

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PDAM TIRTANADI CABANG TUASAN MEDAN**

SKRIPSI

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

Oleh:

IHSAN FAHMI
NPM 1305161077



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

ABSTRAK

Ihsan Fahmi, NPM 1305161077. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan. Skripsi. 2017

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan. Populasi dalam penelitian adalah seluruh konsumen Pada PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan. Sampel yang diambil berjumlah 50 orang. Teknik pengumpulan data adalah wawancara, studi dokumentasi dan *Questioner* (Angket). Data menggunakan metode Uji Asumsi Klasik, Regresi Linier Berganda, Uji t (uji parsial), Uji f (uji simultan), dan Koefesien Determinasi dengan bantuan software IBM *Statistic* SPSS 22.

Berdasarkan hasil pengujian secara individual pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh nilai t-hitung sebesar $4,294 > t\text{-tabel } 2,010$ dan mempunyai nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil pengujian secara individual pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh nilai t-hitung $5,953 > t\text{-tabel } 2,010$ dan mempunyai nilai signifikan sebesar $0,000 \leq 0,05$ dapat disimpulkan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil uji simultan F hitung $37,245 > F \text{ tabel } 3,20$ dan mempunyai nilai signifikan $0,000 < 0,05$ dapat disimpulkan secara simultan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan. Nilai Koefesien determinasi sebesar 75,8%, menunjukkan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk mempengaruhi Kepuasan Pelanggan sebesar 75,8% dan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan Medan”** dengan sebaik mungkin, guna memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata-1 pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dalam penyusunan penelitian skripsi ini penulis mendapatkan berbagai masukan, dukungan, bimbingan dan do'a dari berbagai pihak sehingga akhirnya penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini, oleh sebab itu penulis ingin mengungkapkan rasa terima kasih kepada :

1. Teristimewa buat ayahanda Sury Herlambang dan Ibunda Sumarni yang telah mengasuh dan membesarkan penulis dengan rasa cinta dan kasih sayang serta memberikan dorongan selama penulis menyelesaikan penelitian skripsi ini.
2. Bapak Dr. Agussani, M.AP sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Zulaspan Tupti SE, M.Si, sebagai Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, SE, M.Si, sebagai Ketua Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Jasman Syarifuddin HSB SE,M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak M. Elfi Azhar SE, M.Si , selaku Dosen Pembimbing yang rela meluangkan waktu untuk memberikan pengarahan kepada penulis
7. Bapak dan Ibu Dosen yang telah berjasa memberikan ilmu dan mendidik penulis selama dalam masa perkuliahan.
8. Seluruh Pegawai di Biro Manajemen Universitas Muhammdiyah Sumatera Utara yang selalu membantu dan memberi kemudahan administrasi.
9. Seluruh Pegawai PDAM Tirtanadi cabang Tuasan.
10. Abangda Ridho dan Rian, serta Adik Dodi yang telah mendukung penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
11. Lailatus Sa'adah, Iqbal, Fauzan, Rido, Fifi, Dinda, dan Gita, yang telah membantu penulis, terima kasih untuk segala bantuan, motivasi, doa serta kebersamaannya.
12. Teman-teman di kelas L Manajemen Pagi angkatan 2013 yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
13. Semua pihak yang telah banyak membantu yang tidak dapat disebutkan satu persatu, penulis mengucapkan banyak terima kasih atas dukungan, kerjasama, semangat dan do'anya.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penelitian skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan baik dalam penyampaian, gaya bahasa dan penulisan ,apabila nantinya terdapat kekeliruan dalam penulisan penelitian skripsi ini penulis sangat mengharapkan kritik dan sarannya.

Atas bantuan dan dukungannya, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu. Akhir kata, semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan karunia-Nya kepada kita semua dan semoga tulisan ini bermanfaat bagi semua pihak.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Medan, Oktober 2017

Ikhsan Fahmi

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Batasan dan Rumusan Masalah	5
1. Batasan Masalah.....	5
2. Rumusan Masalah.....	5
D. Tujuan Penelitian	5
E. Manfaat Penelitian	6
BAB II LANDASAN TEORI	7
A. Uraian Teori.....	7
1. Kepuasan Pelanggan	7
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	7
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	8
c. Manfaat Kepuasan Pelanggan	10
d. Indikator Kepuasan Pelanggan	11
e. Metode Pengukuran Kualitas Pelanggan.....	12
2. Kualitas Pelayanan	13
a. Pengertian Kualitas Pelayanan	13
b. Indikator Kualitas Pelayanan.....	15
c. Faktor-faktor Kualitas Pelayanan	16
3. Kualitas Produk.....	17
a. Pengertian Kualitas Produk	17

b. Tingkatan Produk.....	18
c. Klasifikasi Produk.....	18
d. Indikator Kualitas Produk	20
B. Kerangka Konseptual	21
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	21
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	22
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas terhadap Kepuasan Pelanggan.....	22
C. Hipotesis	23
BAB III METODE PENELITIAN.....	25
A. Pendekatan Penelitian.....	25
B. Definisi Operasional Variabel	25
1. Kualitas Pelayanan	26
2. Kualitas Produk	26
3. Kepuasan Pelanggan.....	27
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	27
1. Tempat Penelitian	27
2. Waktu Penelitian.....	28
D. Populasi dan Sampel Penelitian	28
1. Populasi	28
2. Sampel	29
E. Teknik Pengumpulan Data	29
1. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data.....	29
a. Wawancara	29
b. Angket (Kuesioner).....	29
2. Uji Validitas dan Uji Reabilitas	30
a. Uji Validitas	30
b. Uji Reabilitas	33
F. Teknik Pengolahan Data.....	34

1. Analisis Regresi Linear Berganda	34
2. Uji Signifikasi Parsial (Uji Statistik t)	35
3. Uji Signifikasian (Uji Statistik f)	36
4. Koefisien Determinasi	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	38
A. Deskripsi Data.....	38
1. Identitas Responden.....	38
2. Analisis Variabel Penelitian	40
3. Asumsi Klasik	44
a. Uji Normalitas	44
b. Uji Multikolinieritas.....	46
c. Uji Heterokedastisitas	46
4. Regresi Linier Berganda	48
5. Pengujian Hipotesis	50
a. Uji t (t-Test).....	50
b. Uji F (F-Test).....	52
6. Uji Koefisien Determinasi.....	53
B. Pembahasan	54
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.....	55
2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	55
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.....	56
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	57
A. Kesimpulan	57
B. Saran.....	57
DAFTAR PUSTAKA	59

DAFTAR TABEL

Tabel III.1 Waktu Penelitian	28
Tabel III.2 Skala Pengukuran Likert's.....	30
Tabel III.3 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1).....	31
Tabel III. 4 Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X2).....	32
Tabel III. 5 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelanggan (Y)	32
Tabel III.6 Hasil Uji Reabilitas Variabel X dan Y	34
Tabel IV.1 Skala Likert's.....	38
Tabel IV.2 Distribusi Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel IV.3 Distribusi Responden berdasarkan Usia.....	39
Tabel IV.4 Distribusi Responden berdasarkan Tingkat Pendidikan	40
Tabel IV.5 Skor Angket untuk Variabel X1 (Kualitas Pelayanan)	40
Tabel IV.6 Skor Angket untuk Variabel X2 (Kualitas Produk).....	41
Tabel IV.7 Skor Angket untuk Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)	43
Tabel IV.8 Hasil Uji Multikolinieritas.....	46
Tabel IV.9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	48
Tabel IV.10 Hasil Uji t	50
Tabel IV.11 Hasil Uji F	52
Tabel IV. 12 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1 Hasil Uji Normalitas P.Plot of Regression Standardized Residual	45
Gambar IV. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas.....	47

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman, perusahaan selalu dihadapkan dengan situasi kompetisi bisnis yang semakin pesat, baik dalam pasar domestik maupun internasional. Perusahaan harus mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggannya. Dalam kondisi persaingan yang semakin ketat tersebut, hal-hal yang harus diperkirakan oleh manajemen diantaranya adalah kepercayaan pelanggan. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan sebagian besar disebabkan karena menurunnya pelayanan dan mutu dari produk yang dihasilkan.

Kualitas pelayanan dan kualitas produk mampu memuaskan para pengguna jasa agar perusahaan dapat bertahan bersaing dengan dan mendapat simpati dari masyarakat. Oleh karena itu perusahaan harus meningkatkan mutu dan pelayanan bagi pelanggannya. Kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk atau hasil yang ia rasakan dengan harapannya, kepuasan merupakan indikator kedepan akan berhasil bisnis perusahaan yang mengukur bagaimana baiknya tanggapan pelanggan terhadap masa depan bisnis perusahaan. Mutu produk dan kualitas pelayanan yang baik harus diutamakan agar kepuasan pelanggan dapat tercapai, bila pelanggan merasa puas maka pelanggan akan menjadi loyal terhadap produk tersebut.

Menurut Moenir (2010, hal. 26) kualitas pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.

Menurut Tjiptono, (2012, hal. 315) Produk adalah segala sesuatu (barang, jasa, tempat, ide, informasi) yang bisa ditawarkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya (Richard L. Oliver, dalam Zulkarnain, 2014, hal. 105).

Salah satu asset dari perusahaan daerah yang bergerak dalam bidang penyediaan sarana dan prasarana air bersih yang berkualitas yaitu Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM). Secara umum PDAM mempunyai misi yang tidak sama dengan perusahaan lain, hal ini disebabkan karena sebagai perusahaan daerah PDAM tidak hanya berorientasi pada keuntungan (propit) semata, namun PDAM juga harus mampu memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada pelanggan.

Dalam memuaskan pelanggan, perusahaan harus memperhatikan pelayanana dan produk yang diberikan kepada pelanggan/konsumen. Tujuannya adalah agar pelanggan merasa puas dan tertarik untuk menggunakan jasa yang diberikan perusahaan.

Oleh karena itu optimalisasi pelayanan yang diberikan serta kualitas produk yang baik, secara bersama-sama akan memberikan dampak terhadap meningkatnya kepuasan pelanggan/konsumen. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Retna dan Sulistino (2013) menemukan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dimana pengaruh keduanya (pelayanan

dan produk) sebesar 57, 60% terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Adapun penelitian Haryanto (2013) menemukan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Dalam bisnis berupa produk/jasa, usaha milik negara seperti PDAM Tirtanadi Kota Medan cabang Tuasan dapat berupa berlangganan yang terdiri dari, penyaluran air kepermukiman, menyediakan meteran air, service sehingga timbul kepuasan dan nyaman sehingga tercipta keinginan pelanggan dan menciptakan kesan yang tidak terlupakan. Pelanggan yang berlangganan di PDAM Tirtanadi Kota Medan cabang Tuasan membayarkan pemakaian volume airnya untuk pengalaman secara total bukan hanya untuk menggunakan airnya saja.

Berdasarkan observasi awal terhadap fenomena yang terdapat pada PDAM Tirtanadi Kota Medan cabang Tuasan di temukan bahwa terdapat berbagai permasalahan yang terjadi pada kepuasan pelanggan diperusahaan, yaitu kurang cepatnya tindakan penanganan perbaikan kerusakan instalasi air milik pelanggan karena harus mengikuti prosedur dan membutuhkan waktu lama untuk ditangani oleh pihak PDAM itu sendiri, kurang ramahnya pegawai dalam melayani pelanggan, pencatatan meteran air yang kurang maksimal, kualitas air yang kadang berbau, keruh dan sering mati, sehingga selalu dikeluhkan oleh pelanggan.

Fenomena yang ditemukan penulis tersebut menunjukkan suatu hal yaitu, tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan akan memberikan efek keinginan pelanggan untuk tetap puas berlangganan pada perusahaan tersebut. Keberhasilan perusahaan dalam menarik

minat pelanggan untuk tetap loyal tidak terlepas dari bagaimana sistem pemasaran yang digunakan oleh perusahaan tersebut.

Dengan demikian, kualitas pelayanan dan kualitas produk merupakan variabel-variabel yang diharapkan mampu menciptakan kepuasan pelanggan, atau dengan kata lain variabel-variabel tersebut mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam membeli suatu produk. Kepuasan pelanggan akan berimbas pada loyalitas pelanggan sehingga usaha yang dibangun akan terus berkembang dan bertahan.

Dari uraian diatas maka akan dibahas dalam masalah ini adalah kualitas produk, pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan demikian untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dapat dilihat dari tingkat kualitas produk dan pelayanan.

Berdasarkan penjelasan diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan”.

B. IDENTIFIKASI MASALAH

Dari latar belakang masalah diatas, maka penelitian ini akan terfokus pada masalah-masalah yang teridentifikasi.

Adapun identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. kualitas air yan kadang berbau, keruh dan sering mati, sehingga selalu dikeluhkan oleh pelanggan.
2. Pelayanan perbaikan yang kurang cepat tanggap dari pegawai.
3. Kurang ramahnya pegawai dalam melayani pelanggan.

C. Batasan Masalah dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah yang di temukan pada PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan, ditemukan masalah yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk. Namun dalam penelitian ini penulis hanya membatasi penelitian pada kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan yang ada di PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, terdapat rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan?
2. Apakah ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan?
3. Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersama-sama terhadap Kepuasan Pelanggan di PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan?

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk yaitu :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan.

- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan.

E. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang diharapkan oleh penulis dalam penelitian ini adalah:

- a. Manfaat teoritis
 - 1. Memperluas wawasan dan pengetahuan penulis tentang seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
 - 2. Sebagai bahan referensi bagi penulis lain dibidang kualitas pelayanan jasa dimasa yang akan datang dan sebagai bahan untuk menambah khasanah pustaka dibidang pemasaran berdasarkan penerapan yang ada dalam kenyataan.
- b. Manfaat Praktis
 - 1. Dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi pihak perusahaan dalam usaha meningkatkan kualitas pelayanan supaya lebih memuaskan konsumen dalam membentuk kepuasan pelanggan serta untuk mempertahankan tingkat pelayanan yang akan datang. Hasil penelitian ini juga membantu pihak perusahaan apabila ingin meningkatkan kualitas pelayanan dengan memperhatikan tingkat kepuasan pelanggan.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Uraian Teori

1. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya (Richard L. Oliver, dalam Zulkarnain, 2014, hal. 105).

Menurut Abdullah & Tantri (2016, hal. 38) kepuasan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah ,membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya, sedangkan menurut Westbrook & Raily (dalam Tjiptono, 2014 hal. 353) adalah respon emosioanal terhadap pengalaman-pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola prilaku (seperti prilaku berbelanja dan prilaku pembeli), serta pasar secara keseluruhan.

Menurut pendapat Kotler (2007, hal. 177) pengertian kepuasan pelanggan adalah tingkat keadaan perasaan seseorang yang merupakan hasil perbandingan antara penilaian kinerja/hasil akhir produk dalam hubungannya dengan harapan pelanggan.

Menurut Howard & Sheth (dalam Tjiptono, 2014 hal. 353) mengungkapkan bahwa kepuasan pelalnggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan degan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang di dapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan.

Dari pengertian beberapa ahli diatas dapat di simpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan harapannya. Seorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu lama.

b. Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah hasil yang dirasakan pembeli dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka. Pelanggan puas bila harapan mereka dipenuhi dan senang/bahagia bila harapan mereka dilebihi (Abdullah & Tantri, 2016, hal. 45). Pada dasarnya kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh pada pola perilaku selanjutnya. Hal ditujukan pelanggan setelah terjadi proses pembelian, apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama.

Seperti yang diungkapkan Lupiyoadi (2013, hal. 261) ada beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu:

a. Kualitas produk

Merasa puas bila hasil evaluasi mereka melanjutkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas pelayanan

Terutama untuk industri jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik maupun sesuai yang diharapkan.

c. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap ia apabila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

e. Biaya

Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan biaya tambahan/tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan sesuatu produk/jasa cenderung puas terhadap produk itu sendiri.

Kepuasan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak akan puas. Selanjutnya apabila konsumen merasa tidak puas biasanya knsumen melakukan tindakan yang berbeda-beda yaitu : diam saja, dan ada yang protes. Tiga kategori proses konsumen terhadap ketidakpuasan menurut Singh (dalam Nel Arianty, dkk 2016, hal. 19) yaitu :

1. Respon suara (*voice response*)

Meliputi usaha menyampaikan keluhan secara langsung dan meminta ganti rugi kepada perusahaan yang bersangkutan, maupun kepada distributornya

2. Respon pribadi (*private response*)

Konsumen memperingatkan/memberitahu kolega, teman, atau keluarganya mengenai pengalamannya dengan produk atau perusahaan yang bersangkutan.

3. Respon pihak ketiga (*third party respons*)

Konsumen meminta ganti rugi secara hukum, menyebarluaskan lewat media masa dan mendatangi lembaga konsumen secara langsung dan lain-lain.

c. Manfaat Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat memberikan manfaat yang bagus terhadap perusahaan, diantaranya sebagai berikut :

1. Pendapatan

Efek kepuasan pelanggan terhadap pendapatan atau keuntungan jangka panjang dibentuk oleh, kesetiaan merek, mutu produk, dan aktivitas produk baru.

2. Reaksi terhadap produsen berbiaya rendah

Cukup banyak fakta bahwa pelanggan yang bersedia membayar harga yang lebih mahal untuk pelayanan dan kualitas produk yang lebih baik.

3. Manfaat Ekonomis

Berbagai studi menunjukkan bahwa mempertahankan dan memuaskan pelanggan saat ini jauh lebih mudah dibandingkan terus-menerus berupaya menarik atau memprospek pelanggan baru.

4. Reduksi Sensivitas Harga

Pelanggan yang puas terhadap sebuah perusahaan cenderung lebih jarang menawar harga untuk setiap pembelian individualnya.

Ungkapan tersebut juga diperjelas oleh Day dalam Tjiptono (2008, hal.22) mengungkapkan sebaliknya apabila konsumen merasakan tidak puas maka

mereka akan melakukan tindakan complain terhadap produk atau jasa yang perusahaan berikan dalam dan hal tersebut dipengaruhi beberapa faktor.

Sedangkan menurut Kotler (2008, hal. 140) pelanggan yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama.

d. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2008, hal. 26), maka untuk menilai kepuasan konsumen pada perusahaan yang menawarkan jasa terdapat beberapa yang dijadikan acuan :

1. Bukti langsung (*tangibles*) yang meliputi perlengkapan, karyawan dan sarana komunikasi dengan pelanggan.
2. Keandalan (*reliability*) yakni kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.
3. Daya tangkap (*responsiveness*) yakni membantu konsumen dalam pelayanan yang cepat tanggap.
4. Jaminan dan keyakinan (*assurance*) yaitu mencakup kemampuan dan kesopanan serta sifat karyawan yang dapat dipercaya.
5. Empati (*empathy*)
6. terpenuhinya harapan konsumen
7. perasaan puas terhadap penggunaan jasa
8. kepuasan terhadap fasilitas
9. kepuasan terhadap peralatan

e. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa metode yang dipergunakan perusahaan untuk melakukan serta mengukur kepuasan pelanggan (Kotler dalam Tjiptono , 2012 hal. 315), yaitu:

1. Sistem Keluhan dan saran (*the system of complaints and suggestions*)

Perusahaan yang bertoleransi pada pelanggan akan memberikan kesempatan serta mempermudah konsumennya dalam memberikan saran, keluhan, dan pendapat terhadap produknya. Untuk itu perusahaan memberikan kotak saran yang biasanya ada di tempat-tempat strategis. Terkadang metode ini kurang aktif sehingga perusahaan sulit untuk mendapatkan gambaran tentang kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan.

2. Survei kepuasan pelanggan (*customer satisfaction survey*)

Untuk penelitian tentang kepuasan pelanggan, perusahaan menggunakan metode survei melalui pos, wawancara langsung, maupun telepon.

Untuk mengukur kepuasan pelanggan pada metode ini biasanya dapat dilakukan melalui:

a. Melaporkan kepuasan langsung (*directly reported satisfaction*)

b. Pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilaksanakan secara langsung melalui pertanyaan mengenai produk atau jasa yang sudah di beli atau di pakai oleh pelanggan.

c. Ketidakpuasan turunan (*derived satisfaction*)

Melakukan pertanyaan dua hal sekaligus yakni seberapa besar harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan seberapa besar kinerja yang telah mereka dapatkan.

d. Pentingnya analisis kerja (*importance performance analysis*)

Pelanggan diminta untuk membuat rating (daftar urutan) terpenting pada produk atau jasa yang di tawarkan setelah itu pelanggan membuat rating seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing- masing bagian.

1. Belanja siluman (*ghost shopping*)

Untuk mendapatkan gambaran pada metode ini dilakukan dengan memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk bersikap sebagai pembeli potensial setelah itu melaporkan hasil yang ditemukan tentang kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing dari pengalaman mereka pada saat membeli produk tersebut. *Ghost shopper* juga melihat bagaimana karyawan berinteraksi kepada para pelanggan.

2. Analisis pelanggan yang hilang (*lost customer analysis*)

Dalam hal ini perusahaan menghubungi pelanggan yang telah berhenti serta beralih ke perusahaan pesaingnya dengan harapan perusahaan dapat memperoleh informasi dan mengambil kebijakan dalam waktu yang akan datang dengan tujuan untuk dapat meningkatkan dan kepuasan serta loyalitas pelanggan.

2. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) adalah sebagai suatu usaha untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain. Menurut Moenir (2010, hal. 26) pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi

melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.

Menurut Kotler dan Keller (2007, hal. 180), kualitas pelayanan adalah keseluruhan fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Fandy Tjiptono (2012, hal. 17), mendefinisikan pelayanan sebagai berikut: “setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak yang lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu”.

Berbeda dengan Supranto (2006, hal. 227) mengatakan bahwa pelayanan atau jasa merupakan suatu kinerja penampilan, tidak terwujud dan cepat hilang, lebih dapat dirasakan dari pada dimiliki, serta pelanggan lebih dapat berpartisipasi aktif dalam proses mengonsumsi jasa tersebut.

Menurut Supranto (2006, hal. 228) karakteristik jasa dapat diuraikan sebagai berikut :

- 1) *Intangible* (tidak terwujud)
- 2) *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan)
- 3) *Variability* (bervariasi)
- 4) *Perishability* (tidak tahan lama)

Berikut penjelasannya yaitu :

- 1) *Intangible* (tidak terwujud) Suatu jasa memiliki sifat tidak berwujud, tidak dapat dirasakan dan dinikmati sebelum dibeli oleh konsumen.
- 2) *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan) Pada umumnya jasa yang diproduksi (dihasilkan) dan dirasakan pada waktu bersamaan dan apabila dikehendaki

oleh seseorang untuk diserahkan kepada pihak lainnya, maka dia akan tetap merupakan bagian dari jasa tersebut.

- 3) *Variability* (bervariasi) Jasa senantiasa mengalami perubahan, tergantung dari siapa penyedia jasa, penerima jasa dan kondisi dimana jasa tersebut diberikan.
- 4) *Perishability* (tidak tahan lama) Daya tahan suatu jasa tergantung suatu situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

Dari definisi di atas dapat dilihat peranan pelayanan sangat diperlukan bagi perusahaan untuk memberikan kepuasan pada konsumen sehingga citra perusahaan baik dimata para pelanggan yang telah menjadi pelanggan tetap perusahaan. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pelayanan yang efektif adalah pelayanan yang dapat memberikan kepuasan pelayanan.

b. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Fandy Tjiptono (2012, hal. 75), dimensi kualitas pelayanan yang sering dijadikan acuan adalah :

1. *Reliabilitas*, yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. *Responsivitas*, yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk memabntu para pelanggan dan mmeberikan layanan dengan tanggap.
3. *Jaminan (assurance)*, mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat di percaya yang dimiliki para karyawan.
4. *Empati (empathy)*, meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

5. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan sarana komunikasi

c. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Lovelock dalam Fandy Tjiptono (2012, hal. 178), jasa bisa merupakan produk utama, bisa pula komplementer unik bagi penawaran produk fisik. Mengidentifikasi delapan kategori unsur layanan pelengkap pada setiap penawaran produk yang disebutnya "*the flower of services*" yaitu:

1. Informasi, misalnya jalan atau arah menuju tempat produsen, jadwal atau skedul penyampaian produk, harga, instruksi mengenai cara menggunakan produk inti atau layanan pelengkap.
2. Konsultasi, seperti pemberian saran, auditing, konseling pribadi dan konsultasi manajemen.
3. *Order taking*, meliputi aplikasi, jasa langganan, jasa berbasis kualifikasi, *order entry* dan reservasi (tempat duduk, meja, ruang, dll).
4. *Hospitality*, diantaranya sambutan, *food and beverages*, toilet dan kamar kecil, fasilitas menunggu, transportasi dan jasa keamanan.
5. *Caretaking*, terdiri dari perhatian dan perlindungan atas barang milik pelanggan yang mereka bawah.
6. *Exception*, meliputi permintaan khusus sebelum penyampaian produk, menangani komplain/saran/pujian, menyelesaikan masalah dan garansi atas kegagalan produk.
7. *Billing*, meliputi laporan rekening periodik, faktur untuk transaksi individual dan lain-lain.

8. Pembayaran, pelanggan berinteraksi dengan personil perusahaan yang menerima pembayaran, pengurangan otomatis atas rekening pelanggan.

3. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Pemilihan yang seksama akan produk merupakan bagian yang penting. Pembeli baru mau membeli suatu produk baru kalau memang merasa tepat untuk membeli produk yang bersangkutan. Artinya produklah yang harus menyesuaikan diri terhadap pembeli, bukan pembeli yang menyesuaikan diri terhadap produk. Produk merupakan barang atau jasa yang dihasilkan, ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan merupakan hasil akhir dari proses produksi tersebut. Adapun pengertian produk menurut para ahli sebagai berikut:

Menurut Kotler dan Keller (2008, hal. 143) produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya yang memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut Tjiptono dan Anastasia (2008, hal. 176) produk adalah segala sesuatu yang memberikan nilai untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan. Sedangkan Menurut Hasan, (2013, hal 494), merupakan bentuk tawaran produsen baik barang maupun jasa untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan konsumen.

Dari definisi diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah sejumlah atribut atau sifat-sifat yang dideskripsikan didalam produk dan yang digunakan untuk memenuhi harapan pelanggan.

b. Tingkatan Produk

Dalam merencanakan tawaran pasarnya, pemasar perlu memikirkan secara mendalam lima tingkat produk. Masing-masing tingkat menambahkan lebih banyak nilai pelanggan, dan kelimanya membentuk hierarki nilai pelanggan (*customer value hierarchy*). Menurut Kotler dan Keller (20012, Hal. 4) Lima tingkat produk itu antara lain :

- 1) Manfaat inti (*Core Benefit*) Adalah layanan atau manfaat mendasar yang sesungguhnya dibeli pelanggan.
- 2) Produk dasar (*Basic Product*) Pemasar harus mengubah manfaat inti menjadi produk dasar.
- 3) Produk yang diharapkan (*Expected Product*) Yaitu beberapa atribut dan kondisi yang biasanya diharapkan pembeli ketika mereka membeli produk.
- 4) Produk yang ditingkatkan (*Augmented Product*) Pada tingkat ini produk melampaui harapan pelanggan.
- 5) Calon produk (*Potential Product*) Meliputi segala kemungkinan peningkatan dan perubahan atau tawaran tersebut pada masa mendatang.

c. Klasifikasi Produk

Menurut Ali Hasan (2013, hal. 497) produk memiliki klasifikasi sebagai berikut:

1. Barang Konsumen

Barang konsumen adalah produk yang didasarkan pada kebiasaan dikonsumsi untuk kepentingan konsumen akhir sendiri (individu dan rumah tangga) yang mencerminkan:

- Usaha yang dilakukan konsumen untuk mengambil keputusan pembelian
- Atribut-atribut yang digunakan konsumen dalam pembelian
- Frekuensi pembelian

Produk konsumen dapat dibedakan menjadi empat jenis, yaitu *convenience goods*, *shopping goods*, *specialty goods*, dan *unsought goods*.

a. *Convenience goods*

Produk barang yang setiap hari diperlukan dan didistribusikan secara luas, lebih laku dan mudah diperoleh. Barang yang pada umumnya memiliki frekuensi pembelian tinggi (sering dibeli), dibutuhkan segera, yang memerlukan usaha minimum dalam perbandingan dan pembeliannya.

b. *Shopping goods*

Produk barang yang dibeli memerlukan penjajakan informasi mengenai kinerja, harga, dan sebagainya. Barang-barang yang dalam proses pembeliannya memerlukan evaluasi pilihan dan perbandingan dari berbagai alternative yang tersedia.

c. *Specialty goods*

Barang-barang yang memiliki ciri yang sangat khusus, di jual-dibeli hanya pada tempat tertentu saja.

d. *Unsought goods*

Merupakan produk yang tidak di ketahui konsumen atau walaupun sudah diketahui belum terpikirkan untuk membeli karena tingkat pemakaiannya yang sangat jarang.

2. Barang Industri

Barang industri adalah produk yang di konsumsi oleh industriawan (konsumen antara satau konsumen bisnis) untuk keperluan selain untuk digunakan secara langsung.

d. Indikator Kualitas Produk

Menurut Fandy Tjiptono (2012, hal.75) Indikator dimensi-dimensi kualitas produk adalah :

- 1) Kinerja
- 2) Fitur
- 3) Keandalan
- 4) Kesesuaian
- 5) Daya tahan
- 6) Kemampuan pelayanan
- 7) Estetika
- 8) Persepsi

Adapun penjelasan terhadap indikator tersebut sebagai berikut :

1. Kinerja (*performance*), merujuk pada karakter produk inti yang meliputi merek, atribut, yang dapat diukur.
2. Fitur (*features*), karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Keandalan (*reability*), ini berkaitan dengan timbulnya kemungkinan suatu produk mengalami keadaan yang tidak berfungsi.

4. Kesesuaian (*conformance*), kesesuaian produk dengan standart dalam industrinya, kesesuaian suatu produk dalam industri jasa diukur dari tingkat akurasi dan waktu penyelesaian.
5. Ketahanan atau daya tahan (*durability*), ukuran ketahanan suatu produk meliputi segi ekonomis maupun teknis.
6. Kemampuan Pelayanan (*serviceability*), kecepatan dan kemudahan untuk di reparasi, serta kompetensi dan keramahtamahan staf layanan.
7. Estetika, daya tarik produk terhadap panca indra.
8. Persepsi terhadap kualitas, kualitas yang dinilai berdasarkan reputasi penjual.

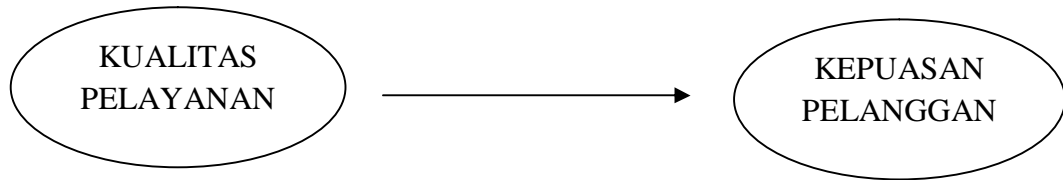
B. Kerangka Konseptual

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Pelayanan dari suatu perusahaan dapat dikatakan berkualitas apabila pelayanan tersebut mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, jika kebutuhan dan keinginan pelanggan mampu dipenuhi melalui kualitas pelayanan perusahaan, maka hal ini akan berpengaruh pada kepuasan pelanggan dan berakhir pada kenyamanan pelanggan. Kotler dan Keller (2007, hal. 177) menyatakan bahwa jika kinerja dibawah harapan maka pelanggan tidak akan puas, semua tindakan yang dilakukan oleh perusahaan untuk mengetahui harapan pelanggan agar dapat menciptakan kepuasan pelanggan, oleh karena itu kepuasan pelanggan menjadi prioritas utama dalam setiap perusahaan maupun organisasi.

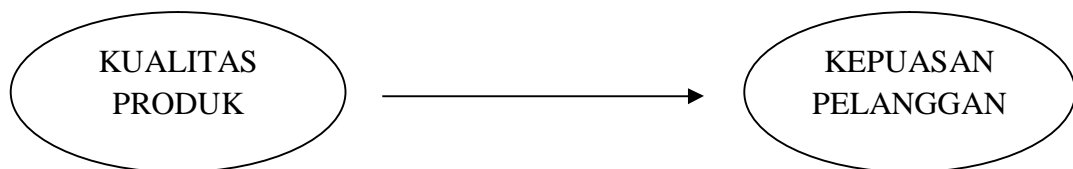
Menurut peneliti terdahulu yang dilakukan oleh Rachmat Hidayat (2009) dengan judul Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri di Jawa Timur

menyatakan kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.



2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas produk yang baik akan memberi pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Apabila air yang diberikan bersih dan mengalir deras, maka pelanggan akan merasa senang dan puas . hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan Gerardo Andrew Tumangkeng (2013) dengan judul Kualitas Produk, Suku Bunga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

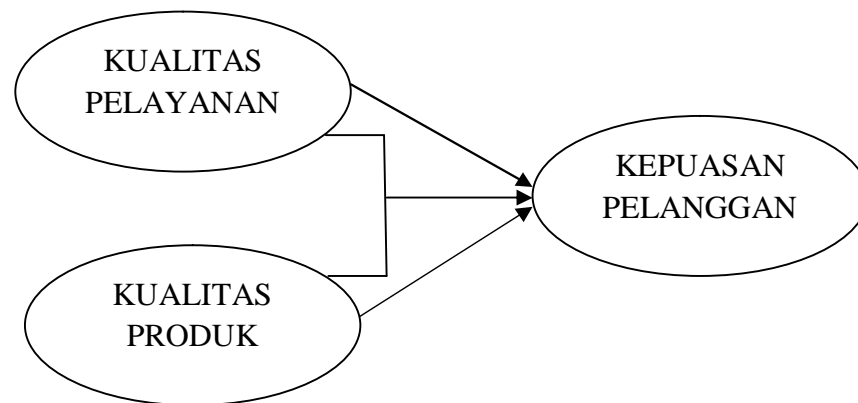


3. Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan yang baik dan Kualitas Produk yang baik akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Apabila pelayanan yang cepat tanggap dan air yang bersih, maka pelanggan akan merasa puas. Hal ini akan sejalan dengan penelitian yang dilakukan Mulyono dkk (2007) menemukan

bahwa kualitas layanan dan kualitas produk memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan dimana besarnya pengaruh dalam penelitian ini adalah 54,8 %.

Berdasarkan kerangka konseptual yang di atas, maka dalam hal ini paradigma penelitiannya dapat digambarkan sebagai berikut :



C. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara didalam suatu penelitian dan harus diuji kebenarannya. Suatu hipotesis dapat diterima atau ditolak, dan dapat diterima apabila hipotesis tersebut dapat dibuktikan dengan pembuktian yang nyata. Menurut Sugiyono (2013 hal. 85) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah dapat di kemukakan sebagai berikut :

1. Ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan Kota Medan.

2. Ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan Kota Medan.
3. Ada pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan Kota Medan.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah di kemukakan di depan, maka penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif untuk mengetahui indeks kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan Kota Medan. Sugiyono (2013 hal. 12) mengemukakan penelitian kuantitatif disebut juga metode positivistic. Karena berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini disebut juga metode kuantitatif. Karena data berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistic sehingga metode penelitian yang dilakukan cenderung kepada metode kuantitatif.

Dalam metode kuantitatif ini pendekatan yang di gunakan adalah melalui asosiatif. Penelitian asosiatif menurut Sugiyono (2013, Hal. 35) adalah pendekatan yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel atau lebih. Statistik yang di gunakan misalnya korelasi linear sederhana. Korelasi linear berganda, regresi linear sederhana, regresi linear berganda, korelasi rank spearman, dan sebagainya.

B. Defenisi Operasional

Definisi operasional merupakan variabel diukur untuk mengetahui baik buruknya pengukuran dalam suatu penelitian. Disamping itu definisi operasional ini bertujuan untuk melihat sejauh mana variasi dari faktor lainnya. Definisi operasional skripsi ini adalah:

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan nasabah. Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para pelanggan atas layanan dengan layanan yang benar-benar mereka terima. Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2008, hal. 26) untuk mengevaluasi jasa yang bersifat intangible, konsumen menggunakan beberapa atribut atau faktor-faktor berikut, yaitu:

1. *Reliabilitas*
2. *Responsivitas*
3. *Jaminan (Assurance)*
4. *Empati (Empathy)*
5. *Bukti Fisik (Tangibles)*

2. Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Keller (2008, hal. 143) kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya yang memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.

Menurut Tjiptono (2012, hal. 75), Indikator kualitas produk adalah:

1. *kinerja (performance)*
2. *ciri-ciri (feature)*
3. *kesesuaian dengan spesifikasi*
4. *daya tahan (durability)*
5. *estetika (esthetica)*
6. *kualitas yang dipersepsikan (perceived quality)*

7. dimensi kemudahan perbaikan (*serviceability*)
8. purna jual
9. consistency (kemantapan suatu produk)

3. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang didapatkan seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya (Richard L. Oliver, dalam Zulkarnain, 2014, hal. 105).

Indikator kepuasan pelanggan menurut (Tjiptono 2008, hal. 26) yaitu :

1. Bukti langsung (*tangibles*)
2. Keandalan (*reliability*)
3. Daya tanggap (*responsiveness*)
4. Jaminan (*assurance*)
5. Empati (*empathy*)
6. Terpenuhinya harapan konsumen
7. Perasaan puas terhadap penggunaan jasa
8. Kepuasan terhadap fasilitas
9. Kepuasan terhadap peralatan

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian

Lokasi penelitian ini tepatnya di PT. Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadi (PDAM) Cabang Tuasan Medan.

2. Waktu penelitian

Penelitian ini dimulai dari bulan Juli sampai dengan bulan September 2017.

Tabel III.I Waktu Penelitian

No	Kegiatan	Tahun 2017															
		Juli				agustus				sept				Okt			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1.	Penelitian Pendahuluan	■	■	■	■												
2.	Pengajuan Judul				■												
3.	Penyusunan Proposal					■	■	■	■	■	■	■	■				
4.	Seminar Proposal													■			
5.	Riset dan Pengumpulan Data													■	■		
6.	Penyusunan Skripsi													■	■	■	■
7.	Sidang Skripsi															■	■

D. Populasi Dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2013, hal. 115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek, subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian di tarik kesimpulan. Dalam penelitian ini populasi adalah seluruh pelanggan PDAM Tirtanadi yang berada di Jalan Tuasan Medan.

2. Sampel

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode *nonprobability sampling* yaitu *Sampling Insidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan yaitu siapa saja secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sujarweni, Wiratna, 2015. Hal 87).

Dengan demikian jumlah sample yang diambil sebesar 50 responden dalam jangka waktu perhari 10 orang dalam 5 hari kerja.

E. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari lokasi penelitian berupa data-data mengenai persepsi konsumen (responden) mengenai setiap variabel (Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Kepuasan Pelanggan).

1. Teknik dan Instrumen Pengumpulan Data

a. Wawancara

Yaitu menanyakan kepada pihak terakit tentang hal-hal yang bersangkutan, tentang struktur organisai dan *job description* masing-masing jabatan yang ada di perusahaan.

b. Angket (kuesioner)

Angket merupakan tehnik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab nya. Angket ini diberikan secara langung kepada responden, dengan menggunakan skala likert.

Tabel III.2

Skala Pengukuran Likert's

Pernyataan	Bobot
Sangat setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Tidak Setuju	3
Kurang Setuju (KS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

2. Uji Validitas dan Uji Reabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui tingkat kevaliditan dari pertanyaan di dalam angket yang di sebar oleh penulis atau peneliti. Adapun rumus untuk melakukan uji validitas yaitu :

Untuk mengukur validitas setiap butir pertanyaan, maka digunakan teknik kolerasi *product moment*, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n \cdot \sum x_1 y_1 - (\sum x_1)(\sum y_1)}{\sqrt{\{n \sum x_1^2 - (\sum x_1)^2\} \{n \sum y_1^2 - (\sum y_1)^2\}}}$$

(Sugiyono, 2013, hal. 286)

Keterangan :

- n = banyaknya pasangan pengamatan
- $\sum x_i$ = jumlah pengamatan variabel x
- $\sum y_i$ = jumlah pengamatan variabel y
- $(\sum x_i^2)$ = jumlah kuadrat pengamatan variabel x
- $(\sum y_i^2)$ = jumlah pengamatan y
- $(\sum x_i)^2$ = kuadrat jumlah pengamatan variabel x
- $(\sum y_i)^2$ = pengamatan jumlah variabel y
- $\sum x_i y_i$ = jumlah hasil kali variabel x dan y

Menurut Arikunto (2010, hal. 160) Pengujian validitas instrument digunakan untuk mengukur sampai seberapa besar ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur di dalam melakukan fungsinya. Ketentuan apakah satu butir instrumen valid atau tidak adalah melihat nilai probabilitas koefisien koreiasinnya yaitu dilihat dari nilai , *sig. (2 – tailed)* dan membandingkan dengan taraf signifikan (α) yang ditentukan peneliti. Bila *sig. (2 – tailed)* < **0,05** maka butir instrumen dinyatakan valid, jika nilai *sig (2 – tailed)* > **0,05**, maka butir instrumen dinyatakan tidak valid. Hasil uji dari setiap validitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel III.3
Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X₁)

Item	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
Item 1	0,755 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item 2	0,726 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item 3	0,805 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item 4	0,729 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item 5	0,729 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid

Sumber: Data Penelitian Diolah (2017)

Dari hasil validitas diatas dapat terlihat bahwa item pernyataan 1 sampai dengan item pernyataan 5 dengan nilai probabilitas < 0,05 yang artinya semua item pernyataan dari variabel kualitas pelayanan (X₁) dinyatakan valid.

Tabel III.4
Tabel Hasil Uji Validitas Kualitas Produk (X₂)

Item	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
Item 1	0,760 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item 2	0,695 (Positif)	0,001 < 0,05	Valid
Item 3	0,755 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item 4	0,788 (Positif)	0,010 < 0,05	Valid
Item 5	0,832 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item 6	0,797 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item 7	0,794 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item 8	0,623 (Positif)	0,001 < 0,05	Valid

Sumber: Data Penelitian Diolah (2017)

Dari hasil validitas diatas dapat terlihat bahwa item pernyataan 1 sampai dengan item pernyataan 8 dengan nilai probabilitas < 0,05 yang artinya semua item pernyataan dari variabel kualitas produk (X₁) dinyatakan valid.

Tabel III.5
Tabel Hasil Uji Validitas Kualitas Pelanggan (Y)

Item	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
Item 1	0,640 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item 2	0,740 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item 3	0,696 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item 4	0,669 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item 5	0,658 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item 6	0,780 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item 7	0,744 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item 8	0,694 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid
Item 9	0,500 (Positif)	0,000 < 0,05	Valid

Sumber: Data Penelitian Diolah (2017)

Dari hasil validitas diatas dapat terlihat bahwa item pernyataan 1 sampai dengan item pernyataan 9 dengan nilai probabilitas $< 0,05$ yang artinya semua item pernyataan dari variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan valid.

b. Uji Reabilitas

Menurut Nunnally dalam Juliandi & Irfan (2013, hal. 83-84) menyatakan bahwa “jika nilai koefisien reabilitas (*Sperman Brown*) $> 0,60$ maka instrument memiliki reabilitas yang baik/reliable/terpercaya”.

Menurut Arikunto (2010, hal. 164), instrument yang berbentuk multiple choice (pilihan ganda) maupun skala bertingkat maka reliabilitasnya dihitung dengan menggunakan rumus alpha dikatakan reliable bila berhasil $\alpha > 0,6$ dengan rumus alpha sebagai berikut :

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Ghozali (2011, hal. 188)

Keterangan:

r = Reabilitas instrument (*cronbach alpha*)

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah varians butir

σ_1^2 = Varians Total

Dengan kriteria:

- 1) Jika nilai koefisien yang diperoleh $> 0,6$ maka reabilitas cukup baik
- 2) Jika nilai koefisien yang diperoleh $< 0,6$ maka reabilitas kurang baik (Ghozali dan Castellan dalam (Juliandi, 2013 hal. 84).

Hasil dari uji reabilitas variabel dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel III.6
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	Nilai Reabilitas	Status
Kualitas Pelayanan (X_1)	0,816 (Positif)	Reliabel
Kualitas Produk (X_2)	0,904 (Positif)	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,859 (Positif)	Reliabel

Sumber: Data Penelitian Diolah (2017)

F. Teknik Pengolahan Data

Peneliti menggunakan metode statistik untuk menganalisis data yaitu sebagai berikut:

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel bebas dan variabel terikat. Analisis linier berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Kota Medan.

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Kepuasan Pelanggan

α : Konstanta

X_1 : Kualitas Pelayanan

X_2 : Kualitas Produk

β_1 : Koefisien Regresi Variabel Pelayanan

β_2 : Koefisien Regresi Variabel Produk

e : Pengganggu (*error*)

2. Uji Signifikan Parsial (Uji Statistik t)

Uji Statistik t di pergunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui kemampuan dari masing-masing variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Alasan lain uji t dilakukan yaitu untuk menguji apakah variabel bebas (x) secara individual terdapat hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (y) untuk menguji signifikan hubungan. Selanjutnya nilai perhitungan koefisien korelasi akan di uji tingkat signifikan nya dengan uji statistik t (Sugiyono, 2013 hal. 250).

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

Dimana :

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah sampel atau tahun

t = t_{hitung} yang selanjutnya di konsultasikan dengan t_{tabel}

Dasar pengambilan keputusan pengujian:

Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} \leq -t_{tabel}$ H_a diterima

Hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Hipotesis 1 = Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

H_0 = Tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

H_a = Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.

3. Uji Signifikan Simultan (Uji Statistik f)

Uji f secara simultan adalah pengujian secara variabel independen yang mempunyai hubungan pengaruh terhadap variabel dependen. Menurut Sugiyono, (2013 hal. 257), Uji hipotesis secara simultan dengan cara ini :

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Keterangan :

F_h = Tingkat signifikan

R^2 = Koefisien korelasi berganda

k = Jumlah variabel independen

n = Jumlah anggota sampel

f = F hitung yang selanjutnya yang di bandingkan dengan F tabel

Dasar pengaruh keputusan pengambilan pengujian adalah :

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau $-F_{hitung} < -F_{tabel}$ maka H_a di terima

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau $-F_{hitung} > -F_{tabel}$ maka H_o di terima

Keterangan :

F_{hitung} = hasil perhitungan korelasi kualitas pelayanan, produk terhadap kepuasan pelanggan

F_{tabel} = nilai F dalam tabel berdasarkan n

Bentuk pengujiannya adalah :

H_o : tidak ada pengaruh antara variabel x dengan variabel y

H_a : ada pengaruh antara variabel x dengan variabel y

4. Koefisien Determinasi (D)

Koefisien Determinasi (D) digunakan dalam penelitian ini untuk melihat bagaimana variasi nilai variabel terikat dipengaruhi oleh variasi nilai variabel bebas. Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

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

(Sugiyono, 2013, hal. 277)

Keterangan:

D = Determinasi

R^2 = Nilai korelasi berganda

100% = Persentase Kontribusi

Untuk mempermudah peneliti dalam pengetahuan dan penganalisaan data peneliti menggunakan program computer yaitu SPSS (Statistical Program for Social Science).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Dalam penelitian ini, penulis menjadikan pengolahan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 5 pertanyaan untuk variabel X_1 , 8 pertanyaan untuk variabel X_2 , dan 9 pertanyaan untuk variabel Y . Dimana yang menjadi variabel X_1 adalah Kualitas Pelayanan, variabel X_2 adalah Kualitas Produk dan yang menjadi variabel Y adalah Kepuasan Pelanggan. Angket yang disebarakan ini diberikan kepada 50 orang Konsumen sebagai sampel penelitian dan dengan menggunakan metode *Likert Summated Rating* (LSR).

Tabel IV.1
Skala Likert

PERNYATAAN	BOBOT
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

Dan ketentuan di atas berlaku baik di dalam menghitung variabel X_1 dan X_2 bebas (Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk) maupun variabel terikat (Kepuasan Pelanggan).

1. Identitas Responden

Responden penelitian ini seluruh Konsumen PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan sebanyak 50 orang, yang terdiri dari beberapa karakteristik, baik

usia, jenis kelamin, maupun tingkat pendidikan yang dimiliki konsumen. Dari kuesioner yang disebarakan diperoleh data konsumen sebagai berikut:

Tabel IV.2
Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1	Laki-laki	34 orang	68%
2	Perempuan	16 orang	32%
Jumlah		50 orang	50%

Sumber : Konsumen PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan

Dari tabel di atas diketahui bahwa jumlah responden mayoritas adalah laki - laki sebanyak 34 orang (68%). Karena sewaktu menyebar angket, mayoritas yang dijumpai peneliti adalah konsumen yang berjenis kelamin laki - laki.

Tabel IV.3
Distribusi Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1	≤ 25 Tahun	5 orang	10%
2	26 - 40 Tahun	38 orang	76%
3	> 40 tahun	7 orang	14%
Jumlah		50	50%

Sumber : Konsumen PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan

Dari tabel di atas diketahui bahwa mayoritas usia responden yaitu usia 26 - 40 tahun yaitu sebanyak 38 orang (76%). Pada usia antara ≤ 25 tahun yaitu sebanyak 5 orang (10%) dan usia > 40 tahun yaitu sebanyak 7 orang (14%).

Tabel IV.4
Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah	Persentase (%)
1	SMA	6 orang	12%
2	Diploma	21 orang	31%
3	Sarjana	23 orang	57%
Jumlah		50	50%

Sumber : Konsumen PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan

Dari tabel di atas diketahui bahwa sebagian besar pendidikan responden adalah Sarjana yaitu sebanyak 23 orang (46%). Meskipun demikian pendidikan SMA juga dijumpai sebanyak 6 orang (12%) dan Diploma berjumlah 21 orang (42%).

2. Analisis Variabel Penelitian

Untuk lebih membantu berikut ini penulis sajikan tabel hasil skor jawaban responden dari angket yang penulis sebarakan yaitu :

Tabel IV.5
Skor Angket untuk Variabel X₁ (Kualitas Pelayanan)

No	Frekuensi Jawaban											
	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	13	26%	33	66%	4	8%	0	0	0	0	50	50
2	16	32%	29	58%	5	10%	0	0	0	0	50	50
3	22	44%	24	48%	4	8%	0	0	0	0	50	50
4	14	28%	31	62%	5	10%	0	0	0	0	50	50
5	12	24%	34	68%	4	8%	0	0	0	0	50	50

Sumber : Data Penelitian Diolah (2017)

- a. Jawaban responden tentang Pelayanan yang diberikan cepat dan memuaskan, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 66% .
- b. Jawaban responden Pegawai melayani pelanggan dengan cepat dan tanggap, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 58%.
- c. Jawaban responden tentang Pelayanan yang cepat dan tanggap merupakan jaminan dari perusahaan, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 48%.
- d. Jawaban responden tentang Konsumen diberikan kemudahan dalam menyampaikan keluhan, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 62%.
- e. Jawaban responden tentang Fasilitas dan prasarana dalam mendukung pelayanan konsumen baik, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 68%.

Tabel IV.6
Skor Angket untuk Variabel X₂ (Kualitas Produk)

Frekuensi Jawaban													
No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	17	34%	27	54%	6	12%	0	0	0	0	50	50	
2	16	32%	31	62%	3	6%	0	0	0	0	50	50	
3	17	34%	25	50%	8	16%	0	0	0	0	50	50	
4	21	42%	20	40%	9	18%	0	0	0	0	50	50	
5	23	46%	22	44%	5	10%	0	0	0	0	50	50	
6	19	38%	23	46%	8	16%	0	0	0	0	50	50	
7	21	42%	23	46%	6	12%	0	0	0	0	50	50	
8	19	38%	23	46%	8	16%	0	0	0	0	50	50	

Sumber : Data Penelitian Diolah (2017)

- a. Jawaban responden tentang Saluran air kerumah warga lancar, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 54% .
- b. Jawaban responden tentang Air bersih dan tidak berbau, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 62%.
- c. Jawaban responden tentang Air mampu mengisi dipenampungan dengan cepat, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 50%.
- d. Jawaban responden tentang Kualitas Pelayanan sesuai dengan kualitas air yang diberikan, sebagian besar responden menjawab sangat setuju sebesar 42%.
- e. Jawaban responden tentang Air tetap jernih dari awal pemakaian sampai sekarang, sebagian besar responden menjawab sangat setuju sebesar 46%.
- f. Jawaban responden tentang Perusahaan menanggapi cepat keluhan konsumen, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 46%.
- g. Jawaban responden tentang Air tidak gatal dikulit, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 46%.
- h. Jawaban responden tentang Kejernihan dan kecepatan air sudah baik, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 46%.

Tabel IV.7
Skor Angket untuk Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)

Frekuensi Jawaban													
No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	21	42%	25	50%	4	8%	0	0	0	0	50	50	
2	24	48%	21	42%	5	10%	0	0	0	0	50	50	
3	22	44%	23	46%	5	10%	0	0	0	0	50	50	
4	20	40%	22	44%	8	16%	0	0	0	0	50	50	
5	17	34%	33	66%	0	0%	0	0	0	0	50	50	
6	24	48%	18	36%	8	16%	0	0	0	0	50	50	
7	19	38%	26	52%	5	10%	0	0	0	0	50	50	
8	23	46%	24	48%	3	6%	0	0	0	0	50	50	
9	16	32%	31	62%	3	6%	0	0	0	0	50	50	

Sumber : Data Penelitian Diolah (2017)

- a. Jawaban responden Air yang masuk kerumah konsumen terbukti jernih dan tidak berbau, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 50% .
- b. Jawaban responden tentang Pelayanan yang diberikan memuaskan, sebagian besar responden menjawab sangat setuju sebesar 48%.
- c. Jawaban responden Pelayanan terhadap konsumen direspon cepat, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 46%.
- d. Jawaban responden tentang Kualitas air sudah terjamin, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 44%.
- e. Jawaban responden tentang Saya akan merekomendasikan warga yang kekurangan air bersih untuk beralih ke PDAM, sebagian besar responden menjawab sangat setuju sebesar 66%.

- f. Jawaban responden tentang Air yang disajikan sesuai dengan ditawarkan, sebagian besar responden menjawab sangat setuju sebesar 48%.
- g. Jawaban responden tentang Konsumen puas dengan mutu air dan pelayanan yang diberikan, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 52%.
- h. Jawaban responden tentang Fasilitas pelayanan untuk keluhan konsumen nyaman, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 48%.
- i. Jawaban responden tentang Pipa air menggunakan kualitas sebagian besar responden menjawab sangat setuju sebesar 62%.

3. Uji Asumsi Klasik

Pengujian asumsi klasik dilakukan untuk mendeteksi ada atau tidaknya penyimpangan dari asumsi klasik pada regresi berganda. Adapun pengujian asumsi klasik yang digunakan adalah uji normalitas, uji multikolinearitas, dan uji heterokedastisitas.

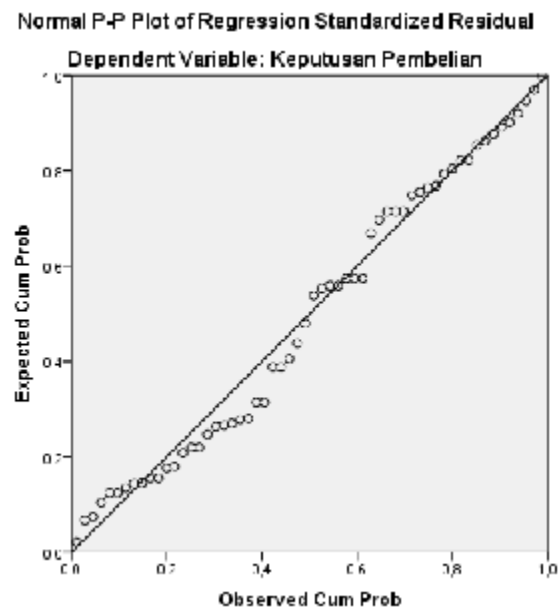
a. Uji Normalitas

Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas) keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan dalam penelitian ini yaitu dengan Uji Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual.

Uji ini dapat digunakan untuk melihat model regresi normal atau tidaknya dengan syarat. Yaitu apabila mengikuti garis diagonal dan menyebar disekitar garis diagonal tersebut.

- 1). Jika data yang menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
- 2). Jika data menyebar jauh dari diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

Gambar IV.1
Hasil Uji Normalitas P-Plot of Regression Standardized Residual



Dari hasil uji P-Plot Regression tersebut dapat dilihat bahwa model regresi bersifat normal dengan data mengikuti garis diagonal dan menyebar disekitar titik garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya bebas multikolinieritas 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 10, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas pada data yang akan diolah. Berikut hasil uji Mutlikolonieritas yang telah diolah :

Tabel IV.8
Hasil Uji Multikolonieritas
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Pelayanan	,919	1,088
	Kualitas Produk	,919	1,088

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji diatas kedua variabel independen yakni Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk memiliki nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF), nilai tolerance yang telah ditentukan atau 0,919 dan 0,919 > 0,1 dan nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) 1,088 dan 1,088 < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala Multikolinieritas.

c. Uji Heterokedastisitas

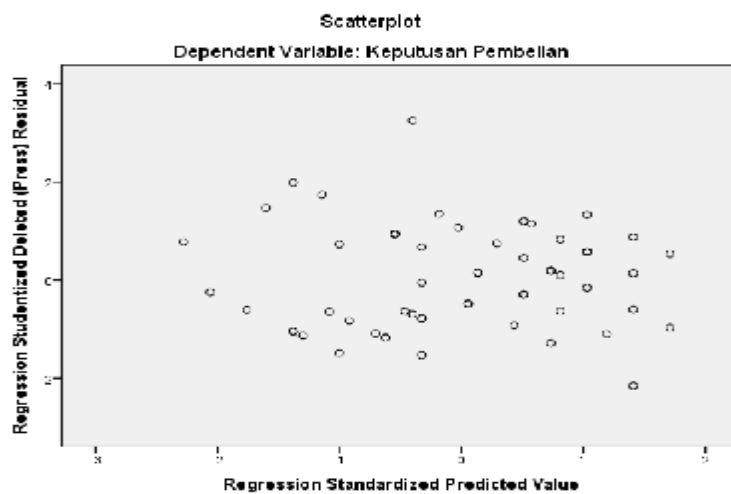
Uji Heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang

lain. Jika varian dari residual satu pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heterokedastisitas.

Cara mendeteksi ada atau tidaknya heterokedastisitas adalah dengan melihat grafik Plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SDRESID. Deteksi ada tidaknya heterokedastisitasnya dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SDRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah yang telah diprediksi dan sumbu X residual (Y prediksi Y sesungguhnya) yang telah di standardized. Dasar analisis heterokedastisitas, sebagai berikut :

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

Gambar IV.2
Hasil Uji Heterokedastisitas



Dari grafik Scatterplot terlihat bahwa jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka mengindikasikan tidak terjadi heterokedastisitas. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai untuk melihat Kepuasan Pelanggan Konsumen PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan berdasarkan masukan variabel independen yakni Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk.

4. Regresi Linier Berganda

Dalam menganalisis data digunakan analisis regresi linier berganda. Dimana analisis berganda berguna untuk mengetahui pengaruh dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Berikut hasil pengolahan data dengan menggunakan IBM SPSS Statistic versi 22.00 :

Tabel IV.9
Hasil Uji Regresi Linier Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,459	2,144		1,614	,112
Kualitas Pelayanan	,473	,110	,394	4,294	,000
Kualitas Produk	,598	,100	,546	5,953	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari table diatas maka dapat diketahui nilai-nilai sebagai berikut :

$$\text{Konstanta (a)} = 3,459$$

$$\text{Kualitas Pelayanan (X}_1\text{)} = 0,473$$

$$\text{Kualitas Produk (X}_2\text{)} = 0,598$$

Dari hasil tersebut maka dapat diketahui model persamaan regresi linearnya adalah sebagai berikut :

$$Y = 3,459 + 0,473 X_1 + 0,598 X_2 + e$$

Keterangan :

1. Nilai “a” = 3,459 menunjukkan apabila nilai dimensi Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk bernilai nol. Maka Kepuasan Pelanggan Konsumen PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan sebesar 3,459, atau dapat dikatakan bahwa Kepuasan Pelanggan tetap bernilai 3,459 apabila tidak dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk.
2. Kualitas Pelayanan (X₁) sebesar 0,473 dengan arah hubungannya positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan Kualitas Pelayanan maka akan diikuti oleh kenaikan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,473 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.
3. Kualitas Produk (X₂) sebesar 0,598 dengan arah hubungan positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan Kualitas Produk maka akan diikuti oleh kenaikan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,598 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

5. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan analisis data yang dilakukan selama penelitian untuk menjawab rumusan masalah dan membuktikan hipotesis penelitian. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini adalah melakukan Uji t dan Uji F dengan menggunakan program IBM SPSS Statistics 22.00.

a. Uji t (t-Test).

Uji t dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara parsial mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y). Hasil pengolahan data IBM SPSS Statistics 22.00 dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel IV.10
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,459	2,144		1,614	,112
Kualitas Pelayanan	,473	,110	,394	4,294	,000
Kualitas Produk	,598	,100	,546	5,953	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Untuk kriteria uji t dilakukan pada tingkat $\alpha = 5\%$ dengan dua arah dengan nilai $n = 50 - 2 = 48$ adalah 2,010. Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan mengenai uji hipotesis dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut :

1) Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan secara individual mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap Kepuasan Pelanggan dari pengolahan data IBM SPSS Statistics versi 22.00 maka dapat diperoleh hasil uji t sebagai berikut :

a) $t\text{-hitung} = 4,294$

b) $t\text{-tabel} = 2,010$

Dari kriteria pengambilan keputusan :

a). H_0 diterima jika : $-2,010 \leq 4,294 \leq 2,010$

b). H_a diterima jika : $4,294 \geq 2,010$ dan $-4,294 \leq -2,010$

Berdasarkan hasil pengujian secara individual pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh nilai t-hitung sebesar $4,294 > t\text{-tabel}$ 2,010 dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa H_a diterima (H_0 ditolak), hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan bertanda positif antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Konsumen PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan.

2) Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah Kualitas Produk secara individual mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap Kepuasan Pelanggan dari pengolahan data IBM SPSS Statistics versi 22.00 maka dapat diperoleh hasil uji t sebagai berikut :

a) $t\text{-hitung} = 5,953$

b) $t\text{-tabel} = 2,010$

Dari kriteria pengambilan keputusan :

- a). H_0 diterima jika : $-2,010 \leq 5,953 \leq 2,010$
- b). H_a diterima jika : $5,953 \geq 2,010$ dan $-5,953 \leq -2,010$

Berdasarkan hasil pengujian secara individual pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh nilai t-hitung $5,953 > 2,010$ dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 \leq 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa H_a diterima (H_0 ditolak), hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan bertanda positif antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Konsumen PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan.

b. Uji F (F-Test)

Uji F atau juga disebut juga dengan uji signifikan serentak dimaksudkan untuk melihat kemampuan menyeluruh dari variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk untuk menjelaskan tingkah laku atau keragaman Kepuasan Pelanggan. Uji F juga dimaksudkan untuk mengetahui apakah semua variabel memiliki koefisien regresi sama dengan nol. Berikut adalah hasil statistik pengujiannya.

Tabel IV.11
Uji F
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	142,703	2	71,352	37,245	,000 ^b
	Residual	105,366	55	1,916		
	Total	248,069	57			

- a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
- b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

Dari hasil pengolahan dengan menggunakan IBM SPSS Statistics versi 22.00, maka dapat diperoleh hasil sebagai berikut :

- 1) F hitung = 37,245
- 2) F tabel = 3,20

Kriteria Pengujian :

- 1) Tolak H_0 apabila $37,245 < 3,20$ atau $-37,245 > -3,20$
- 2) Terima H_a apabila $37,245 > 3,20$ atau $-37,245 < -3,20$

Berdasarkan hasil uji Fhitung pada tabel IV.11 diatas dapat nilai F hitung 37,245, sementara nilai F tabel berdasarkan $dk = n - k - 1 = 47$ dengan tingkat signifikan 5% adalah 3,20. Jadi F hitung $37,245 > F$ tabel 3,20 kemudian dilihat dengan hasil nilai probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima dan (H_0 ditolak), Dari hasil perhitungan SPSS di atas menunjukkan ada pengaruh signifikan secara simultan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Konsumen PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan.

6. Uji Koefisien Determinasi

Tujuan dari uji koefisien determinasi adalah untuk mengetahui jumlah besaran persentase dari variabel bebas dalam mempengaruhi variabel terikat nilai dari koefisien determinasi ini bias dilihat pada table dibawah ini..

Tabel IV.12
Uji Koefisien Determinasi
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,758 ^a	,575	,560	1,38410

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Pada tabel diatas, dapat dilihat hasil analisis regresi secara keseluruhan menunjukkan nilai R sebesar 0,758 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan Kepuasan Pelanggan (variabel dependen) dengan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk (variabel independen) mempunyai tingkat sebesar :

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

$$D = 0,758 \times 100\%$$

$$D = 75,8\%$$

Angka ini mengidentifikasi bahwa Kepuasan Pelanggan (variabel dependen) mampu dijelaskan oleh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk (variabel independen) sebesar 75,8%, sedangkan selebihnya sebesar 24,2% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

B. Pembahasan

Pembahasan ini adalah analisis mengenai hasil temuan penelitian ini terhadap kesesuaian teori, pendapat, maupun penelitian terdahulu yang telah dikemukakan hasil penelitian sebelumnya serta pola perilaku yang harus dilakukan untuk mengatasi hal tersebut. Berikut ini ada 3 (tiga) bagian utama

yang akan dibahas dalam analisis hasil temuan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian secara individual pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh nilai t-hitung sebesar $4,294 > t\text{-tabel } 2,010$ dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 < 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa H_a diterima (H_0 ditolak), hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan bertanda positif antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Konsumen PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan. Hal ini sejalan dengan penelitian Rachmat Hidayat (2009) yang menyatakan ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian secara individual pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh nilai t-hitung $5,953 > 2,010$ dan mempunyai angka signifikan sebesar $0,000 \leq 0,05$. Berdasarkan kriteria pengambilan keputusan, dapat disimpulkan bahwa H_a diterima (H_0 ditolak), hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan bertanda positif antara Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Konsumen PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan. Hal ini sejalan dengan penelitian Gerardo Andrew Tumangkeng (2013) yang menyatakan ada pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji Fhitung dapat nilai F hitung 37,245, sementara nilai F tabel berdasarkan $dk = n - k - 1 = 47$ dengan tingkat signifikan 5% adalah 3,20. Jadi F hitung $37,245 > F$ tabel 3,20 kemudian dilihat dengan hasil nilai probabilitas signifikan $0,000 < 0,05$, maka H_a diterima dan (H_0 ditolak), Dari hasil perhitungan SPSS di atas menunjukkan ada pengaruh signifikan secara simultan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Konsumen PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dikemukakan sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan dari penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan dengan sampel 50 orang adalah sebagai berikut :

1. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 50 pelanggan PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 50 pelanggan PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 50 pelanggan PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan, maka dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan yang telah diuraikan diatas maka saran-saran yang dapat diberikan adalah :

1. Bagi PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan hendaknya dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan lebih memperhatikan faktor Kualitas

Pelayanan dan Kualitas Produk, dengan adanya Kualitas Pelayanan yang baik dan Kualitas Produk yang tinggi berdasarkan penelitian ini maka Kepuasan Pelanggan akan meningkat.

2. Bagi penelitian selanjutnya, untuk dapat menambah variabel independen lain yang mungkin dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan yang dapat dihasilkan untuk Pelanggan PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah dan Tantri. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Ali, Hasan. (2013). *Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS (Center For Academic Publishing Service).
- Arianty, dkk. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Medan : Perdana Publishing
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik. (Edisi Revisi)*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, Rahmat. (2009). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kualitas Produk dan Nilai Nasabah Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Nasabah Bank Mandiri di Jawa Timur*. Skripsi.
- Juliandi dan Irfan. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung : Citapustaka Media Perintis.
- Keller, Kotler. (2012). *Marketing Manajemen Edisi 14*. Global Edition : Pearson Prentice Hall.
- . (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- . (2007). *Manajemen Pemasaran*. PT Macanan Jaya Cemerlang.
- Lupiyoadi, Rambat (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Moenir. (2010). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta : PUSTAKA BARU PRESS.
- Supranto, J. (2006). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Menaikkan Pangsa Pasar*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.

_____ . (2012). *Pemasaran Strategik Edisi 2*. Yogyakarta : CV. Andi Offset.

_____ . (2008). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rineka Cipta.

Tumangkeng (2013). *Kualitas Produk , Suku Bunga dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan KPR Bank BTN Cabang Manado. Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*. Vol. 1 No.4 (2013).

Zulkarnain. (2014). *Enterpreneurial Marketing; Teori dan Implementasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.