,002 < 0,05	Valid
Item 4	0.444	0.197	0,000 < 0,05	Valid
Item 5	0.408	0.197	0,000 < 0,05	Valid
Item 6	0.397	0.197	0,000 < 0,05	Valid
Item 7	0.400	0.197	0,001 < 0,05	Valid
Item 8	0.377	0.197	0,000 < 0,05	Valid
Item 9	0.433	0.197	0,000 < 0,05	Valid
Item 10	0.337	0.197	0,000 < 0,05	Valid

Sumber: Diolah dari SPSS 16,0

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan valid dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian serta dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

## 2) Kualitas Produk

Berdasarkan hasil pengujian validitas terhadap variabel kualitas pelayanan, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel IV.5**  
**Hasil Uji Validitas Variabel X<sub>2</sub> (kualitas produk)**  
**(Untuk Pernyataan Variabel X<sub>2</sub>)**

No Butir	<i>r</i> Hitung	<i>r</i> Tabel	Probabilitas	Keterangan
Item 1	0.576	0.197	0,000 < 0,05	Valid
Item 2	0.550	0.197	0,000 < 0,05	Valid
Item 3	0.243	0.197	0,001 < 0,05	Valid
Item 4	0.506	0.197	0,000 < 0,05	Valid



Item 5	0.226	0.197	0,000 < 0,05	Valid
Item 6	0.440	0.197	0,000 < 0,05	Valid
Item 7	0.269	0.197	0,001 < 0,05	Valid
Item 8	0.379	0.197	0,002 < 0,05	Valid

Sumber: Diolah dari SPSS 16,0

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan untuk variabel Kualitas produk valid dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian serta dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

### 3) Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian validitas terhadap variabel kualitas pelayanan, maka diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel IV.6**  
**Hasil Uji Validitas Variabel Y (Kepuasan Konsumen)**  
**(Untuk Pernyataan Variabel Y)**

No Butir	$r$ Hitung	$r$ Tabel	Probabilitas	Keterangan
Item 1	0.599	0.197	0,000 < 0,05	Valid
Item 2	0.493	0.197	0,000 < 0,05	Valid
Item 3	0.374	0.197	0,000 < 0,05	Valid
Item 4	0.610	0.197	0,000 < 0,05	Valid
Item 5	0.325	0.197	0,001 < 0,05	Valid
Item 6	0.551	0.197	0,000 < 0,05	Valid
Item 7	0.268	0.197	0,007 < 0,05	Valid
Item 8	0.270	0.197	0,007 < 0,05	Valid

Sumber: Diolah dari SPSS 16,0

Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa semua butir pernyataan untuk variabel Kepuasan Konsumen valid dan layak digunakan sebagai alat ukur penelitian serta dapat digunakan untuk analisis selanjutnya.

#### **b. Hasil Instrument Realibilitas**

Untuk mengetahui apakah seluruh item pernyataan dan tiap variabel sudah menerangkan tentang variabel yang diteliti. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach's Alpha. Kriteria penilaian dalam menguji reliabilitas instrument adalah apabila nilai Cronbach's Alpha  $> 0,6$ , maka penelitian tersebut dianggap reliabel . hasilnya seperti yang ditunjukkan dalam tabel berikut :

**Tabel IV.7**  
**Uji Reliabilitas**

No	Variabel	Hasil Uji	Keterangan
1.	Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )	0,368	Diterima/Reliable
2.	Kualitas Produk ( $X_2$ )	0,228	Diterima/Reliable
3.	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,385	Diterima/Reliable

Nilai reabilitas instrument diatas menunjukkan tingkat reliabilitas instrument sudah memadai karena mendekati 1( $>0,6$ ), dapat disimpulkan bahwa butir pernyataan maing-masing variabel sudah menjelaskan atau memberikan gambaran tentang variabel yang diteliti.

## **2. Analisa Variabel Penelitian**

Dalam penelitian ini akan dibahas mengenai deskripsi data masing-masing variabel penelitian dan pengaruh 2 variabel bebas yaitu kualitas pelayanan ( $X_1$ ),

kualitas produk (X2) dengan satu variabel dependen tingkat kepuasan pelanggan (Y).

**a. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)**

Pada variabel deskriptif variabel kualitas produk, penilaian dilakukan dengan 4 indikator, diantaranya adalah kualitas pelayanan, kualitas produk, harga, dan emosional. Berikut adalah tabel deskriptif kepuasan pelanggan. Untuk lebih membantu berikut ini penulis sajikan tabel hasil skor jawaban responden dari angket yang penulis sebarakan sebagai berikut :

**Tabel IV.8**  
**Skor Angket Variabel Y (Kepuasan pelanggan)**

Alternatif Jawaban												
No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	80	80	18	18	1	1	0	0	0	0	99	100
2	80	80	17	17	2	2	0	0	0	0	99	100
3	78	78	18	18	3	3	0	0	0	0	99	100
4	74	74	23	23	2	2	0	0	0	0	99	100
5	77	77	21	21	1	1	0	0	0	0	99	100
6	82	82	16	16	1	1	0	0	0	0	99	100
7	79	79	19	19	1	1	0	0	0	0	99	100
8	82	82	14	14	3	3	0	0	0	0	99	100

Sumber: Data Penelitian Diolah

Dari tabel IV.4 data dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) Dari jawaban pertama mengenai perusahaan memberikan kualitas yang baik, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 80%.
- 2) Dari jawaban kedua mengenai perusahaan memberikan kualitas pelayanan, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 80%.

- 3) Dari jawaban ketiga mengenai perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang membuat pelanggan menjadi loyal, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 78%.
- 4) Dari jawaban keempat mengenai saya dapat merasakan kualitas air yang baik dari perusahaan, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 74%.
- 5) Dari jawaban kelima mengenai harga yang ditawarkan perusahaan terjangkau untuk keluarga menengah kebawah, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 77%.
- 6) Dari jawaban keenam mengenai harga yang diberikan sesuai dengan kualitas produknya, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 82%.
- 7) Dari jawaban ketujuh mengenai pegawai/karyawan perusahaan merespon pelanggan dengan memberikan pelayanan yang baik, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 79%.
- 8) Dari jawaban kedelapan mengenai saya merasa puas dengan kualitas pelayanan pada saat membayar tagihan rekening air di kasir, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 82%.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada jawaban responden yang menyetujui bahwa kepuasan pelanggan melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan memiliki pengaruh kuat didalam perusahaan. Terbukti dengan jawaban responden yang lebih mendominasi sangat setuju.

#### **b. Variabel Kualitas Pelayanan ( $X_1$ )**

Untuk pengukuran variabel kualitas pelayanan digunakan pendapat responden mengenai kualitas pelayanan mempengaruhi pelanggan dalam

mendapatkan rasa kepuasan terhadap perusahaan. Untuk lebih membantu berikut ini penulis sajikan tabel hasil skor jawaban responden dari angket yang penulis sebarakan sebagai berikut :

**Tabel IV.9**  
**Skor Angket Variabel X<sub>1</sub> (Kualitas Pelayanan)**

<b>Alternatif Jawaban</b>												
<b>No</b>	<b>SS</b>		<b>S</b>		<b>KS</b>		<b>TS</b>		<b>STS</b>		<b>Jumlah</b>	
	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>	<b>F</b>	<b>%</b>
1	78	78	20	20	1	1	0	0	0	0	99	100
2	79	79	19	19	1	1	0	0	0	0	99	100
3	71	71	24	24	4	4	0	0	0	0	99	100
4	78	78	18	18	3	3	0	0	0	0	99	100
5	73	73	25	25	1	1	0	0	0	0	99	100
6	82	82	16	16	1	1	0	0	0	0	99	100
7	75	75	23	23	1	1	0	0	0	0	99	100
8	62	62	34	34	3	3	0	0	0	0	99	100
9	74	74	24	24	1	1	0	0	0	0	99	100
10	63	63	33	33	3	3	0	0	0	0	99	100

Sumber : Data Penelitian Diolah

Dari data tabel IV. 5 dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Dari jawaban pertama mengenai kualitas pelayanan pegawai/karyawan melayani pelanggan dengan mudah dan cepat, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 78%.
- 2) Dari jawaban kedua mengenai kemampuan pegawai/karyawan untuk cepat tanggap menyelesaikan keluhan pelanggan, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 79%.

- 3) Dari jawaban ketiga mengenai pegawai/karyawan cepat dalam penanganan tugas mereka dalam melayani pelanggan, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 71%.
- 4) Dari jawaban keempat mengenai pegawai/karyawan mengenal pelanggan dengan baik atas keluhannya, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 78%.
- 5) Dari jawaban kelima mengenai jadwal pelayanan pembayaran rekening dijalankan dengan tepat, responden menjawab sangat setuju dengan presentasi 73%.
- 6) Dari jawaban keenam mengenai pegawai/karyawan memberikan pelayanan yang sama tanpa membandingkan antara sesama pelanggan, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 82%.
- 7) Dari jawaban ketujuh mengenai perusahaan sudah memberikan kewajaran biaya denda keterlambatan pembayaran rekening perbulannya, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 75%.
- 8) Dari jawaban kedelapan mengenai perusahaan selalu melayani pelanggan dengan handal dan melakukan pelayanan dengan cepat, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 72%.
- 9) Dari jawaban kesembilan mengenai pegawai/karyawan selalu berpakaian rapi dan wangi, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 74%.
- 10) Dari jawaban kesepuluh mengenai perusahaan sudah memberikan ruangan antri yang nyaman dan aman, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 63%.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada jawaban responden yang menyetujui bahwa kualitas pelayanan melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan memiliki pengaruh kuat didalam perusahaan. Terbukti dengan jawaban responden yang lebih mendominasi sangat setuju.

### c. Variabel Kualitas Produk ( $X_2$ )

Pada variabel deskriptif variabel kualitas produk, penilaian dilakukan dengan 4 indikator, diantaranya adalah kinerja, fitur, reliabilitas, dan konformasi. Berikut adalah tabel deskriptif kualitas produk. Untuk lebih membantu berikut ini penulis sajikan tabel hasil skor jawaban responden dari angket yang penulis sebarakan sebagai berikut :

**Tabel IV.10**  
**Skor Angket Variabel  $X_2$  (Kualitas Produk)**

Alternatif Jawaban												
No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	76	76	22	22	1	1	0	0	0	0	99	100
2	71	71	26	26	2	2	0	0	0	0	99	100
3	68	68	28	28	3	3	0	0	0	0	99	100
4	71	71	25	25	3	3	0	0	0	0	99	100
5	67	67	31	31	1	1	0	0	0	0	99	100
6	80	80	18	18	1	1	0	0	0	0	99	100
7	75	75	23	23	1	1	0	0	0	0	99	100
8	74	74	22	22	3	3	0	0	0	0	99	100

Sumber: Data Penelitian Diolah

Dari data tabel IV. 6 dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Dari jawaban pertama mengenai kinerja pelayanan yang diberikan perusahaan sudah memuaskan, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 76%.

- 2) Dari jawaban kedua mengenai perusahaan cepat dan tanggap dalam melayani pelanggan, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 71%.
- 3) Dari jawaban ketiga mengenai layanan yang diberikan perusahaan sesuai tepat waktu, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 67%.
- 4) Dari jawaban keempat mengenai pegawai/karyawan perusahaan melayani pelanggan dengan selalu bersikap ramah, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 71%.
- 5) Dari jawaban kelima mengenai perusahaan memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam membayar tagihan rekening air, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 67%.
- 6) Dari jawaban keenam mengenai perusahaan kurang teliti dalam kualitas pipa air, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 80%.
- 7) Dari jawaban ketujuh mengenai perusahaan memberikan kualitas air yang keruh setiap pencucian pipa, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 75%.
- 8) Dari jawaban kedelapan mengenai perusahaan memiliki sumber air yang banyak untuk mencukupi kebutuhan air minum yang bersih di setiap kecamatan, responden menjawab sangat setuju dengan presentase 74%.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada jawaban responden yang menyetujui bahwa kualitas produk melalui penyebaran kuesioner yang dilakukan memiliki pengaruh kuat didalam perusahaan. terbukti dengan jawaban responden yang lebih mendominasi menjawab sangat setuju.

### **C. Teknik Analisis Berganda**

#### **1. Analisis Regresi Linear Berganda**



Dalam menganalisis data digunakan analisis regresi linear berganda. Dimana analisis berganda berguna untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS Statistic versi 16.

**Tabel IV. 11**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.987	2.570		-.384	.702
	kualitas pelayanan	.317	.052	.376	6.124	.000
	kualitas produk	.636	.065	.604	9.847	.000

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Berdasarkan data tabel IV. 9 output SPSS di atas, maka diperoleh persamaan regresi sebagai berikut :  $Y = 0,987 + 0,317 X_1 + 0,636 X_2$

Model tersebut menunjukkan arti bahwa :

- a. Konstanta = -0,987

Jika variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk diasumsikan tetap maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar -0,987.

- b. Koefisien Kualitas Pelayanan  $X_1$

Nilai koefisien kualitas pelayanan sebesar 0,317. Menyatakan bahwa setiap terjadi kenaikan 1 skor untuk kualitas pelayanan akan diikuti terjadi kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,317.

- c. Koefisien Kualitas Produk  $X_2$

Nilai koefisien kualitas produk menunjukkan angka sebesar 0,636. Menyatakan bahwa apabila terjadi kenaikan 1 skor untuk kualitas produk akan diikuti dengan terjadi kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,636.

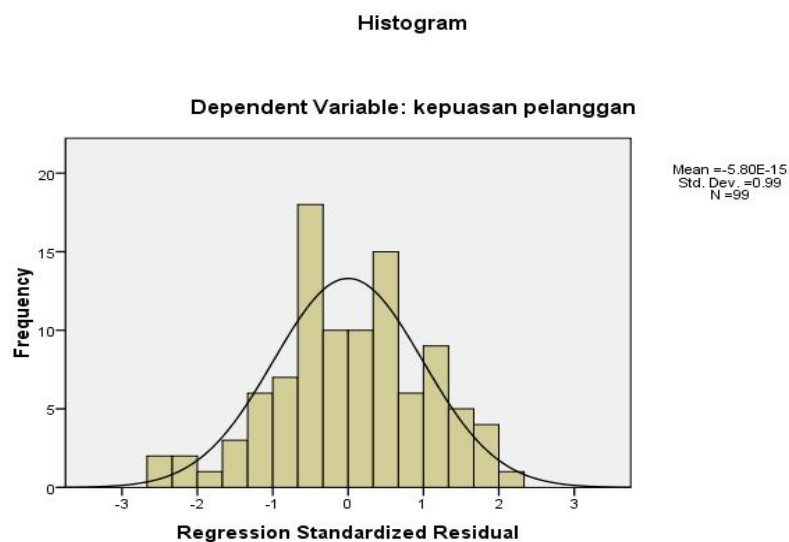
## D. Analisis Data

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas menguji data variabel bebas (X1) dan data variabel terikat (Y) pada persamaan regresi yang dihasilkan, apakah berdistribusi normal atau berdistribusi tidak normal. Pengujian normalitas dilakukan dengan uji normal probability plot. Regresi memenuhi asumsi normalitas jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal. Hasil dari uji normalitas dengan menggunakan program SPSS adalah sebagai berikut :

**Gambar IV. 1**  
**Grafik Histogram**

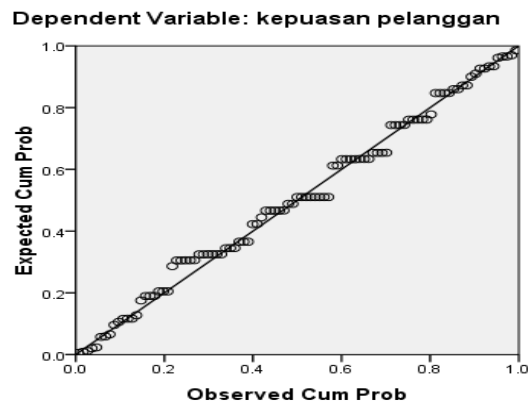


Berdasarkan tampilan gambar diatas terlihat bahwa grafik histogram menunjukkan adanya gambaran pola data yang baik. Kurva *dependent* and

*regression standardized residual* membentuk gambar seperti lonceng dan mengikuti arah garis diagonal sehingga memenuhi asumsi normalitas.

**Gambar IV. 2**  
**Penelitian Menggunakan P-Plot**

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Berdasarkan gambar grafik normal *probability plot* diatas dapat dilihat bahwa gambaran data menunjukkan pola yang baik dan data menyebar sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal , maka grafik normal *probability plot* tersebut terdistribusi secara normal.

#### b. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi linear terdapat korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pengganggu pada periode t-1 (sebelumnya). Berikut ini adalah hasil pengujian autokorelasi dengan menggunakan uji Durbin-Watson (DW).

**Tabel IV. 12**  
**Uji Autokorelasi**  
**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.844 <sup>a</sup>	.712	.706	.85896	1.422

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Berdasarkan tabel IV. 7 menunjukkan terlihat bahwa Durbin-Watson adalah 1,422. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi autokorelasi didalam model regresi.

### c. Uji Multikolinieritas

Salah satu asumsi model regresi linier adalah tidak terdapat korelasi yang sempurna atau korelasi tidak sempurna sangat tinggi pada variabel-variabel bebasnya. Uji multikolinieritas mengukur tingkat keeratan tingkat asosiasi (keeratan) hubungan atau pengaruh antar variabel bebas melalui besaran koefisien korelasi. Multikolinieritas dapat diketahui dengan melihat nilai tolerance (a) dan *Variance Inflation Factor* (VIF). Variabel bebas mengalami multikolinieritas jika a hitung  $< a$  dan VIF hitung  $> VIF$ . Variabel bebas mengalami multikolinieritas jika a hitung  $< a$  dan VIF. Variabel bebas tidak mengalami multikolinieritas jika a hitung  $> a$  dan VIF hitung lebih  $< VIF$ . Nilai *cutoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinieritas adalah nilai tolerance  $< 0,10$  atau sama dengan nilai VIF  $> 10$ . Hasil dari uji multikolinieritas dengan menggunakan program SPSS 16 adalah sebagai berikut :

**Tabel IV. 13**  
**Uji Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.987	2.570		-.384	.702		
kualitas pelayanan	.317	.052	.376	6.124	.000	.795	1.257
kualitas produk	.636	.065	.604	9.847	.000	.795	1.257

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Pada tabel IV. 8 dapat disimpulkan sebagai berikut :

- 1) Kualitas pelayanan (X1) dengan nilai *tolerance* sebesar 0,795 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,257 lebih kecil dari 10.
- 2) Kualitas produk (X2) dengan nilai *tolerance* sebesar 0,795 lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF sebesar 1,257 lebih kecil dari 10.

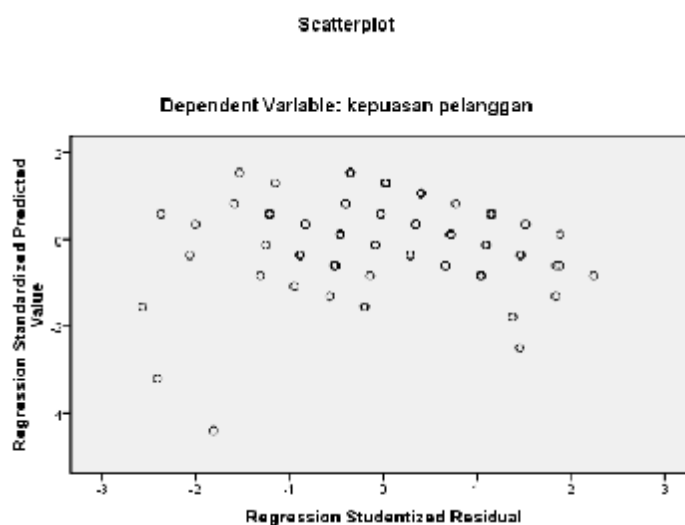
Karena nilai *toleranc* yang diperoleh untuk setiap variabel lebih besar dari 0,10 dan nilai VIF yang diperoleh untuk setiap variabel lebih kecil dari 10, maka artinya data variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk tidak terjadinya gejala multikolinearitas.

#### d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas menguji sama atau tidak varians dari residual dari observasi yang satu dengan observasi yang lain. Jika residualnya mempunyai varians yang sama, maka disebut terjadi homokedastisitas dan jika variansnya tidak sama atau berbeda disebut terjadi heteroskedastisitas.

Hasil analisis uji heteroskedastisitas menggunakan grafik scatterplot ditunjukkan pada gambar berikut ini :

**Gambar IV. 3**  
**Uji Heteroskedastisitas**



Pada gambar grafik scatterplot dapat terlihat bahwa hasil grafik scatterplot menunjukkan data tersebar secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Data tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat heteroskedastisitas.

## E. Uji Hipotesis

### a. Uji Parsial (Uji t)

Untuk mengetahui pengaruh variabel bebas kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan maka perlu dilakukan uji t, pengujian secara parsial dapat dilihat dari uji t, apakah nilai probabilitasnya  $< 0,05$ ,  $H_0$  ditolak yang berarti ada pengaruh yang signifikan. Hasil uji parsial dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel IV.14**  
**Uji Parsial**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-.987	2.570		-.384	.702
kualitas pelayanan	.317	.052	.376	6.124	.000
kualitas produk	.636	.065	.604	9.847	.000

a. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh  $t_{hitung} (6,124) > t_{tabel} (1,984)$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil uji parsial untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh  $t_{hitung} (9,847) > t_{tabel} (1,984)$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$  maka

$H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

#### b. Uji Simultan ( Uji F)

Uji simultan digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan secara bersama-sama. Berdasarkan pengujian dengan SPSS versi 16 diperoleh output ANOVA pada tabel berikut ini:

**Tabel IV. 15**  
**Uji Simultan**

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	175.352	2	87.676	118.832	.000 <sup>a</sup>
	Residual	70.830	96	.738		
	Total	246.182	98			

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Dari uji ANOVA atau F test di dapat nilai  $F_{hitung} (118,832) > F_{tabel} (3,09)$  dengan tingkat signifikan 0,000. Karena probabilitasnya signifikan jauh lebih kecil dari 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Hal ini menunjukkan bahwa secara simultan yang menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan PT. PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Kec. Lubuk Pakam.

#### F. Koefisien Determinasi

Untuk mengetahui besarnya kontribusi kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan secara simultan dapat diketahui berdasarkan nilai Adjusted R Square pada tabel sebagai berikut :

**Tabel IV. 16**  
**Koefisien Determinasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.844 <sup>a</sup>	.712	.706	.85896	1.422

a. Predictors: (Constant), kualitas produk, kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan pelanggan

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat nilai *R Square* sebesar 0,712 atau 71,2% yang berarti bahwa hubungan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Kec. Lubuk Pakam. Pada tabel juga ditunjukkan nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,706 atau 70,6% yang artinya pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 70,6%, sedangkan sisanya 29,4% variabel-variabel lain yang diteliti oleh penelitian ini, misalnya kepercayaan pelanggan, brand image, harga dan variabel lainnya.

### **G. Pembahasan**

Dari hasil penelitian terlihat bahwa semua variabel bebas (kualitas pelayanan dan kualitas produk memiliki koefisien b yang positif, berarti seluruh variabel bebas mempunyai pengaruh yang searah terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan). Lebih rinci hasil analisis dan pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

#### **1. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Kec. Lubuk Pakam**

Terdapat pengaruh positif variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang ditunjukkan  $t_{hitung} (6,124) > t_{tabel} (1,984)$  dengan nilai



signifikan sebesar  $0,000 < 0,05$ . Dengan hubungan arti bahwa makin tinggi (kualitas pelayanan) maka akan tinggi (kepuasan pelanggan). Kemudian diperoleh pula bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pelayanan adalah suatu aktifitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara pelanggan dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan (Deryanto dan Setyobudi, 2014 hal. 135).

Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh peneliti sebelumnya, Inka Janita Sembiring (2014, hal. 8) menunjukkan hasil penelitian bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## **2. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Kec. Lubuk Pakam**

Terdapat pengaruh positif variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan yang ditunjukkan  $t_{hitung} (9,847) > t_{tabel} (1,984)$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 > 0,05$ . Dengan hubungan seperti ini terkandung arti bahwa makin tinggi (kualitas produk) maka akan tinggi (kepuasan pelanggan). Kemudian diperoleh pula bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Produk adalah apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan seorang konsumen, untuk memenuhi kebutuhan yang dipersepsikannya” (Supranto dan Limakrisna 2011 hal. 10).

Penelitian ini juga pernah dilakukan oleh Isro Marito Siregar (2015, hal. 10) menyatakan semakin tinggi kualitas produk maka semakin tinggi kepuasan pelanggan.

### **3. Pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Kec. Lubuk Pakam.**

Pengujian yang dilakukan secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Kec. Lubuk Pakam. Dengan nilai  $F_{hitung}$  (118,832) >  $F_{tabel}$  (3,09) dengan tingkat signifikan 0,000. Selanjutnya nilai *Adjusted R Square* yaitu sebesar 0,706 atau 70,6% yang artinya pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 70,6%, sedangkan sisanya 29,4% variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini, misalnya kepercayaan pelanggan, brand image, harga dan variabel lainnya.

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan data yang diperoleh dalam penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Kec. Lubuk Pakam. Responden pada penelitian ini berjumlah 100 responden, kemudian telah dianalisa, maka disimpulkan sebagai berikut :

1. Terdapat pengaruh positif variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan yang ditunjukkan  $t_{hitung} (9,847) > t_{tabel} (1,984)$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 > 0,05$  hal ini menunjukkan bahwa secara parsial ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Terdapat pengaruh positif variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan yang ditunjukkan  $t_{hitung} (9,847) > t_{tabel} (1,984)$  dengan nilai signifikan sebesar  $0,000 > 0,05$  hal ini menunjukkan bahwa secara parsial bahwa ada pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Pengujian yang dilakukan secara simultan menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cab. Deli Serdang Kec. Lubuk Pakam. Dengan nilai  $t_{hitung} (118,832) > F_{tabel} (3,09)$  dengan tingkat signifikan  $0,000$ . Dengan nilai koefisien determinasi yang diperoleh *Adjusted R Square* yaitu sebesar  $0,706$  atau  $70,6\%$  yang artinya pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk

terhadap kepuasan pelanggan sebesar 70,6%, sedangkan sisanya 29,4% variabel-variabel lain yang tidak diteliti oleh penelitian ini, misalnya kepercayaan pelanggan, brand image, harga dan variabel lainnya.

## **B. Saran**

1. Sebaiknya perusahaan agar lebih memperhatikan kualitas pelayanan terhadap para pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik menjadi salah satu hal yang dapat menarik perhatian pelanggan. Oleh karena itu perusahaan harus benar-benar tepat dalam menjalankan kualitas pelayanan dengan diimbangi fasilitas yang baik untuk memuaskan pelanggan setiap berada di perusahaan untuk melakukan pembayaran tagihan rekening.
2. Bagi perusahaan diharapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan karena berdasarkan hasil penelitian ini kualitas pelayanan secara positif dan signifikan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Meningkatkan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan cara meningkatkan kemampuan pelayanan dalam melayani pelanggan. Hal lain yang terkait untuk meningkatkan kualitas pelayanan juga dapat dilakukan dengan memberikan pelayanan terbaik.
3. Selain kualitas pelayanan dan kualitas produk, hal yang berkaitan dengan nilai pelanggan sebaiknya perlu ditingkatkan karena juga memiliki pengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu perusahaan seharusnya mampu melakukan tindakan-tindakan yang berkaitan dengan pembentukan nilai pelanggan. Hal ini bertujuan agar penilaian pelanggan bermanfaat yang mereka dapatkan sebanding dengan biaya yang telah dibayarkan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri (2013). *Manajemen Pemasaran*. (Edisi: I). Cetakan ke-2. Jakarta: Rajawali pers.
- Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri (2016). “*Manajemen Pemasaran*” (Edisi: 1). Cetakan ke-5. Jakarta: Rajawali pers.
- Ali, Hasan (2013). *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS.
- Artin, Arianti Prasetya (2014). ”*Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Koperasi Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta*”. Jurnal Riset Manajemen Indonesia.
- Assauri, Sofjan (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo.
- Azuar, Juliandi (2014). *Metodologi Penelitian Kuantitatif : Untuk Ilmu-ilmu Bisnis*. (M2000) Medan.
- Evrina, Wardhani (2010). “*Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan*”. Jurnal Ekonomi Manajemen
- Fandy, Tjiptono (2006). *Manajemen Jasa*. (Edisi:I) Andi : Yogyakarta
- Ghozali, Imam (2011). “*Aplikasi Analisis Multivarite Dengan Program SPSS*” Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Inka Janita Sembiring (2014) “*Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan McDonald Malang*.” Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia.
- Isro, Marito Siregar (2015). “*Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen PDAM Tirtanadi Medan*”. Jurnal Riset Indonesia.
- Lupiyoadi, Rambat (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R dan Hamdani (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga

- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran Edisi Milenium 1*. Jakarta: Prenhallindo
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong 2010. *Principles of Marketing* (Edisi 13). United States of America: Pearson.
- Machfoedz (2007). *Metodelogi Penelitian*. Yogyakarta: Fitramayu
- Rindu, Nadia Dewi dan Rahmat Hidayat (2010). "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Bingka Nayadam Batam". *Jurnal Ekonomi Manajemen*
- Sangadji, E.M dan Sopiah (2013). *Prilaku Konsumen : Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta: Andi.
- Sugiyono, (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Supranto, dan Nandan Limakrisna, (2011). *Prilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. (Edisi: II). Jakarta: Mitra Wasana Media.
- Tjiptono dan Chandra, (2012). *Pemasaran Strategik*. Andi : Yogyakarta
- Tim Penyusun (2009), *Pedoman Penulisan Skripsi*, FE-UMSU : Medan
- Zulkarnain. (2012) "Ilmu Menjual Pendekatan Teoritis dan Kecakapan Menjual"  
Graha Ilmu : Yogyakarta