

**PENGARUH KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN DI PDAM TIRTANADI CABANG TUASAN MEDAN**

**SKRIPSI**

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

**Oleh:**

**ARIO PRASETYO WIBISONO**  
**NPM. 1305160987**



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

## ABSTRAK

**Ario Prasetyo Wibisono, NPM 1305160987. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Tirtanadi Kota Medan Cabang Tuasan. 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 Koefisien Determinasi dengan bantuan software IBM *Statistical SPSS 22*.

Berdasarkan hasil pengujian secara individual pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh nilai t-hitung sebesar  $4,074 > t\text{-tabel } 2,010$  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  $6,066 > t\text{-tabel } 2,010$  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  $36,311 > F\text{ tabel } 3,20$  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 Koefisien determinasi sebesar 77,9%, menunjukkan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk mempengaruhi Kepuasan Pelanggan sebesar 77,9% dan sisanya 22,1% 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 kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan di PDAM Tirtanadi Kota Medan Cabang Tuasan”** dengan sebaik mungkin, guna memenuhi salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata-1 pada 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 Sugianto Wibisono dan Ibunda Tuty Andriani 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 Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

4. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, SE, M.Si, sebagai Ketua Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Jasman Syarifuddin HSB SE,M.Si, selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Drs, Dani Iskandar, SE, MM, 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. Terima Kasih kepada sahabat dan teman-teman yang telah mendukung penulis dalam mengerjakan skripsi ini.
11. Terima kasih untuk Chyntya Univa, Ayu Radita, Ihsan Fahmi 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 skirpsi 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.

Dengan 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, September 2017

**Ario Prasetyo Wibisono**

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>vi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah.....	2
C. Batasan dan Rumusan Masalah.....	3
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	4
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>6</b>
A. Uraian Teori.....	6
1. Kepuasan Pelanggan .....	6
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	6
b. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	7
c. Manfaat Kepuasan Pelanggan .....	8
d. Indikator Kepuasan Pelanggan .....	9
2. Kualitas Produk .....	10
a. Pengertian Kualitas Produk.....	10
b. Tingkatan Produk .....	11
c. Klasifikasi Produk .....	12
d. Kinerja .....	14
1). Pengertian Kinerja .....	14
2). Faktor Yang Mempengaruhi Kinerja .....	16
3). Indikator Kinerja .....	18
e. Pelayanan .....	20
1). Pengertian Pelayanan .....	20
2). Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Pelayananana .....	22
3). Indikator Pelayanan .....	23
B. Kerangka Konseptual.....	24
1. Pengaruh Kinerja Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	25
2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	25
3. Pengaruh Kinerja Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan .....	26
C. Hipotesis .....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>29</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	29

B. Definisi Operasional.....	29
C. Tempat dan Waktu Penelitian.....	31
D. Populasi dan Sampel .....	32
E. Teknik Pengumpulan Data .....	33
1. Interview .....	33
2. Angket .....	34
3. Studi Dokumentasi .....	34
F. Teknik Analisis Data .....	39
1. Regresi Linier Berganda .....	39
2. Uji t (Uji Parsial) .....	39
3. Uji F (Uji Simultan) .....	40
4. Koefisien Determinasi .....	41
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
A. Deskripsi Data .....	43
1. Identitas Responden .....	45
2. Analisis Variabel Penelitian .....	46
3. Uji Asumsi Klasik .....	51
a. Uji Normalitas .....	51
b. Uji Multikolonieritas .....	52
c. Uji Heterokedastisitas .....	53
4. Regresi Linier Berganda .....	55
5. Pengujian Hipotesis .....	56
a. Uji t (Uji Parsial) .....	56
b. Uji F (Uji Simultan) .....	59
6. Koefisien Determinasi .....	60
B. Pembahasan .....	61
1. Pengaruh Kinerja terhadap Kepuasan Pelanggan .....	61
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan ..	62
3. Pengaruh Kinerja dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan .....	62
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>63</b>
A. Kesimpulan .....	63
B. Saran .....	63

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar II.1 Kerangka konseptual .....	27
Gambar III.1 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji T .....	41
Gambar III.2 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji F .....	42
Gambar IV.1 Hasil Uji Normalitas P-Plot .....	52
Gambar IV.2 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	54



## **DAFTAR TABEL**

Tabel III.1 Waktu Penelitian .....	32
Tabel III.2 Hasil Uji Validitas Kinerja .....	36
Tabel III.3 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan .....	36
Tabel III.4 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan .....	37
Tabel III.5 Hasil Uji Reliabilitas .....	38
Tabel IV.1 Skala Likert .....	43
Tabel IV.2 Responden berdasarkan Jenis Kelamin .....	44
Tabel IV.3 Responden berdasarkan Usia .....	44
Tabel IV.4 Responden berdasarkan Pendidikan .....	45
Tabel IV.5 Skor Angket Kinerja .....	45
Tabel IV.6 Skor Angket Kualitas Pelayanan .....	47
Tabel IV.7 Skor Angket Kepuasan Pelanggan .....	49
Tabel IV.8 Hasil Uji Multikolonieritas .....	53
Tabel IV-9 Hasil Uji Regresi Linier Berganda .....	55
Tabel IV.10 Hasil Uji T .....	57
Tabel IV.11 Hasil Uji F .....	59
Tabel IV.12 Hasil Uji Determinasi .....	60



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Di era globalisasi saat ini, perusahaan dihadapkan dengan situasi kompetisi yang sangat menajam, baik dalam pasar luar negeri maupun dalam negeri. Demi kelangsungan perusahaan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggan. Oleh karena itu perusahaan harus meningkatkan mutu dan pelayanan bagi pelanggannya. Tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan sebagian besar disebabkan oleh menurunnya pelayanan dan mutu dari produk yang dihasilkan.

Kualitas produk dan harga sangatlah penting dalam mempertahankan siklus pertumbuhan perusahaan baik produk/jasa terutama pada PDAM Tirtanadi Kota Medan Cabang Tuasan. Adapun yang dimaksud dengan produk adalah sesuatu yang berwujud atau tidak berwujud yang dapat ditawarkan untuk memenuhi atau bahkan melampaui keinginan. Menurut Tjiptono (2012, hal 315). Produk adalah segala sesuatu (barang, jasa, orang, tempat, ide, informasi, dan/atau organisasi) yang bisa ditawarkan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.

Pada dasarnya kualitas produk bukan terletak pada kepemilikannya, tetapi pada jasa yang dapat diberikannya. Kita berlangganan air di PDAM untuk mendapatkan air, air bukan hanya untuk diminum tetapi untuk memenuhi kebutuhan hidup kita sehari hari. Dalam bisnis berupa produk/jasa,

usaha milik negara seperti PDAM Tirtanadi Kota Medan Cabang Tuasan dapat berupa berlanggan yang terdiri dari, penyaluran air kepemukiman, menyediakan meteran air, servis, sehingga timbul kepuasan dan kenyamanan pada pelanggannya.

Fenomena yang ditemukan menunjukkan suatu hal yaitu, kurang cepatnya tindakan penanganan pada pipa maupun meteran air karena harus mengikuti prosedur dan membutuhkan waktu lama untuk ditangani sehingga menimbulkan air yang kotor dan berbau.

Selain itu konsumen juga diberatkan dengan tarif dan harga yang diajukan oleh PDAM Tirtanadi karena tidak sesuai dengan layanan air yang diberikan kepada pelanggan. Bahkan terkadang harga rekening melonjak dua kali lipat.

Dengan demikian, kualitas produk dan harga merupakan variabel-variabel yang diharapkan mampu menciptakan kepuasan pelanggan dalam membeli suatu produk.

Berdasarkan uraian dan fenomena diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Tirtanadi Kota Medan Cabang Tuasan”**

## **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. Sering terjadinya kebocoran meteran air dan pipa sehingga kualitas air menjadi kotor dan berbau.
2. Keluhan pelanggan terhadap pematian air dengan tenggang waktu yang cukup lama sehingga mengganggu aktivitas.
3. Pencatatan meteran air PDAM tidak sesuai sehingga tagihan melonjak.

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

### **1. Batasan Masalah**

Batasan masalah diperlukan agar penelitian lebih terarah dan untuk menghindari pembahasan yang terlalu luas. Oleh karena itu, penulis membatasi masalah pada variabel bebas yaitu kualitas produk dan pada variabel pendukung yaitu kinerja, dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Kota Medan Cabang Tuasan.

### **2. Rumusan Masalah**

- a. Apakah ada pengaruh kinerja terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Kota Medan Cabang Tuasan?
- b. Apakah ada pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Kota Medan Cabang Tuasan?
- c. Apakah ada pengaruh kinerja, dan pelayanan secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Kota Medan Cabang Tuasan?

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

### **1. 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 kinerja terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Kota Medan Cabang Tuasan.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Kota Medan Cabang Tuasan.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kinerja, dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi kota Medan Cabang Tuasan.

### **2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan oleh penulis dalam penelitian ini adalah :

#### **a. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan/wawasan dan memberikan sumbangan berupa ilmu yang berkaitan tentang ekonomi khususnya kualitas produk, kinerja, daya tahan, pelayanan, dan kepuasan pelanggan berdasarkan penerapan yang nyata.

b. Manfaat Praktisi

Dapat dijadikan sebagai sumber informasi bagi perusahaan PDAM dalam upaya meningkatkan kualitas produk, dan bermanfaat untuk pembaca dengan memberikan gambaran pemahaman.

c. Sebagai referensi untuk penelitian atau panduan penelitian di tahun-tahun yang akan datang.

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORI**

#### **A. Uraian Teori**

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

###### **a. Pengeertian Kepuasan pelanggan**

Suatu konsep yang telah lama dikenal dalam teori dan aplikasi pemasaran, kepuasan pelanggan menjadi salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis, dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk meraih laba dimasa yang akan datang, menjadi pemicu upaya untuk meningkatkan kepuasan konsumen.

Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang akan dirasakan.

Kepuasan pelanggan juga dipandang sebagai salah satu indikator terbaik untuk laba di masa depan, (Kotler dan Keller, 2012 hal 352).

Menurut Kotler dalam (Lupiyoadi, 2013, hal 228) menyatakan bahwa “kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seorang menyatakan hasil perbandingan antara kinerja produk jasa yang diterima dengan yang diharapkan.”

Menurut Westbrook & Raily dalam (Tjiptono, 2014, hal 353) adalah “respon emosional terhadap pengalaman-pengalaman yang berkaitan dengan produk atau jasa tertentu yang dibeli, gerai ritel, atau bahkan pola perilaku (seperti perilaku berbelanja dan perilaku pembelian), serta pasar secara keseluruhan.



Dari pengertian beberapa ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan pelanggan/konsumen setelah membandingkan antara apa yang dia terima dan dia harapkan. Seorang pelanggan jika merasa puas dengan nilai yang diberikan, kemungkinan besar akan memberikan nilai positif bagi perusahaan.

#### **b. Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Setiap perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya dengan cara menyediakan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahan produk yang lebih cepat atau pelayanan yang lebih baik dari pada pesaing.

Menurut Supranto dalam Arianty, dkk, (2016, hal 19) mengemukakan untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan yaitu :

##### 1) Kualitas Produk

Konsumen akan merasakan puas jika hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

##### 2) Kualitas Pelayanan

Konsumen akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan.

##### 3) Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keinginan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan

merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk, tetapi nilai social yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

4) Harga

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

5) Biaya

Konsumen tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan satu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

**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 mempropek pelanggan baru.

### 4. Reduksi Sensivitas Harga

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

Ungkapan tersebut juga diperjelas Ileh 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 hal tersebut dipengaruhi beberapa faktor.”

Sedangkan menurut Kotler (2009, hal 140) “pelanggan yang tidak puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, membeli lagi ketika perusahaan memperkenalkan produk baru dan memperbaharui produk lama.”

#### **d. Indikator Kepuasan Pelanggan**

Pengukuran kepuasan pelanggan sangatlah penting untuk dilakukan karena memberikan informasi bermanfaat bagi perusahaan, pemegang saham, investor, pemerintah, dan konsumen.

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

1. Bukti langsung yang mempunyai perlengkapan, karyawan dan saran komunikasi dengan pelanggan.
2. Keandalan yakni, kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera memuaskan.
3. Daya tangkap yakni membantu konsumen dalam pelayanan yang cepat tanggap.
4. Jaminan dan keyakinan 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.

## **2. Kualitas Produk**

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

Pemilihan produk yang seksama merupakan bagian yang sangat penting. Pembeli baru akan membeli sebuah produk baru kalau memang merasa tepat untuk membeli produk yang bersangkutan atau memang dibutuhkan. Artinya produk lah yang harus menyesuaikan diri terhadap pembeli, bukan pembeli yang menyesuaikan diri terhadap produk yang ditawarkan. Produk merupakan barang atau jasa yang dihasilkan, ditambah kegunaannya atau nilainya dalam proses produksi dan

merupakan hasil akhir dari proses produksi tersebut. Adapun pengertian produk menurut para ahli sebagai berikut :

Menurut Arianty, dkk, (2016, hal 94) produk adalah segala sesuatu yang diharapkan dapat memenuhi kebutuhan manusia ataupun organisasi.

Menurut Tjiptono dan Anastasia (2016, hal 176), produk adalah segala sesuatu yang memberikan nilai untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan.

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 segala sesuatu yang ditawarkan oleh perusahaan berupa barang, jasa, agar konsumen merasa puas.

#### **b. Tingkatan Produk**

Dalam menghasilkan produk perusahaan perlu memikirkan tiga tingkatan yaitu produk inti, produk nyata, dan produk yang ditambahkan. Pada produk inti perusahaan menggapi tentang apa yang dibeli oleh konsumen, pada produk nyata mempunyai lima sifat yakni kualitas, cirri, gaya, nama merek dan kemasan. Sedangkan pada yang ditambahkan produk yang mempunyai fasilitas tambahan dari produk inti yang ada, dalam (Arianty, dkk, 2016, hal 94).

Perusahaan dalam melakukan penawaran perlu memahami tentang tingkatan produk yakni :

1. Manfaat Inti (core benefit)

Manfaat inti (core benefit) adalah manfaat utama yang paling dibutuhkan oleh konsumen.

2. Manfaat Tambahan (generic product)

Manfaat Tambahan (generic product) adalah manfaat tambahan dari inti suatu produk.

3. Harapan dari suatu produk (expected product)

Harapan dari suatu produk (expected product) adalah suatu keadaan yang disenangi konsumen, yang memiliki atribut tertentu.

4. Keunggulan Produk (augmented product)

Keunggulan Produk (augmented product) adalah kelebihan produk yang dilengkapi dengan bermacam manfaat dan pelayanan sehingga dapat memberikan tambahan dan kepuasan yang tidak dimiliki produk pesaing.

5. Produk Potensial (Potential Product)

Keunggulan Produk (augmented product) adalah hal yang dilakukan perusahaan jika masa yang akan datang terjadi perubahan dan perusahaan tersebut diimbangi dengan selera konsumen pada saat itu.

**c. Klasifikasi Produk**

Menurut Hasan, (2013, hal 497) mengungkapkan beberapa klasifikasi produk yaitu :

1. Barang Konsumen

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

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

Produk konsumen dapat dibedakan menjadi empat jenis, yaitu :

#### A. Convenience Goods

Produk barang yang setiap harinya diperlukan dan didistribusikan secara luas, lebih laku dan mudah diperoleh.

#### B. Shopping Goods

Produk barang yang dibeli memerlukan peninjauan mengenai kinerja, harga dan sebagainya. Barang-barang yang dalam proses pembeliannya memerlukan evaluasi pilihan dan perbandingan dari berbagai alternatif yang tersedia, seperti harga, kualitas, dan model masing-masing barang.

#### C. Specialty Goods

Barang-barang yang memiliki ciri yang sangat khusus dan memiliki karakteristik merek yang unik.

#### D. Unsought Goods

Merupakan barang-barang yang tidak diketahui konsumen atau walaupun sudah diketahui belum terpikirkan untuk membeli karena tingkat pemakaiannya yang sangat jarang.

#### 2. Barang Industri

Barang industri adalah barang-barang yang dikonsumsi oleh industriawan (konsumen antara atau konsumen bisnis) untuk keperluan selain untuk digunakan secara langsung.

#### d. Kinerja

##### 1. Pengertian kinerja

Dalam bahasa Inggris kata "*performance*" dapat diartikan sebagai kinerja, hasil kerja atau prestasi. Kinerja memiliki makna yang sangat luas, bukan hanya menyatakan sebagai hasil kerja, tetapi bagaimana juga proses kerja berlangsung.

Menurut Wibowo (2014, hal 7) "Kinerja adalah manajemen tentang menciptakan hubungan dan memastikan komunikasi yang efektif. Manajemen kinerja memfokuskan pada apa yang diperlukan oleh organisasi, manajer, dan pekerja untuk berhasil. Manajemen kinerja adalah tentang bagaimana kinerja dikelola untuk memperoleh sukses."

Sedangkan menurut Fahmi (2017, hal 226) mendefinisikan kinerja adalah hasil yang diperoleh oleh suatu organisasi baik organisasi



tersebut bersifat *profit oriented* dan *non profit oriented* yang dihasilkan selama satu periode waktu.

Adapun menurut Kasmir (2016, hal 182) kinerja merupakan hasil kerja dan perilaku seseorang dalam suatu periode, biasanya satu tahun. Kemudian kinerja dapat diukur dari kemampuannya menyelesaikan tugas-tugas dan tanggung jawab yang diberikan. Artinya dalam kinerja mengandung unsur standar pencapaian harus dipenuhi, sehingga bagi yang mencapai standar yang telah ditetapkan berarti berkinerja baik atau sebaliknya bagi yang tidak tercapai dikategorikan berkinerja kurang atau tidak baik.

Adapun menurut Wukir (2013, hal 97) mengemukakan kinerja adalah catatan tentang hasil-hasil yang diperoleh dari fungsi pekerjaan atau kegiatan tertentu selama kurun waktu tertentu.

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat disimpulkan, bahwa kinerja adalah kesediaan seseorang atau kelompok dalam melaksanakan tugas yang diberikan melalui proses kerja yang akan mendapatkan hasil sesuai dengan waktu dan kriteria yang ditentukan perusahaan.

## 2. Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja

Adapun kinerja dalam suatu organisasi, dipengaruhi oleh banyak faktor, baik faktor dari dalam karyawan itu sendiri maupun faktor organisasi itu sendiri.

Menurut Mangkunegara (2013, hal 67) faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja adalah :

- 1) Faktor kemampuan, yang terdiri dari : kemampuan potensi (IQ) dan kemampuan reality (knowledge + skill). Artinya pegawai yang memiliki IQ diatas rata-rata (IQ 110-120) dengan pendidikan yang memadai untuk jabatannya dan terampil dalam mengerjakan pekerjaan sehari-hari, maka ia akan lebih mudah mencapai kinerja yang diharapkan.
- 2) Faktor motivasi  
Motivasi terbentuk dari sikap seorang pegawai dalam menghadapi situasi kerja. Motivasi merupakan kondisi yang menggerakkan diri pegawai yang terarah untuk mencapai tujuan organisasi.

Sedangkan menurut Kasmir (2016, hal 189) faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja yaitu :

- 1) Kemampuan dan keahlian  
Merupakan kemampuan atau *skill* yang dimiliki seseorang dalam melakukan suatu pekerjaan.
- 2) Pengetahuan  
Mengetahui tentang pekerjaan. Seseorang yang memiliki pengetahuan tentang pekerjaan secara baik dan akan memberikan hasil pekerjaan yang baik, demikian pula sebaliknya.
- 3) Rancangan kerja

Artinya jika suatu pekerjaan memiliki rancangan yang baik, maka akan memudahkan untuk menjalankan pekerjaan tersebut secara tepat dan benar.

- 4) Kepribadian  
Yaitu kepribadian seseorang atau karakter yang dimiliki seseorang.
- 5) Motivasi kerja  
Merupakan dorongan bagi seseorang atau karakter yang dimiliki seseorang.
- 6) Kepemimpinan  
Kepemimpinan merupakan perilaku seorang pemimpin dalam mengatur, mengelola dan memerintahkan bawahannya untuk mengerjakan sesuatu tugas dan tanggung jawab yang diberikannya.
- 7) Gaya kepemimpinan  
Merupakan gaya atau sikap seorang pemimpin dalam menghilangkan atau memerintahkan bawahannya.
- 8) Budaya organisasi  
Merupakan kebiasaan atau norma-norma yang berlaku dan dimiliki oleh organisasi dan perusahaan.
- 9) Kepuasan kerja  
Merupakan perasaan senang atau gembira, atau perasaan suka seseorang sebelum dan setelah melakukan suatu pekerjaan.
- 10) Lingkungan kerja  
Merupakan suasana atau kondisi disekitar lokasi tempat bekerja.
- 11) Loyalitas  
Merupakan kesetiaan karyawan untuk tetap bekerja dan membela perusahaan dimana tempatnya bekerja.
- 12) Komitmen  
Merupakan kepatuhan karyawan untuk menjalankan kebijakan atau peraturan perusahaan dalam bekerja.
- 13) Disiplin kerja  
Merupakan usaha karyawan untuk menjalankan aktivitas kerjanya secara sungguh-sungguh.

### 3. Indikator kinerja

Adapun indikator yang dapat meningkatkan kinerja menurut Wibowo (2014, hal 85-88) untuk itu perlu mengetahui perkembangan pencapaian standart, target, dan waktu yang tersedia. Indikator kinerja atau *performance indicator* kadang-kadang digunakan secara bergantian dengan ukuran kinerja (*performance measure*), tetapi banyak pula yang membedakannya. Terdapat tujuh indikator kinerja yaitu :

1) Tujuan

Tujuan merupakan sesuatu keadaan yang lebih baik yang ingin dicapai di masa yang akan datang. Dengan demikian tujuan menunjukkan arah kemana kinerja harus dilakukan. Atas arah tersebut, dilakukan kinerja untuk mencapai tujuan. Untuk mencapai tujuan, diperlukan kinerja individu, kelompok, dan organisasi.

2) Standar

Standar mempunyai arti penting karena memberitahukan kapan suatu tujuan dapat diselesaikan. Standar merupakan suatu ukuran apakah tujuan yang diinginkan dapat dicapai. Tanpa standar, tidak dapat diketetahui kapan suatu tujuan akan dicapai dan kinerja seseorang dikatakan berhasil apabila mampu mencapai standar yang ditentukan oleh kesepakatan bersama antara atasan dan bawahan.

3) Umpan balik

Umpan balik merupakan masukan yang dipergunakan untuk mengukur kemajuan kinerja, dan pencapaian tujuan. Dengan umpan balik dilakukan evaluasi terhadap kinerja dan sebagai hasilnya dapat dilakukan perbaikan kinerja.

4) Alat atau sarana

Alat atau sarana merupakan sumber daya yang dapat dipergunakan untuk membantu menyelesaikan tujuan dengan sukses. Alat atau sarana merupakan faktor penting penunjang untuk pencapaian tujuan. Tanpa alat tidak mungkin dapat melakukan pekerjaan.

5) Kompetensi

Kompetensi merupakan kemampuan yang dimiliki oleh seseorang untuk menjalankan pekerjaan yang diberikan kepadanya dengan baik. Kompetensi memungkinkan seseorang mewujudkan tugas yang berkaitan dengan pekerjaan yang diperlukan untuk mencapai tujuan.

6) Motif

Motif merupakan alasan atau pendorong bagi seseorang untuk melakukan sesuatu. Manajer memfasilitasi motivasi kepada karyawan dengan insentif berupa uang, memberikan pengakuan, menetapkan tujuan mendatang, menetapkan standar terjangkau, meminta umpan balik, memberikan kebebasan melakukan pekerjaan termasuk waktu melakukan pekerjaan, menyediakan sumber daya yang diperlukan dan menghapuskan tindakan yang mengakibatkan disintensif.

7) Peluang

Pekerja perlu mendapatkan kesempatan untuk menunjukkan prestasi kerjanya. Terdapat dua faktor yang menyumbangkan pada adanya kekurangan kesempatan untuk berprestasi, yaitu ketersediaan waktu dan kemampuan untuk memenuhi syarat.

Sedangkan menurut Mangkunegara (2009, hal 75) indikator kinerja merupakan sesuatu yang akan dihitung dan diukur. Indikator kinerja yaitu:

1) Kualitas kerja

Kualitas kerja adalah keadaan yang dapat berubah dari seseorang terhadap hasil kerja yang diberikan kepada perusahaan sehingga dapat memenuhi atau melebihi

harapan perusahaan tersebut, kualitas ini dilihat dari ketetapan kerja, ketelitian, keterampilan, kebersihan dari kerja seseorang.

2) Kuantitas kerja

Kemampuan karyawan dalam menyelesaikan pekerjaan yang diberikan perusahaan adalah suatu penilaian untuk menentukan karyawan tersebut memiliki kuantitas kerja yang baik ataupun tidak baik.

3) Kehandalan

Kehandalan seseorang karyawan merupakan penilaian dari kinerja yang memiliki sehingga mampu melakukan kegiatan-kegiatan yang diinginkan perusahaan. Seseorang karyawan dapat dikatakan handal jika dapat mengikuti intruksi ketika kerja, mempunyai inisiatif, rajin dan selalu memiliki kehati-hatian dalam bekerja.

4) Sikap

Sikap ini terdiri dari sikap seseorang karyawan terhadap perusahaan, maupun sikap karyawan tersebut terhadap karyawan lain

## **e. Pelayanan**

### **1. Pengertian 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 strategic perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh dan berkembang.

Menurut abdullah & Tantri (2012, hal. 45) mengatakan bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau

jasa yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun tersirat. Kunci keunggulan bersaing yang terus menerus terletak pada penyampaian kualitas pelayanan yang tinggi, yang ada pada gilirannya akan berakibat pada kepuasan pelanggan.

Sedangkan menurut Lupiyoadi (2013, hal, 216) menyatakan bahwa: “kualitas pelayanan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan sesuai dengan harapan atau melebihinya sehingga membuat pelanggan merasa puas.”

Pelayanan merupakan kegiatan yang tidak dapat di definisikan secara tersendiri yang ada pada hakekatnya bersifat tangibles (tidak teraba), yang merupakan pemenuhan kebutuhan yang tidak harus terikat pada penjualan produk lain.

Kotler (2008, hal 143) ”mengemukakan Kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.”

Tjiptono (2012, hal 77) “mengemukakan Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan.”

Dari pengertian beberapa ahli diatas dapat dapat disimpulkan bahwa pelayanan merupakan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan

dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaian harapan konsumen.

## **2. Faktor-faktor yang mempengaruhi Pelayanan**

Kualitas pelayanan menekankan kepada aspek kepuasan pelanggan dan pendapatan. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan-ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat memaksimalkan pengalaman yang kurang memuaskan.

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 system, yakni faktor teknis, computer, 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.

Menurut Tjiptono (2012, hal. 36) terdapat empat faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu: investasi pada manajemen sumber daya manusia, industri jasa/layanan, service customization, dan pemantauan kepuasan nasabah.

### **3. Indikator Pelayanan**

Pelayanan yang diberikan hendaknya pelayanan yang dapat memberikan kepuasan bagi sipenerima layanan tersebut dan pelayanan yang berikan kepada pelanggan tersebut di tuntut untuk selalu disempurnakan dan ditingkatkan baik mutu atau pun harapan.

Menurut Tjiptono & Chandra (2012, hal. 75) mengatakan bahwa dalam kasus penerapan jasa, dimensi kualitas yang sering dijadikan acuan adalah:

- 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 layanan dengan tanggap. Contohnya, sistem dan reservasi dan penanganan bagasi maskapai yang cepat.

- 3) Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan: bebas dari bahaya fisik, resiko atau keragu-raguan. Contohnya, mekanik di bengkel yang berpengetahuan 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 mengenal 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 representatif.

## **B. Kerangka Konseptual**

Kerangka konseptual adalah hasil pemikiran yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai.

Dalam kerangka konseptual ini dimana peneliti membuat suatu sketsa mengenai gambaran analisis kinerja, daya tahan, dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Setiap perusahaan memiliki cara tersendiri dalam memasarkan produknya. Setiap perusahaan memilih cara serta alat pemasaran yang efektif

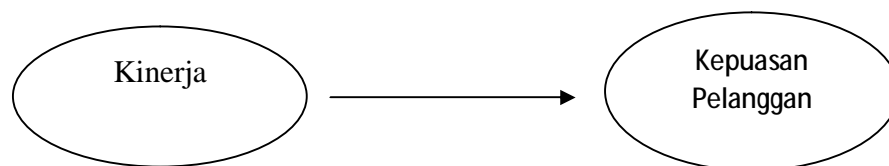
untuk mencapai tujuan perusahaannya dan dapat bertahan diantara persaingan yang ketat.

PT. Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirtanadi Kota Medan Cabang Tuasan tidak melakukan pemasaran seperti halnya perusahaan lain, tetapi pihak PDAM hanya perlu memerlukan kualitas produk untuk menentukan kepuasan pelanggan.

### **1. Pengaruh Kinerja terhadap Kepuasan Pelanggan**

Menurut Wibowo (2014, hal 7) "Kinerja adalah manajemen tentang menciptakan hubungan dan memastikan komunikasi yang efektif. Manajemen kinerja memfokuskan pada apa yang diperlukan oleh organisasi, manajer, dan pekerja untuk berhasil. Manajemen kinerja adalah tentang bagaimana kinerja dikelola untuk memperoleh sukses."

Penelitian yang dilakukan Indrawati (2013) dengan judul pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja karyawan dan kepuasan pelanggan pada rumah sakit swasta di kota Denpasar.

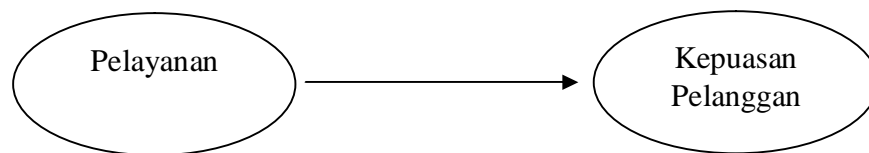


### **2. Pengaruh Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan**

Menurut Kotler dan Keller (2007, hal. 177) menyatakan bahwa jika kinerja dibawah harapan pelanggan tidak 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.

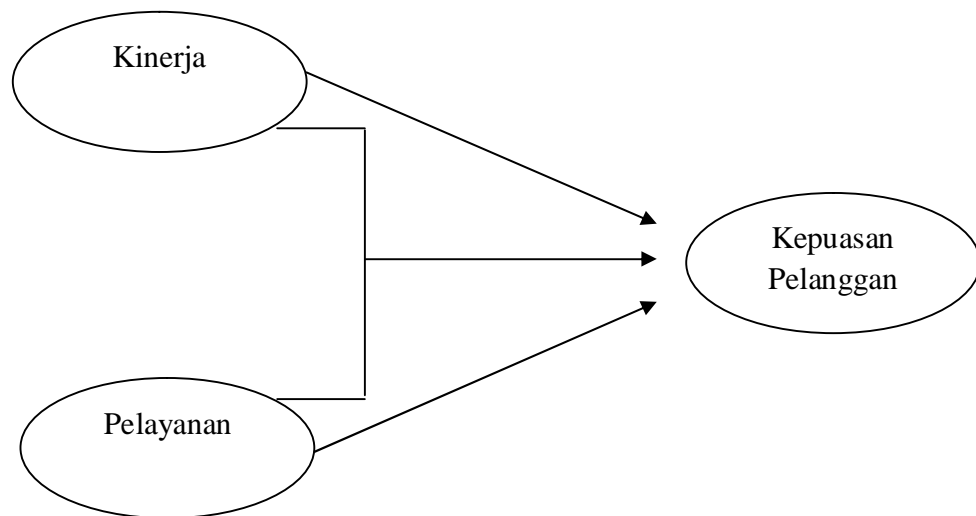
Penelitian yang dilakukan oleh Muhammad Abidin (2010) dengan judul pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah BMT Yaqawiyu Kec. Jatinom, Kab. Klaten menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien.



### **3. Pengaruh Kinerja, dan Pelayan terhadap Kepuasan Pelanggan**

Pengaruh kinerja, daya tahan, dan pelayanan yang tergabung didalam indikator produk sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Karena 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.

Hasil penelitian Bayu Hadyanto (2007) dengan judul analisis pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus pada perumahan puri mediterania Semarang)



Gambar I.1 Kerangka Konseptual

### 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 dan empiris.

Menurut Sugiyono (2012, hal 93) hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan penelitian.

Adapun hipotesis dalam penelitian ini adalah dapat dikemukakan sebagai berikut :

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

3. Ada pengaruh kinerja, dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Kota Medan Cabang Tuasan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Sesuai dengan tujuan penelitian yang telah dikemukakan didepan, maka penelitian ini menggunakan dengan pendekatan kuantitatif untuk mengetahui indeks kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Kota Medan Cabang Tuasan.

Menurut Sugiyono (2012, hal 13) kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu.

Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang tidak dilakukan secara mendalam, umumnya menyelidiki permukaan saja. Instrumen pengumpulan data yang dapat digunakan seperti angket, daftar wawancara, dan lainnya. Permasalah dalam penelitian kuantitatif dapat ditentukan di awal penelitian sehingga bersifat sebagai hipotesis atau dugaan awal terhadap permasalahan.

#### **B. Defenisi Operasional**

Definisi operasional merupakan variabel yang 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. Kinerja

Indikator kinerja menurut Wibowo (2014, hal 85-88) untuk perlu mengetahui perkembangan standart, target, dan waktu tersedia.

Terdapat tujuh indikator kinerja yaitu :

1. Tujuan
2. Standart
3. Umpan balik
4. Alat atau sarana
5. Kompetensi
6. Motif
7. Peluang

Sedangkan menurut Mangkunegara (2009, hal 75) indikator kinerja merupakan sesuatu yang dihitung dan diukur indikator kinerja yaitu :

1. Kualitas kerja
2. Kuantitas kerja
3. Keandalan
4. Sikap

## 2. Pelayanan

Menurut Tjiptono & Chandra (2012, hal. 75) mengatakan bahwa dalam kasus penerapan jasa, dimensi kualitas yang sering dijadikan acuan adalah :

1. Reliabilitas
2. Responsivitas
3. Jaminan (*assurance*)
4. Empati (*empaty*)
5. Bukti fisik (*tangibles*)



### **3. Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah dimana tingkatan kinerja berupa anggapan terhadap suatu produk yang sesuai dengan keinginan/harapan para pelanggan. Indikator kepuasan pelanggan menurut (Tjiptono 2008, hal 26) :

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 Kota Medan (PDAM TIRTANADI) Cabang Tuasan.

#### **2. Waktu Penelitian**

Penelitian ini dimulai dari bulan Juli 2017 s/d Oktober 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 (2012, hal 115) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diharapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam hal ini populasi dalam penelitian adalah seluruh pelanggan PDAM Kota Medan Cabang Tuasan, Jl. Tuasan No.61, Sidorejo Hilir, Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara

## **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. Maka dari itu jumlah penarikan sampel dapat di tentukan dengan metode kouta sampling dengan jumlah sample 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.

#### **1. Interview (wawancara)**

Interview yang dimaksud dalam penelitian ini adalah menanyakan kepada pihak terkait (kepala cabang) tentang hal-hal yang bersangkutan, tentang produk dan harga yang ditawarkan oleh PDAM Tirtanadi Kota Medan Cabang Tuasan.

#### **2. Angket (kuisisioner)**

Angket merupakan pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden

untuk menjawabnya. Angket ini diberikan secara langsung kepada responden, dengan menggunakan skala likert.

### 3. Studi dokumentasi

Studi dokumen adalah metode pengumpulan data yang tidak ditujukan langsung kepada subjek penelitian. Studi dokumen adalah jenis pengumpulan data yang meneliti berbagai macam dokumen yang berguna untuk bahan analisis.

Selanjutnya untuk menguji validitas atau reliable tidaknya data maka diuji dengan :

#### a. Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan dengan tujuan menganalisis apakah instrumen yang dilakukan memang benar-benar tepat sesuai dalam angket yang disebar oleh penulis atau peneliti.

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

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

(Sugiyono, 2012, 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

$$\begin{aligned}
 (\sum y_i^2) &= \text{jumlah pengamatan } y \\
 (\sum x_i)^2 &= \text{kuadrat jumlah pengamatan variabel } x \\
 (\sum y_i)^2 &= \text{pengamatan jumlah variabel } y \\
 \sum x_i y_i &= \text{jumlah hasil kali variabel } x \text{ dan } y
 \end{aligned}$$

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 nilai  $r$  hitung. Jika  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel dan nilai positif maka butir atau pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Berikut ini adalah hasil uji validitas variabel pen

**Tabel III.2**  
**Hasil uji Validitas Instrumen Variabel X<sub>1</sub> (Kinerja)**

Item	R hitung	R tabel	Keterangan
Item 1	0,642 (Positif)	0,278	Valid
Item 2	0,616 (Positif)		Valid
Item 3	0,601 (Positif)		Valid
Item 4	0,588 (Positif)		Valid
Item 5	0,567 (Positif)		Valid
Item 6	0,584 (Positif)		Valid
Item 7	0,389 (Positif)		Valid
Item 8	0,610 (Positif)		Valid
Item 9	0,333 (Positif)		Valid
Item 10	0,384 (Positif)		Valid
Item 12	0,530 (Positif)		Valid
Item 13	0,545 (Positif)		Valid
Item 14	0,301 (Positif)		Valid

Sumber: Data Penelitian Diolah (2017)

Dari hasil validitas diatas dapat terlihat bahwa hanya item pernyataan 11 nilar  $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$  yang artinya 13 item pernyataan dari variabel Harga ( $X_1$ ) dinyatakan valid.

**Tabel III.3**  
**Hasil uji Validitas Instrumen Variabel  $X_2$  (Kualitas Pelayanan)**

Item	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
Item 1	0,579 (Positif)	0,278	Valid
Item 2	0,644 (Positif)		Valid
Item 3	0,636 (Positif)		Valid
Item 4	0,606 (Positif)		Valid
Item 5	0,649 (Positif)		Valid
Item 6	0,633 (Positif)		Valid
Item 7	0,429 (Positif)		Valid
Item 8	0,315 (Positif)		Valid
Item 9	0,390 (Positif)		Valid
Item 10	0,450 (Positif)		Valid

Sumber: Data Penelitian Diolah (2017)

Dari hasil validitas diatas dapat terlihat bahwa item pernyataan 1 sampai dengan item pernyataan 10 dengan nilai  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$  yang artinya semua item pernyataan dari variabel Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) dinyatakan valid.

**Tabel III.4**  
**Hasil uji Validitas Instrumen Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)**

Item	Nilai Korelasi	Probabilitas	Keterangan
Item 1	0,562 (Positif)	0,278	Valid
Item 2	0,618 (Positif)		Valid
Item 3	0,590 (Positif)		Valid
Item 4	0,599 (Positif)		Valid
Item 5	0,620 (Positif)		Valid
Item 6	0,666 (Positif)		Valid
Item 7	0,366 (Positif)		Valid
Item 8	0,351 (Positif)		Valid
Item 10	0,319 (Positif)		Valid
Item 11	0,309 (Positif)		Valid
Item 12	0,553 (Positif)		Valid
Item 13	0,599 (Positif)		Valid
Item 14	0,620 (Positif)		Valid
Item 15	0,666 (Positif)		Valid
Item 16	0,654 (Positif)		Valid
Item 17	0,666 (Positif)		Valid
Item 18	0,490 (Positif)		Valid

Sumber: Data Penelitian Diolah (2017)

Dari hasil validitas diatas dapat terlihat bahwa hanya item pernyataan 9 nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel yang artinya 17 item pernyataan dari variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan valid.

#### **b. Uji Reliabilitas**

Uji yang digunakan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan sudah tepat dan konsisten.

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 :

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

Keterangan :

$r$  = Reabilitas instrument (*cronbach alpha*)

$k$  = Banyaknya butir pertanyaan

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

$\sigma_1^2$  = Varians Total

Dengan criteria :

- 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).

Umumnya, nilai *cronbach alpha* yang digunakan adalah sebesar 0,60 dan hasilnya seperti yang ditunjukkan pada tabel berikut ini :

**Tabel III.5**  
**Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y**

Variabel	Nilai Reabilitas	Status
Harga ( $X_1$ )	0,778 (Positif)	Reliabel
Kualitas Produk ( $X_2$ )	0,721 (Positif)	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,855 (Positif)	Reliabel

Sumber: Data Penelitian Diolah (2017)

## F. Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan metode statistic untuk menganalisis data yaitu sebagai berikut :

### 1. Analisis Regresi Linier Berganda



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

Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah :

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

(Juliandi, dkk, 2014, hal. 157)

Keterangan :

Y	: Kepuasan Pelanggan
$\beta$	: Konstanta
X1	: Kualitas Pelanggan
X2	: Kualitas Produk
$\beta_1$	: Koefisien Regresi Variabel Pelanggan
$\beta_2$	: Koefisien Regresi Variabel Produk
e	: Pengganggu ( <i>error</i> )

## 2. Uji Parsial (uji t)

Uji statistik t dipergunakan 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 individu terdapat hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y) untuk menguji signifikan hubungan.

Selanjutnya nilai perhitungan koefisien korelasi akan diuji tingkat signifikannya dengan uji statistik t.

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

(Sugiyono 2012, hal 250)

Dimana :

r = Koefisien Korelasi

n = Jumlah sampel atau tahun

t =  $t_{hitung}$  yang selanjutnya di konsultasi kan dengan  $t_{tabel}$

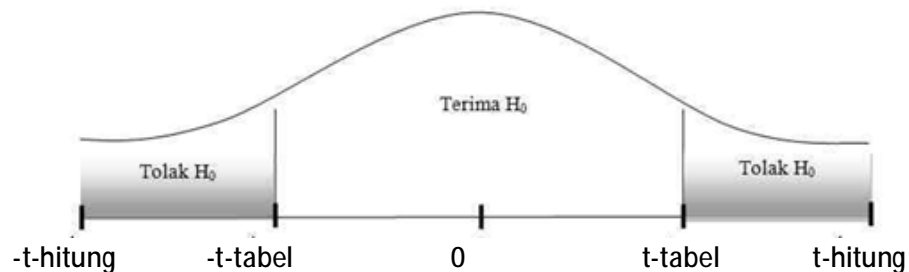
### **Bentuk pengujian**

- 1)  $H_0 : r_s = 0$ , artinya tidak terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).
- 2)  $H_a : r_s \neq 0$ , artinya terdapat hubungan signifikan antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

### **Kriteria pengambilan keputusan berdasarkan $t_{hitung}$ dan $t_{tabel}$ :**

- 1)  $H_0$  diterima apabila  $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ , pada  $\alpha = 5\%$ , ds = n-k.
- 2)  $H_a$  diterima apabila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $-t_{hitung} < -t_{tabel}$ .

**Gambar III.1**  
**Kriteria Pengambilan Keputusan uji t**



### 3. Uji simultan (uji f)

Uji f secara simultan adalah pengujian secara variabel (independen) yang mempunyai hubungan atau pengaruh terhadap variabel terikat (dependen). Uji hipotesis secara simultan dalam penelitian ini dengan rumus :

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

(Sugiyono, 2012, hal. 257)

Keterangan :

F = Tingkat signifikan

$R^2$  = Koefisien korelasi berganda

k = Jumlah variabel bebas

n = Jumlah anggota sampel

f = F hitung yang selanjutnya dibandingkan dengan F tabel.

Dasar pengaruh keputusan pengambilan pengujian adalah :

Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  di tolak

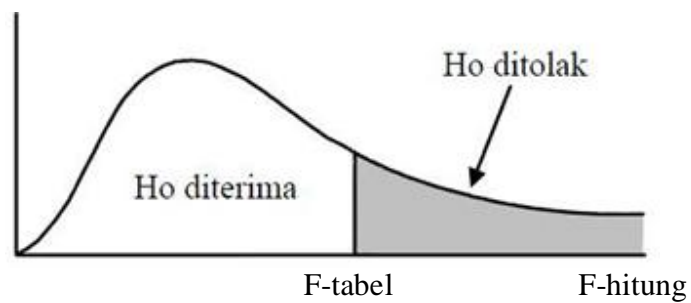
Jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  di terima

Bentuk pengujiannya adalah :

$H_0$  = tidak ada pengaruh antara variabel X dengan variabel Y

$H_a$  = ada pengaruh antara variabel X dengan variabel Y

**Gambar III.2**  
**Kriteria Pengambilan Keputusan Uji F**



#### 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, 2012, hal. 277)

Dimana :

D = Koefisien determinasi

$R^2$  = Hasil kuadrat korelasi determinasi

100% = Persentase Kontribusi

## 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.
- Indrawati (2013) dengan judul “*pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja dan kepuasan pelanggan pada rumah sakit swasta di kota Denpasar*”, skripsi.
- Saidani Basrah (2013) dengan judul “*pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market*”, skripsi.
- Muhammad Abidin (2010) dengan judul “*pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah BMT Yaqawiyuu kec. Jatinom, kab. Klaten menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien*”, 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.
- Sofjan, Assauri. (2013). *Strategic Marketing*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.

- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta.
- \_\_\_\_\_. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sujarweni, Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta : PUSTAKA BARU PRESS.
- \_\_\_\_\_. (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : PUSTAKA BARU PRESS.
- 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).
- Tim Penyusun (2009). *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah*, Medan: FE. UMSU
- Zulkarnain. (2014). *Enterpreneurial Markrting; Teori dan Implementasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Deskripsi Data

Dalam penelitian ini, penulis menjadikan pengolahan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 14 pertanyaan untuk variabel  $X_1$ , 10 pertanyaan untuk variabel  $X_2$ , dan 18 pertanyaan untuk variabel  $Y$ . Dimana yang menjadi variabel  $X_1$  adalah Kinerja, variabel  $X_2$  adalah Kualitas Pelayanan 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**

<b>PERNYATAAN</b>	<b>BOBOT</b>
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 (Kinerja dan Kualitas Pelayanan) 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	$\leq 25$ 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  $\leq 25$  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 X<sub>1</sub> (Kinerja)**

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	100
2	16	32%	29	58%	5	10%	0	0	0	0	50	100
3	24	48%	22	44%	4	8%	0	0	0	0	50	100
4	14	28%	32	64%	4	8%	0	0	0	0	50	100
5	16	32%	27	54%	7	14%	0	0	0	0	50	100
6	13	26%	34	68%	3	6%	0	0	0	0	50	100
7	18	36%	29	58%	3	6%	0	0	0	0	50	100
8	19	38%	23	46%	8	16%	0	0	0	0	50	100
9	20	40%	28	56%	2	4%	0	0	0	0	50	100
10	19	38%	30	60%	1	2%	0	0	0	0	50	100
11	23	46%	24	48%	3	6%	0	0	0	0	50	100
12	25	50%	20	40%	5	10%	0	0	0	0	50	100
13	19	38%	24	48%	7	14%	0	0	0	0	50	100
14	19	38%	29	58%	2	4%	0	0	0	0	50	100

Sumber : Data Penelitian Diolah (2017)

- a. Jawaban responden tentang Pelanggan memperoleh air bersih dengan mudah, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 66% .
- b. Jawaban responden Pelanggan memperoleh air dengan harga yang terjangkau, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 58%.
- c. Jawaban responden Kualitas kejernihan air terjamin, sebagian besar responden menjawab sangat setuju sebesar 48%.
- d. Jawaban responden tentang Air mengalir dengan lancar, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 64%.
- e. Jawaban responden tentang Perusahaan menerima kritik dan saran pelanggan, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 54%.
- f. Jawaban responden tentang Perusahaan menyediakan kotak kritik dan saran, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 68%.
- g. Jawaban responden tentang Pipa yang digunakan sudah standart SNI, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 58%.
- h. Jawaban responden tentang Meteran air yang digunakan sudah standart SNI, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 46%.
- i. Jawaban responden PDAM memiliki tenaga kerja ahli, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 56%.
- j. Jawaban responden tentang Penempatan posisi karyawan sesuai dengan skill yang dimiliki, sebagian besar responden menjawab sangat setuju sebesar 60%.
- k. Jawaban responden tentang Air PDAM lebih jernih, ketimbang sumber air yang ada dirumah, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 48%.

- l. Jawaban responden tentang Harga yang ditawarkan terjangkau, sebagian besar responden menjawab sangat setuju sebesar 50%.
- m. Jawaban responden tentang Pelanggan memperoleh air bersih lebih mudah, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar %.
- n. Jawaban responden tentang Pelanggan pedesaan juga dapat memperoleh air bersih dengan mudah, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 58%.

**Tabel IV.6**  
**Skor Angket untuk Variabel X<sub>2</sub> (Kualitas Pelayanan)**

Frekuensi Jawaban												
No	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	17	34%	28	56%	5	10%	0	0	0	0	50	100
2	16	32%	31	62%	3	6%	0	0	0	0	50	100
3	15	30%	28	56%	7	14%	0	0	0	0	50	100
4	22	44%	19	38%	9	18%	0	0	0	0	50	100
5	15	30%	31	62%	4	8%	0	0	0	0	50	100
6	17	34%	26	52%	7	14%	0	0	0	0	50	100
7	21	42%	25	50%	4	8%	0	0	0	0	50	100
8	18	36%	27	54%	5	10%	0	0	0	0	50	100
9	21	42%	28	56%	1	2%	0	0	0	0	50	100
10	19	38%	27	54%	4	8%	0	0	0	0	50	100

Sumber : Data Penelitian Diolah (2017)

- a. Jawaban responden tentang PDAM mampu memberikan layanan dengan cepat, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 56%.
- b. Jawaban responden tentang PDAM mampu memberikan layanan dengan tepat dan akurat, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 62%.
- c. Jawaban responden tentang PDAM merespon keluhan pelanggan dengan baik, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 56%.

- d. Jawaban responden tentang PDAM memberikan layanan dengan tanggap, sebagian besar responden menjawab sangat setuju sebesar 44%.
- e. Jawaban responden tentang PDAM sudah diawasi oleh badan pemerintahan, sebagian besar responden menjawab sangat setuju sebesar 62%.
- f. Jawaban responden tentang Karyawan PDAM sudah berpengalaman, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 52%.
- g. Jawaban responden tentang Pihak PDAM ramah dalam melayani pelanggan, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 50%.
- h. Jawaban responden tentang Pihak PDAM membantu dalam setiap permasalahan pelanggan, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 54%.
- i. Jawaban responden tentang PDAM memiliki fasilitas pelayanan memadai, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 56%.
- j. Jawaban responden tentang PDAM memiliki ruang tunggu yang nyaman, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 54%.

**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	100
2	23	46%	23	46%	4	8%	0	0	0	0	50	100
3	22	44%	24	48%	4	8%	0	0	0	0	50	100
4	19	38%	22	44%	9	18%	0	0	0	0	50	100
5	18	36%	32	64%	0	0%	0	0	0	0	50	100
6	22	44%	26	52%	2	4%	0	0	0	0	50	100
7	22	44%	25	50%	3	6%	0	0	0	0	50	100
8	16	32%	30	60%	4	8%	0	0	0	0	50	100
9	25	50%	20	40%	5	10%	0	0	0	0	50	100
10	18	36%	31	62%	1	2%	0	0	0	0	50	100
11	25	50%	25	50%	0	0%	0	0	0	0	50	100
12	22	44%	26	52%	2	4%	0	0	0	0	50	100
13	19	38%	22	44%	9	18%	0	0	0	0	50	100
14	18	36%	32	64%	0	0%	0	0	0	0	50	100
15	22	44%	26	52%	2	4%	0	0	0	0	50	100
16	22	44%	26	52%	2	4%	0	0	0	0	50	100
17	21	42%	23	46%	6	12%	0	0	0	0	50	100
18	21	42%	27	54%	2	4%	0	0	0	0	50	100

Sumber : Data Penelitian Diolah (2017)

- a. Jawaban responden tentang Air yang masuk kerumah pelanggan jernih dan tidak berbau, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 50% .
- b. Jawaban responden tentang PDAM memiliki karyawan yang berkompeten dalam pemasangan, sebagian besar responden menjawab sangat setuju dan setuju sebesar 46%.
- c. Jawaban responden tentang Pelayanan yang diberikan memuaskan, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 48%.
- d. Jawaban responden tentang PDAM mampu memberi solusi tentang keluhan pelanggan, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 44%.

- e. Jawaban responden tentang Keluhan pelanggan direspon cepat, sebagian besar responden menjawab sangat setuju sebesar 64%.
- f. Jawaban responden tentang PDAM cepat memperbaiki alat yang rusak, sebagian besar responden menjawab sangat setuju sebesar 52%.
- g. Jawaban responden tentang Kualitas air sudah terjamin, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 50%.
- h. Jawaban responden tentang Pelanggan yakin dengan kualitas air yang diberikan, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 60%.
- i. Jawaban responden tentang Saya akan merekomendasikan warga yang kekurangan air bersih untuk beralih ke PDAM, sebagian besar responden menjawab sangat setuju sebesar 50%.
- j. Jawaban responden tentang Dengan air PDAM, saya dapat menolong warga yang kekurangan air bersih, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 62% .
- k. Jawaban responden tentang Air yang disajikan sesuai dengan ditawarkan, sebagian besar responden menjawab sangat setuju dan setuju sebesar 50%.
- l. Jawaban responden tentang Pelanggan dapat dengan mudah memperoleh air bersih, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 52%.
- m. Jawaban responden tentang Pelanggan puas dengan mutu air diberikan, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 44%.

- n. Jawaban responden tentang Pelanggan puas dengan pelayanan diberikan, sebagian besar responden menjawab sangat setuju sebesar 64%.
- o. Jawaban responden tentang Pelanggan mudah menghubungi *call center* tentang masalah air, sebagian besar responden menjawab sangat setuju sebesar 52%.
- p. Jawaban responden tentang Pembayaran dapat dilakukan secara *Online*, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 52%.
- q. Jawaban responden tentang Peralatan yang digunakan aman dan mudah digunakan, sebagian besar responden menjawab setuju sebesar 46%.
- r. Jawaban responden tentang Peralatan yang digunakan tidak merubah warna air, sebagian besar responden menjawab sangat setuju sebesar 64%.

### 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

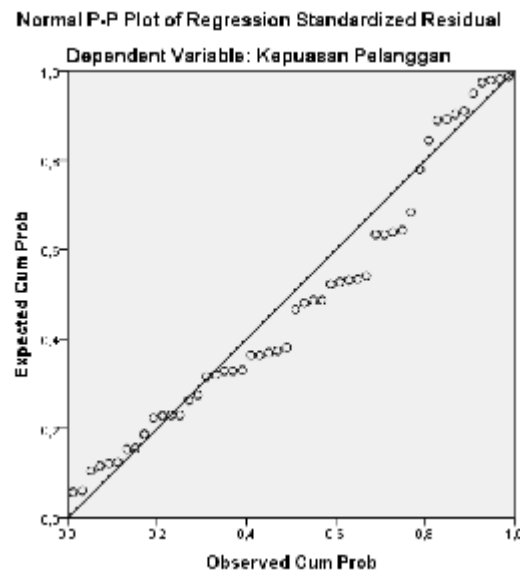
Pengujian ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen (terikat) dan variabel independen (bebas) keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Uji normalitas yang digunakan

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**

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kinerja	,923	1,083
	Kualitas Pelayanan	,923	1,083

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji diatas kedua variabel independen yakni Kinerja dan Kualitas Pelayanan memiliki nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF), nilai tolerance yang telah ditentukan atau 0,923 dan 0,923 > 0,1 dan nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF) 1,083 dan 1,083 < 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala Multikolinieritas.

#### c. Uji Heterokedastisitas

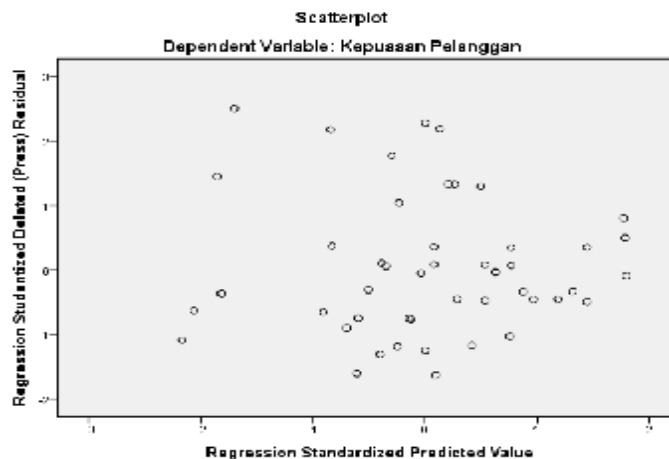
Uji Heterokedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varian dari residual satu pengamatan yang lain

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 Kinerja dan Kualitas Pelayanan.

#### 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 <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,387	8,777		,614	,542
	Kinerja	,519	,127	,388	4,074	,000
	Kualitas Pelayanan	,981	,162	,577	6,066	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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

$$\text{Konstanta (a)} = 5,387$$

$$\text{Kinerja (X}_1\text{)} = 0,519$$

$$\text{Kualitas Pelayanan (X}_2\text{)} = 0,981$$

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

$$Y = 5,387 + 0,519 X_1 + 0,981 X_2 + e$$

Keterangan :

1. Nilai “a” = 5,387 menunjukkan apabila nilai dimensi Kinerja dan Kualitas Pelayanan bernilai nol. Maka Kepuasan Pelanggan Konsumen PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan sebesar 5,387, atau dapat dikatakan bahwa Kepuasan Pelanggan tetap bernilai 5,387 apabila tidak dipengaruhi oleh Kinerja dan Kualitas Pelayanan.
2. Kinerja ( $X_1$ ) sebesar 0,519 dengan arah hubungannya positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan Kinerja maka akan diikuti oleh kenaikan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,519 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.
3. Kualitas Pelayanan ( $X_2$ ) sebesar 0,981 dengan arah hubungan positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan Kualitas Pelayanan maka akan diikuti oleh kenaikan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,981 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 <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,387	8,777		,614	,542
	Kinerja	,519	,127	,388	4,074	,000
	Kualitas Pelayanan	,981	,162	,577	6,066	,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 Kinerja terhadap Kepuasan Pelanggan

Uji t digunakan untuk mengetahui apakah Kinerja 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-hitung = 4,074

b) t-tabel = 2,010

Dari kriteria pengambilan keputusan :

a).  $H_0$  diterima jika :  $-2,010 \leq 4,074 \leq 2,010$

b).  $H_a$  diterima jika :  $4,074 \geq 2,010$  dan  $-4,074 \leq -2,010$

Berdasarkan hasil pengujian secara individual pengaruh Kinerja terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh nilai t-hitung sebesar  $4,074 >$  t-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 Kinerja terhadap Kepuasan Pelanggan pada Konsumen PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan.

## 2) 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-hitung =  $6,066$

b) t-tabel =  $2,010$

Dari kriteria pengambilan keputusan :

a).  $H_0$  diterima jika :  $-2,010 \leq 6,066 \leq 2,010$

b).  $H_a$  diterima jika :  $6,066 \geq 2,010$  dan  $-6,066 \leq -2,010$

Berdasarkan hasil pengujian secara individual pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh nilai t-hitung  $6,066 >$   $2,010$  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 Pelayanan 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 Kinerja dan Kualitas Pelayanan 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<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	963,597	2	481,799	36,311	,000 <sup>b</sup>
	Residual	623,623	47	13,269		
	Total	1587,220	49			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kinerja

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

1)  $F_{hitung} = 36,311$

2)  $F_{tabel} = 3,20$

Kriteria Pengujian :

1) Tolak  $H_0$  apabila  $36,311 < 3,20$  atau  $-36,311 > -3,20$

2) Terima  $H_a$  apabila  $36,311 > 3,20$  atau  $-36,311 < 3,20$

Berdasarkan hasil uji F hitung pada tabel IV.11 diatas dapat nilai F hitung 36,311, sementara nilai F tabel berdasarkan  $dk = n - k - 1 = 47$  dengan tingkat signifikan 5% adalah 3,20. Jadi F hitung  $36,311 > F$  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 Kinerja dan Kualitas Pelayanan 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<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,779 <sup>a</sup>	,607	,590	3,64260

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Pada tabel diatas, dapat dilihat hasil analisis regresi secara keseluruhan menunjukkan nilai R sebesar 0,779 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan Kepuasan Pelanggan (variabel dependen) dengan Kinerja dan Kualitas Pelayanan (variabel independen) mempunyai tingkat sebesar :



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

$$D = 0,779 \times 100\%$$

$$D = 77,9\%$$

Angka ini mengidentifikasikan bahwa Kepuasan Pelanggan (variabel dependen) mampu dijelaskan oleh Kinerja dan Kualitas Pelayanan (variabel independen) sebesar 77,9%, sedangkan selebihnya sebesar 22,1% 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 Kinerja terhadap Kepuasan Pelanggan**

Berdasarkan hasil pengujian secara individual pengaruh Kinerja terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh nilai t-hitung sebesar  $4,074 > t\text{-tabel } 2,010$  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 Kinerja terhadap Kepuasan Pelanggan pada Konsumen PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan. Hal ini sejalan dengan penelitian Rachmat

Indrawati (2013) yang menyatakan ada pengaruh Kinerja terhadap Kepuasan Pelanggan.

## 2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian secara individual pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan diperoleh nilai t-hitung  $6,066 > 2,010$  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 Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Konsumen PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan. Hal ini sejalan dengan penelitian Abidin (2010) yang menyatakan ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.

## 3. Pengaruh Kinerja dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji Fhitung dapat nilai F hitung 36,311, sementara nilai F tabel berdasarkan  $dk = n - k - 1 = 47$  dengan tingkat signifikan 5% adalah 3,20. Jadi F hitung  $36,311 > F$  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 Kinerja dan Kualitas Pelayanan 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 Kinerja dan Kualitas Pelayanan 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 Kinerja 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 Pelayanan berpengaruh positif secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
3. Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 50 pelanggan PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan, maka dapat disimpulkan bahwa Kinerja dan Kualitas Pelayanan 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 Kinerja dan Kualitas Pelayanan, dengan adanya Kinerja yang baik dan Kualitas Pelayanan 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.
- Indrawati (2013) dengan judul “*pengaruh kepuasan kerja terhadap kinerja dan kepuasan pelanggan pada rumah sakit swasta di kota Denpasar*”, 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.
- Muhammad Abidin (2010) dengan judul “*pengaruh kualitas jasa terhadap kepuasan nasabah BMT Yaqawiyuu kec. Jatinom, kab. Klaten menyatakan bahwa pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pasien*”, skripsi.
- Saidani Basrah (2013) dengan judul “*pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market*”, skripsi.
- Sofjan, Assauri. (2013). *Strategic Marketing*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif, dan R&D*. Bandung : CV Alfabeta.
- \_\_\_\_\_ . (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: CV Alfabeta.

- Sujarweni, Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian – Bisnis & Ekonomi*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- \_\_\_\_\_ . (2014). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta : Pustaka Baru Press.
- 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).
- Tim Penyusun (2009). *Pedoman Penelitian Karya Ilmiah*, Medan: FE. UMSU
- Zulkarnain. (2014). *Enterpreneurial Markrting; Teori dan Implementasi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.