

THE EFFECT OF PRODUCT AND SERVICE QUALITY TO CUSTOMER SATISFICATION IN PERUMDA TIRTA RANGGA SUBANG

Mutiara Novita Asmarani¹ Restu Aditya Rachmah² Panji Agnyoto³ Fajar Meiyanti⁴

STIE Sutaatmadja, Subang, Indonesia
restuaditya@stiesa.ac.id

INFO ARTIKEL

Histori Artikel :

Tgl. Masuk : 01-08-2021

Tgl. Diterima : 30-11-2021

Tersedia Online : 30-11-2021

Keywords:

Customer Satisfication, Product
Quality, Service Quality

ABSTRACT

This study aims to analyze product quality, service quality on customer satisfaction at Tirta Rangga Subang drinking water company. The research method used by our group is a quantitative method. Research analysis was conducted using SPSS (Statistical Product and Service Solutions) computer program used for statistical analysis version of IBM SPSS Statistic 22 to process the data. The data in this study were obtained by distributing questionnaires via gform to 60 respondents. In this study there are several tests, including this normality test using a normality probability plot graph technique, validity test using bivariate correlation technique, reliability test using Cronbach's Alpha technique, coefficient of determination test using Adjusted R squared technique, multiple linear regression test, partial test (Test T), and F test. The results showed that: Service quality, product quality had a positive effect on customer satisfaction for PDAM Tirta Rangga drinking water, Subang district. The better the service, the quality of the products provided by the company, the greater the customer satisfaction.

PENDAHULUAN

Pada saat ini keberadaan perusahaan baik dalam bidang jasa maupun manufaktur cukup diakui perkembangannya. Perusahaan adalah sebuah organisasi yang tujuannya untuk melayani dan memenuhi kebutuhan masyarakat. Kebutuhan masyarakat sangat beragam sehingga beberapa perusahaan menciptakan sebuah produk dengan melakukan kombinasi unik sehingga menghasilkan nilai jual yang tinggi di masyarakat dan dapat bersaing dengan perusahaan lain. Selain pada kebutuhan manusia, mengenal istilah keinginan dimana kebutuhan dan keinginan merupakan dua istilah yang tidak asing dalam perekonomian mikro. Kita ketahui bahwa kebutuhan adalah hal yang harus di penuhi oleh individu, berbeda dengan keinginan yang tidak masalah jika tidak dipenuhi, namun demikian melihat fakta bahwa tingkat

konsumsi dan gaya hidup manusia semakin tinggi, kebutuhan dan keinginan sepertinya tidak ada bedanya baik barang primer maupun barang sekunder bahkan tersier sekalipun menjadi keharusan bagi manusia zaman sekarang, namun demikian melihat dengan kondisi tersebut dijadikan peluang bagi pelaku usaha maupun perusahaan yang semakin berlomba dalam memenuhi kebutuhan masyarakat dengan menghadirkan produk-produk yang inovatif dan digemari masyarakat.

Air merupakan kebutuhan utama bagi setiap makhluk hidup, termasuk manusia. Air tidak pernah lepas dari segala aspek kehidupan manusia salah satunya air berguna untuk mengurangi dehidrasi pada tubuh manusia. Selain itu, air sangat berperan penting dalam menjalankan aktivitas sehari-hari seperti mencuci baju, mandi, masak, dan untuk air minum. Seiring dengan berkembangnya

zaman beserta pertumbuhan populasi yang meningkat, maka dari itu permintaan air akan semakin meningkat sedangkan ketersediaan sumber mata air akan semakin berkurang. Oleh karena itu, pemerintah Kabupaten Subang menugaskan PERUMDA TIRTA RANGGA SUBANG untuk mengelola sumber mata air secara tepat dalam mengelola yang berkelanjutan. Saat ini, pertumbuhan penduduk di kota Subang sangat melesat tinggi, maka dari itu dapat dipastikan adanya kenaikan permintaan air bersih dari masyarakat, oleh karena pemerintah subang bergerak cepat untuk mengatasi permasalahan mengenai permintaan air bersih yang semakin meningkat melalui PERUMDA TIRTA RANGGA SUBANG.

Perumda Air Minum Tirta Rangga (PDAM) yang terletak di Kabupaten Subang adalah sebuah perusahaan milik daerah yang bergerak di bidang penyediaan air bersih dengan bertujuan untuk memenuhi kebutuhan masyarakatnya. Hadirnya Perumda Air Minum Tirta Rangga di Kabupaten Subang sangat memberikan manfaat bagi masyarakat Subang yaitu bisa mudah untuk mendapatkan air bersih. PDAM memiliki beberapa kantor cabang yang terletak di beberapa daerah seperti, Kalijati, Purwadadi, Pamanukan, dan lainnya. Seperti penjelasan di atas bahwa air bersih merupakan suatu aspek kebutuhan masyarakat dalam kehidupan sehari-hari, karena adanya ketersediaan air bersih akan dirasakan manfaatnya oleh masyarakat. Maka dari itu dengan adanya permintaan dari pemerintah dan masyarakat Kabupaten Subang mengenai ketersediaan air bersih, hal ini mendorong PDAM lebih terbuka terhadap penyediaan air bersih dan pelayanan kepada pelanggan bahwa mereka harus mampu untuk memenuhi kebutuhan air bersih masyarakatnya.

PDAM menyediakan air bersih untuk memenuhi kebutuhan para pelanggannya. Namun setiap produk termasuk air bersih yang di produksi PDAM pasti selalu dinilai oleh penggunanya. Nilai disini yaitu tentang seberapa bagus kualitas produk air bersih PDAM, misalkan kejernihan air bersih,

kekuatan air bersih apakah mudah kotor atau tidak, dan lain sebagainya. Tidak hanya kualitas produk kualitas pelayanan di PDAM juga dinilai oleh pelanggannya, misalkan bagaimana perilaku yang diberikan karyawan pdam pada saat ada calon konsumen yang akan melakukan pemasangan baru.

Saat ini, pelanggan PDAM mengutarakan keluhannya terkait dengan air bersih, keluhan yang disampaikan biasanya berkaitan dengan kualitas produk, kualitas pelayanan, kuantitas air yang diperoleh masyarakat. Keluhan yang biasa diutarakan pelanggan mengenai kualitas produk yaitu pipa air yang tersumbat sehingga air sering tidak keluar. Lalu keluhan yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yaitu seperti missal terjadi kebocoran pipa, stop krant bocor. Untuk melengkapi latar belakang dalam penelitian ini, ada beberapa data yang berkaitan dengan keluhan pelanggan PDAM. Terkait dengan keluhan yang disampaikan oleh masyarakat dapat menjadi suatu acuan dalam meningkatkan kualitas pengadaan air bersih. PDAM akan mengevaluasi dari beberapa keluhan yang didapatkan kemudian nantinya akan diteliti dan di evaluasi kembali mengenai air bersih ini, serta dapat ditingkatkan kembali kualitas produk, kualitas pelayanan, serta kuantitas airnya agar mendapatkan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan adalah suatu harapan yang dimiliki pelanggan dan akhirnya bisa menjadi kenyataan. Apabila harapan itu terlaksana maka pelanggan akan merasa puas, bahkan apabila harapan suatu pelanggan bisa tercapai secara lebih maka pelanggan akan merasa sangat puas. Kepuasan itu sendiri dapat diartikan dengan perasaan senang karena produk sesuai dengan yang diinginkan kepuasan ini timbul dari diri manusia akibat dari perbandingan antara harapan dengan kenyataan yang diperoleh. Kepuasan pelanggan juga ditentukan dengan persepsi pelanggan itu sendiri yang dilihat dari kinerja perusahaannya dalam hal ini yaitu kinerja dari PDAM. Kepuasan pelanggan PDAM dapat tercapai apabila kualitas produk air bersih PDAM memiliki nilai yang tinggi

serta pelayanan yang diberikan oleh karyawan PDAM dilakukan dengan baik, ramah, sopan, dan membuat nyaman seperti apa yang diharapkan, maka dari itu apabila kepuasan pelanggan sudah tercipta hal itu akan meningkatkan nilai kualitas PDAM. Seperti misal ada calon pengguna baru air pdam lalu tahap pertama yang dilakukan yaitu datang ke kantor cabang terdekat dan mengisi formulir permohonan untuk pemasangan baru. Di kantor cabang tersebut konsumen mendapatkan pelayanan yang ramah serta cepat. Pada saat permohonan itu disetujui maka dilakukan survey ke rumah konsumen untuk melihat potensi pemasangan baru, setelah pemasangan itu dilakukan konsumen mendapatkan air bersih dengan kualitas air yang jernih serta jumlah air yang banyak. Konsumen itu merasa puas terhadap air bersih yang diperoleh dari PDAM sesuai dengan apa yang diharapkan sebelumnya.

Dari pengertian di atas bahwa kualitas produk PDAM yang bernilai bagus seperti air yang jernih, lalu kualitas pelayanan yang baik, ramah, cepat tanggap dalam mengatasi permasalahan maka hal itu akan menciptakan suatu kepuasan dari pelanggan PDAM. Apabila PDAM mendapatkan kepuasan dari konsumen hal itu bisa dijadikan sebuah kunci kesuksesan PDAM dalam menjalankan tugasnya sebagai penyedia air bersih. Oleh karena itu suatu produk yang dimiliki oleh perusahaan dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan perusahaan kepada pelanggan harus bisa membuat pelanggan merasa puas dengan apa yang diharapkan demi terciptanya suatu kepuasan pelanggan.

Menurut penelitian sebelumnya yang sudah dilakukan oleh Pahlawan, M.R., Nurlia, N., Laba, A. R., Pakki, E., & Hardiyono, H. (2019)., dari penelitian itu menunjukkan bahwa kualitas produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Kota Makassar. Berdasarkan dari hasil penelitian sebelumnya, saat ini penulis tertarik untuk meneliti kembali mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan

pelanggan, dengan mengambil lokasi yang berbeda yaitu di kabupaten subang. Selain itu penulis juga tertarik untuk mengurangi salah satu variabel yang dipakai di penelitian sebelumnya. oleh karena itu, dalam penelitian ini terdapat perbedaan lokasi yang menjadi objek penelitian serta variabel yang digunakan saat ini. Objek penelitian yang dilakukan saat ini yaitu di Kabupaten subang dan variabel yang dipakai untuk penelitian ini yaitu variabel X_1 kualitas produk dan X_2 kualitas pelayanan terhadap Y kepuasan pelanggan.

KERANGKA TEORITIS DAN PENGEMBANGAN HIPOTESIS

A. Kualitas Produk

Dalam dunia bisnis, produk merupakan barang atau jasa yang dapat diperjual belikan. Produk merupakan sesuatu yang ditawarkan oleh pihak produsen kepada konsumen. Produk yang ditawarkan berupa barang, seperti makanan, minuman, transportasi, dan lainnya. Produk ini dapat memberikan manfaat untuk konsumen yang memperolehnya, produk ini pun berfungsi untuk memenuhi segala kebutuhan masyarakat. Menurut Kotler and Armstrong (2004:283) kualitas produk adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan kemampuan produk dalam menjalankan berbagai fungsi seperti keseluruhan produk, keandalan, ketepatan, kemudahan, serta fungsi lainnya. Maka, produk adalah gabungan dari beberapa karakteristik barang atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yaitu sekumpulan dari keandalan, ketepatan beserta kemudahan dan pemeliharaan juga atribut lainnya yang terdapat dalam sebuah produk. Produk yang ditawarkan oleh setiap produsen, badan usaha, perusahaan pasti memiliki karakteristik yang berbeda namun jenis produk nya itu sama, tetapi tetap pasti memiliki ciri yang berbeda, dan keunggulan yang berbeda dalam target pasarnya.

Menurut Orville, Larreche, dan Boyd (2005: 422) apabila perusahaan ingin mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam pasar, perusahaan harus mengerti aspek dimensi apa saja yang digunakan oleh konsumen untuk membedakan produk yang dijual perusahaan tersebut dengan produk pesaing. Indikator kualitas produk yaitu:

1. Performance (kinerja), berhubungan dengan karakteristik operasi dasar dari sebuah produk.
2. Durability (daya tahan), yang berarti berapa lama atau umur produk yang bersangkutan bertahan sebelum produk tersebut harus diganti. Semakin besar frekuensi pemakaian konsumen terhadap produk maka semakin besar pula daya tahan produk.
3. Conformance to Specifications (kesesuaian dengan spesifikasi), yaitu sejauh mana karakteristik operasi dasar dari sebuah produk memenuhi spesifikasi tertentu dari konsumen atau tidak ditemukannya cacat pada produk.
4. Features (fitur), adalah karakteristik produk yang dirancang untuk menyempurnakan fungsi produk atau menambah ketertarikan konsumen terhadap produk.
5. Reliability (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan.
6. Aesthetics (estetika), berhubungan dengan bagaimana penampilan produk bisa dilihat dari tampak, rasa, bau, dan bentuk dari produk.
7. Perceived Quality (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan. Jadi, persepsi konsumen terhadap

produk didapat dari harga, merek, periklanan, reputasi, dan Negara asal.

B. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan tindakan atau sikap yang disampaikan oleh karyawan dalam suatu perusahaan yang dilakukan secara natural kepada konsumen untuk memberikan pelayanan yang terbaik yang bertujuan untuk membuat konsumen puas serta nyaman dengan perilaku karyawan. Dalam sebuah bisnis, kualitas pelayanan yang tinggi akan memenuhi kebutuhan pelanggan.

Menurut Zeithaml, Bitner, dan Gremler (2009) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa, kualitas pelayanan terdapat lima dimensi diantaranya :

1. Tangibles atau bukti langsung
Tangibles adalah sebuah bukti fisik, fasilitas fisik seperti kantor, ruangan, tempat parkir, alat kebersihan dan kerapian di ruangan, serta kelengkapan peralatan.
2. Reliability atau keandalan
Reliability adalah suatu kemampuan dalam memberikan sebuah pelayanan yang baik dan menjanjikan. Pelayanan yang baik berkaitan dengan pemberian informasi yang cepat, penanggulangan masalah dengan cepat, pelayanan yang handal.
3. Responsiveness atau ketanggapan
Responsiveness adalah keinginan karyawan penyedia jasa dalam membantu pelanggan ketika memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap, sigap dalam melayani masyarakat.
4. Assurance atau Jaminan
Assurance adalah pengetahuan karyawan penyedia jasa terhadap produk, keramahan, kesopanan dalam memberikan pelayanan, keterampilan dan keamanan.
5. Empathy atau empati

Empathy adalah suatu perhatian yang secara pribadi diberikan oleh penyedia jasa kepada seluruh pelangga seperti kemudahan dalam menghubungi penyedia jasa, kemampuan dalam berkomunikasi dengan karyawan dan lainnya

C. Kepuasan Pelanggan

Aryani dan Rosinta (2011) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis. Kualitas produk merupakan hal yang harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dalam menganalisis kepuasan pelanggan perusahaan harus melihat dari pandangan loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan bisa diartikan sebagai seberapa setianya pelanggan membeli produk perusahaan dan tetap menjadi pelanggan perusahaan tersebut. Loyalitas pelanggan dalam perusahaan jasa itu bagaimana Upaya dalam memenuhi kepuasan pelanggan, perusahaan harus dituntut untuk mengetahui semua kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan setelah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya.

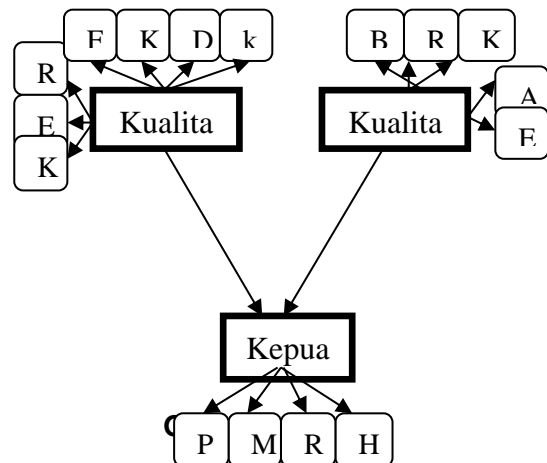
Kepuasan pelanggan merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan

antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan. Adapun indikator kepuasan pelanggan (menurut Irawan, 2008), yaitu :

1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya) Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.
2. Selalu membeli produk Yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain Yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.
4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk Yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

D. Kerangka Pemikiran

Berdasarkan teori dan penelitian terdahulu, penelitian ini akan menganalisis mengenai variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan. Teori di atas telah mengemukakan bahwa kualitas produk itu bisa mempengaruhi kepuasan pelanggan.



Kerangka Pemikiran

Sumber Data Primer yang diolah 2021

Kerangka pemikiran yang disajikan di atas menggambarkan bahwa kualitas produk memiliki beberapa indikator yakni kinerja, daya tahan, kesesuaian dengan spesifikasi, fitur, reliabilitas, estetika, dan kesan kualitas. Kualitas produk yang terdiri dari tujuh indikator ini mempengaruhi kepuasan pelanggan, dimana kepuasan pelanggan terdiri dari empat indikator yaitu perasaan puas, selalu membeli produk, akan merekomendasikan kepada orang lain, dan terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk.

Selanjutnya yaitu menggambarkan kualitas pelayanan yang terdiri dari lima indikator yaitu bukti langsung, reliabilitas, ketanggapan, asuransi dan empati. Kualitas pelayanan dan lima indikatornya mempengaruhi kepuasan pelanggan yang terdiri dari empat indikator yakni perasaan puas, selalu membeli produk, akan merekomendasikan kepada orang lain, dan terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk.

Di dalam kualitas produk terdapat indikator reliabilitas dan di kualitas pelayanan juga terdapat indikator reliabilitas. Namun dari kesamaan indikator ini tetap ada perbedaan yakni reliabilitas yang ada di kualitas produk itu berkaitan dengan produk air bersih yang tidak boleh cacat atau gagal dalam waktu yang ditentukan, sedangkan reliabilitas yang ada di kualitas pelayanan berhubungan dengan pelayanan yang cepat tanggap dalam menanggulangi masalah, penyampaian informasi yang cepat kepada pelanggan.

Berdasarkan kerangka pemikiran di atas bahwa bisa dirumuskan yaitu :

1. Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan

2. Kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan
3. Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

E. Hipotesis

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang masih bersifat diduga, oleh karena itu untuk membuktikan hipotesis suatu penelitian itu dapat diterima atau tidak dengan cara melakukan penelitian, karena untuk mengetahui kebenaran hipotesis harus melakukan penelitian tanpa melakukan riset maka hipotesis itu tidak akan diketahui hasilnya.

Hipotesis penelitian adalah sebagai berikut :

1. H1 diduga ada pengaruh antara kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan
2. H2 diduga ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan
3. H3 diduga ada pengaruh antara kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan sebuah strategi yaitu strategi asosiatif. Strategi asosiatif adalah suatu cara merumuskan masalah dengan menanyakan adanya hubungan antara variabel yang satu dengan variabel lain, bahkan bisa lebih dari dua variabel Sugiyono (2019:65). Strategi asosiatif yang digunakan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui hubungan antara X (Variabel Bebas) terhadap Y (Variabel Terikat), dimana X_1 yaitu kualitas produk, X_2 yaitu kualitas pelayanan terhadap Y yaitu kepuasan pelanggan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode survey, seperti menyebarkan kuesioner kepada para pelanggan Perumda Air

Tirta Rangka Subang. Lalu pendekatan yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif, karena menggunakan beberapa sampel. Pendekatan kuantitatif adalah salah satu metode yang menganut filsafat positivisme serta nantinya digunakan untuk meneliti sampel tertentu. Sampel yang digunakan tergantung berapa kita membutuhkannya sehingga pada saat pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian dan analisis data yang bersifat statistik, yang memiliki tujuan untuk melakukan pengujian hipotesis yang sebelumnya telah ditetapkan Sugiyono (2019:17).

B. Populasi dan Sampel

Populasi merupakan sebuah wilayah yang memiliki objek dan subjek dengan kuantitas yang tersedia lalu dijadikan sebagai penelilitian kemudian ditarik kesimpulan dari hasil riset tersebut Sugiyono (2019:126). Populasi dalam penelitian ini yaitu Pelanggan dari Perumda Air Tirta Rangka Subang. Pelanggan PDAM merupakan objek dari penelitian yang dilakukan.

Sampel merupakan sebagian kecil dari populasi yang digunakan peneliti dalam menyelesaikan riset nya. Sampel yang diambil dari penelitian ini yaitu pelanggan Perumda Air Minum Tirta Rangka Subang dengan jumlah 60 responden.

C. Sumber Data

1. Data Primer

Data primer adalah data yang hasilnya secara langsung diberikan atau dikirimkan kepada pengumpul data. Sumber data primer dalam penelitian ini yaitu Pelanggan Perumda Air Minum Tirta Rangka Subang. Data yang diberikan kepada pelanggan PDAM yaitu berupa Kuesioner.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dihasilkan tidak secara langsung. Penelitian ini mengumpulkan datanya dengan cara mencari informasi dari

berbagai sumber seperti, internet, jurnal, artikel.

D. Variabel penelitian

Variabel merupakan sebuah objek dari suatu penelitian yang sedang dilakukan. Variabel memiliki peran penting dalam penelitian, karena dengan adanya variabel bisa fokus dalam melakukan riset ini. Variabel dibagi menjadi dua yaitu ada variabel bebas dan variabel terikat.

1. Variabel bebas merupakan variabel yang dapat mempengaruhi variabel terikat dan bisa menimbulkan pengaruh positif atau negatif. Variabel bebas dalam penelitian ini yaitu kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan.
2. Variabel terikat merupakan variabel yang menjadi sasaran atau dipengaruhi oleh variabel bebas. Variabel terikat dalam penelitian ini yaitu Kepuasan Pelanggan Perumda Air Minum Tirta Rangka Subang.

E. Skala Penelitian

Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert. Skala likert banyak digunakan oleh peneliti sebagai alat untuk mengukur respon seseorang. Skala ini dilakukan dengan memberikan beberapa pernyataan kepada pelanggan PDAM kemudian responden diminta untuk mengisi kuesioner tersebut dengan pilihan yang telah ditetapkan.

F. Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data merupakan cara yang dilakukan secara sistematis supaya bisa mendapatkan data yang dibutuhkan. Pada penelitian ini menggunakan Metode Kuesioner dimana Metode kuesioner merupakan daftar pernyataan yang dibuat oleh peneliti mengenai suatu masalah yang akan diteliti. Kuesioner ini berisi pernyataan-pernyataan seputar masalah yang diteliti, kemudian disebarkan ke pelanggan PDAM sebagai responden, lalu hasilnya dikirim ke peneliti. Kuesioner ini bentuknya pilihan-pilihan, responden

hanya perlu memilih satu jawaban saja yang sudah ditetapkan.

G. Metode analisis data

Setelah data - data yang diperlukan terkumpul, selanjutnya peneliti melakukan analisis data. Analisis data dalam penelitian ini yaitu analisis kuantitatif.

1. Teknik Uji Prasyarat Analisis

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah sampel yang diambil dari populasi pelanggan PDAM itu berdistribusi normal atau tidak. Dalam uji normalitas terdapat tiga alat uji yaitu uji kolmogorof sminov, histogram dan grafik *normality probability plot*. Uji kolmogrov sminov yaitu apabila berdistribusi normal maka taraf signifikansi lebih dari 0,05, namun jika taraf signifikansi kurang dari 0,05 maka tidak berdistribusi normal. Histogram merupakan alat uji normalitas yang dapat dilihat apabila bentuk histogram nya berada di tengah, tidak ke kiri atau ke kanan jauh. Lalu grafik *normality probability plot* bisa dilihat yaitu apabila data menyebar di sekitar garis diagonal maka data tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Validitas

Validitas adalah suatu derajat yang sudah ditetapkan antara data yang sebenarnya ada pada suatu objek dengan data yang sudah dikumpulkan oleh peneliti Sugiyono (2017:125). Dalam melakukan pencarian validitas dari sebuah item kolom yang diperlukan yaitu kolom *corrected item – total correlation* pada tabel *item-total statistic* hasil yang menggunakan SPSS. Dalam

uji validitas terdapat criteria pengujian yaitu :

- Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, artinya item dalam kuesioner tersebut valid
- Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, artinya item dalam kuesioner tersebut valid

c. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas adalah cara mengetahui sudah sampai mana hasil dari pengukuran yang menggunakan objek dan data yang sama Sugiyono (2017 : 130). Untuk mengukur uji realibilitas yaitu menggunakan *Crombach Alpha*.

Apabila nilai $\alpha > 0,60 =$ Reliable

Apabila nilai $\alpha < 0,60 =$ Tidak Reliable

d. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Analisis ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Analisis ini menggunakan rumus berikut : $KD = r^2 \times 100\%$. Keterangan : KD adalah koefisien Determinasi dan r adalah koefisien relasi

e. Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi digunakan dalam suatu penelitian untuk menelaah tentang hubungan antara beberapa variabel independen terhadap variabel dependen dalam suatu kasus Muhidin dan Abdurahman (2017:187).

2. Pengujian Hipotesis

Pengujian hipotesis sangat diperlukan dengan tujuan untuk mengetahui seberapa pengaruh kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y_1) pengujian terhadap ρ yang merupakan suatu unsur pembentuk KD. Hipotesis yang akan di uji di penelitian ini adalah:

a. Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

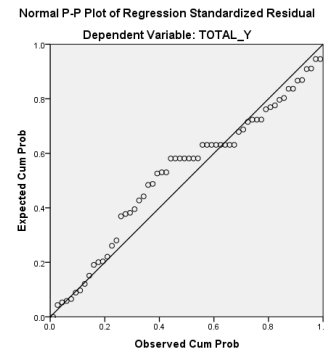
- 1) Pengaruh X_1 (Kualitas produk) terhadap Y_1 (Kepuasan pelanggan)
- 2) Pengaruh X_2 (Kualitas pelayanan) terhadap Y_1 (Kepuasan pelanggan)

b. Uji Hipotesis Simultan (Uji F)

- 1) X_1 dan X_2 berpengaruh terhadap Y_1
- 2) X_1 dan X_2 tidak berpengaruh terhadap Y_1

atau tidak nya data yang digunakan dapat dilihat dari penyebarannya, apabila penyebarannya berada di daerah garis maka dapat dikatakan berdistribusi normal.

Gambar 4.2
Uji Normalitas



Sumber : Data Primer yang diolah 2021

Dari hasil uji di atas bahwa dapat dikatakan data yang digunakan berdistribusi normal, dapat dilihat di gambar 4.2 jika penyebaran titik-titik di atas berada di daerah garis diagonal, artinya data tersebut layak di pengujian normalitas.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Sampel

Sampel merupakan sebagian kecil dari populasi yang digunakan peneliti dalam menyelesaikan riset nya. Sampel yang diambil dari penelitian ini yaitu pelanggan Perumda Air Minum Tirta Rangga Subang dengan jumlah 60 responden.

Tabel 3.1
Karakteristik Responden Dilihat Dari Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah sample (orang)	Persentase %
1	Perempuan	48	80%
2	Laki-Laki	12	20%
Total		60	100%

Sumber : Data Primer yang diolah 2021

Berdasarkan gambar 3.1 di atas bahwa subjek penelitian mayoritas perempuan lebih tinggi sebesar 80% dibanding laki-laki 20%.

B. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang digunakan untuk penelitian ini berdistribusi normal atau tidak. Normal

C. Uji validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang disebarkan telah valid atau tidak. Dalam mengetahui valid atau tidak dari sebuah data yaitu jika R hitung lebih besar dari R tabel maka data tersebut bisa dikatakan valid. Namun apabila ternyata R hitung lebih kecil dari R tabel maka data tersebut dikatakan tidak valid.

Tabel 4.3
Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel X_1

Kualitas Produk			
No	r Hitung	r Table	Keterangan
1	0,535	0,254	Valid
2	0,738	0,254	Valid
3	0,482	0,254	Valid
4	0,581	0,254	Valid
5	0,667	0,254	Valid
6	0,676	0,254	Valid
7	0,421	0,254	Valid
8	0,553	0,254	Valid
9	0,748	0,254	Valid
10	0,755	0,254	Valid

11	0,741	0,254	Valid
12	0,820	0,254	Valid
13	0,544	0,254	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah 2021
Berdasarkan data tabel di atas terlihat bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , artinya variabel kualitas produk yang terdiri dari 13 item pernyataan dapat dikatakan valid.

Tabel 4.4

Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel X_2

Kualitas Pelayanan			
No	r Hitung	r Table	Keterangan
1	0,404	0,254	Valid
2	0,701	0,254	Valid
3	0,609	0,254	Valid
4	0,538	0,254	Valid
5	0,661	0,254	Valid
6	0,467	0,254	Valid
7	0,449	0,254	Valid
8	0,781	0,254	Valid
9	0,703	0,254	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah 2021
Berdasarkan data tabel di atas terlihat bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , artinya variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari 9 item pernyataan dapat dikatakan valid.

Tabel 4.5

Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Y

Kepuasan Pelanggan			
No	r Hitung	r Table	Keterangan
1	0,556	0,254	Valid
2	0,762	0,254	Valid
3	0,742	0,254	Valid
4	0,620	0,254	Valid
5	0,763	0,254	Valid
6	0,848	0,254	Valid
7	0,766	0,254	Valid
8	0,772	0,254	Valid

Sumber : Data Primer yang diolah 2021
Berdasarkan data tabel di atas terlihat bahwa r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} , artinya variabel kepuasan pelanggan yang terdiri dari 8 item pernyataan dapat dikatakan valid.

Berdasarkan tabel data di atas yang sudah diuji, seluruh nilai instrument ternyata

angka r_{hitung} lebih besar daripada r_{table} . Di mulai dari variabel X_1 , X_2 , terhadap Y hasilnya $r_{hitung} > r_{table}$. Dapat ditarik kesimpulan bahwa seluruh pernyataan dari variabel (X_1) kualitas produk, (X_2) kualitas pelayanan juga kepuasan pelanggan (Y) bisa dipastikan valid.

D. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui apakah data kuesioner ini sudah reliable atau tidak.

Tabel 4.6

Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Variabel X dan Y

Sumber : Data Primer yang diolah 2021
Berdasarkan tabel di atas bahwa nilai

Uji Reliabilitas			
No	Variabel	Nilai Alpha	Keterangan
1	Kualitas Produk	0,878	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan	0,769	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan	0,875	Reliabel

cronchbach alpha lebih besar dari 0,60. Artinya seluruh variabel yaitu variabel X_1 kualitas produk, X_2 kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan Y dapat dinyatakan reliable.

E. Uji Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan menjelaskan variabel independen terhadap variabel dependen.

Tabel 4.7

Hasil Uji koefisien determinan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.722 _a	.521	.504	1.977

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Data Primer yang diolah 2021
 Berdasarkan adjusted R Square sebesar 0,504 atau 50,4% maka terdapat pengaruh kualitas produk X₁, dan kualitas pelayanan X₂ terhadap kepuasan pelanggan Y sebesar 50,4%. Sedangkan untuk 49,6% dijelaskan di luar variabel penelitian selain variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

F. Uji Linier Berganda

Tabel 4.8

Hasil Uji Koefisien Berganda Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	-.447	3.100		-.144	.886
TOTAL_X1	.256	.062	.416	4.105	.000
TOTAL_X2	.511	.118	.438	4.316	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Data Primer yang diolah 2021
 Dari hasil tabel 4.8 koefisien regresi menunjukkan nilai koefisien dalam persamaan regresi linier berganda. Nilai persamaan yang dipakai adalah yang berada pada kolom B (koefisien). Standart persamaan regresi linear berganda adalah dapat diperoleh hasil sebagai berikut: $Y = -0,447 + 0,256 X_1 + 0,511 X_2 + E$

G.Uji Hipotesis

1. Uji T

Uji T digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai sig < dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa variabel X₁ dan X₂ berpengaruh positif terhadap variabel Y. namun apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai sig > 0,05 maka variabel X₁ dan X₂ tidak berpengaruh terhadap variabel Y.

Tabel 4.9
Hasil Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficient	Standardized Coefficient	t	Sig.
1 (Constant)	-.447		-.144	.886
TOTAL_X1	.256	.062	.416	.000
TOTAL_X2	.511	.118	.438	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Sumber : Data Primer yang diolah 2021

Berdasarkan data di atas, hasil uji t nilai t hitung total X₁(kualitas produk) yang diperoleh yaitu sebesar 4.105 lebih besar dari 2.002 serta nilai signifikansi 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya kualitas produk (X₁) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil Uji t dilakukan dengan membandingkan nilai t hitung yang diperoleh pada tabel diatas, dengan tarif signifikansi

0,05 dan derajat kebebasan (df) = $n-k-1=60-2-1=57$. Dengan ketentuan tersebut maka diperoleh ttabel sebesar 2,002.

2. Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama mempengaruhi variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan.

Tabel 4.10
Hasil Uji F
ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	242.130	2	121.065	30.965	.000 ^b
Residual	222.854	57	3.910		
Total	464.983	59			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

Sumber : Data Primer yang diolah 2021
Berdasarkan hasil uji F di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikansi yaitu sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 dan nilai f hitung sebesar 30.965 lebih besar dari f table yaitu 3.156 artinya kualitas produk (X_1) dan kualitas pelayanan (X_2) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (Y).

PEMBAHASAN

Berdasarkan data primer yang diperoleh penulis, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 80% sedangkan untuk laki laki 20% dari total 60 responden. Dari jumlah 60 responden yang telah mengumpulkan jawaban, jawaban tersebut dapat diolah semua, sehingga tidak ada data yang tidak dapat diolah.

Hasil uji hipotesis menggunakan uji T atau parsial menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, hal ini diketahui dalam Perhitungan uji T dimana $T_{hitung} 4,105 \geq T_{tabel} 2,002$. Hal ini terjadi

karena kualitas produk air bersih yang diberikan di Perumda Air Minum Tirta Rangga sangat baik dan memiliki nilai yang tinggi. Berdasarkan hasil uji T menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, hal ini diketahui dalam perhitungan uji T dimana $T_{hitung} 4,316 \geq T_{tabel} 2,002$. Hal ini terjadi karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan PDAM sangat ramah dan membuat nyaman pelanggan.

Berdasarkan hasil uji F yang telah dilakukan, variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan yang dibuktikan dengan $F_{hitung} : (30.965) > F_{tabel} (3.156)$. Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas produk, dan kualitas pelayanan secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan pelanggan di Perumda Air Minum Tirta Rangga di Kota Subang.

Berdasarkan hasil uji di atas bahwa H1, H2, dan H3 hasilnya telah sesuai. Artinya, kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Kesimpulan dari penelitian berjudul Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Perumda Air Minum Tirta Rangga Subang adalah sebagai berikut :

1. Variabel kualitas produk memiliki pengaruh yang positif terhadap variabel kepuasan pelanggan. Variabel kualitas produk memiliki nilai 0,256 yang artinya apabila kualitas produk semakin meningkat, semakin baik maka tingkan kepuasan pelanggan juga akan naik. Variabel kualitas produk juga memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 artinya kurang dari 0,5, ini berarti kualitas produk memiliki pengaruh yang positif

terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian variabel kualitas pelayanan memiliki nilai 0,511 yang artinya apabila kualitas pelayanan semakin bagus, semakin membuat nyaman pelanggan maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat.

2. Hasil dari perhitungan koefisien determinasi bahwa variabel X yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan diperoleh nilai sebesar 50,4% artinya sebesar 50,4% dapat dijelaskan oleh kualitas produk dan kualitas pelayanan, sisanya 49.6% dijelaskan di luar variabel tersebut.
3. Variabel kualitas produk itu dapat memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya kualitas produk dan kualitas pelayanan di atas dapat memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

IMPLIKASI DAN KETERBATASAN

Penelitian ini memiliki keterbatasan dalam menyelesaikan permasalahan mengenai variabel yang diteliti yaitu kualitas produk, kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

1. Penelitian ini hanya mengambil 60 responden dari berbagai daerah yang masyarakatnya pelanggan PDAM Subang. Namun, apabila responden yang diambil lebih banyak kemungkinan akan memiliki persepsi yang berbeda mengenai permasalahan ini.

2. Penelitian ini dilakukan tidak turun langsung ke lapangan dikarenakan terhambat pandemic covid-19.

SARAN

1. Penelitian selanjutnya diharapkan peneliti dapat menambah jumlah responden untuk dijadikan sample penelitian, karena dengan banyaknya responden yang mengisi maka semakin

banyak pula persepsi yang berbeda dari setiap pelanggan.

2. Kepada pihak PDAM Subang diharapkan untuk meningkatkan kualitas air bersih dan kualitas pelayanan supaya pelanggan tidak kecewa dengan kualitas yang diperoleh.

3. Kepada pihak PDAM Subang diharapkan tetap mempertahankan kepuasan pelanggan, karena kepuasan pelanggan sangat penting untuk keberlangsungan penjualan.

REFERENCES

Jurnal

- Ardianto, Y., Yanti, A., & Sidanti, H. (2019 September) PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, KUALITAS PRODUK DAN RESPONSI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PDAM. In: *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*. 2019.
- Hidayat, R. (2009). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah bank mandiri. *Jurnal manajemen dan kewirausahaan*, 2009, 11.1:59-72.
- Imron, I. (2019). Analisa pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen menggunakan metode kuantitatif pada CV. Meubele Berkah Tangerang. *Indonesian journal on software engineering (IJSE)*, 5(1), 19-28.
- Kereta, L. B. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Flores Timur. *Jurnal Administrasi Publik dan Birokrasi*, 1(3), 72463.

- Pahlawan, M.R., Nurlia, N., Laba, A.R., Pakki, E., & Hardiono, H. (2019). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap peningkatan kepuasan dan loyalitas pelanggan perusahaan daerah air minum (PDAM) Kota Makassar. *Journal of applied business administration*, 3(2), 228-244.
- Sembiring, I. J. (2014). Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan (studi pada pelanggan McDonald's MT. Haryono Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 15(1).

Website

- <http://repository.unpas.ac.id/14592/4/08%20bab%20II.pdf> diakses pada 23 july 2021 , 18.05
- http://repository.uma.ac.id/bitstream/123456789/493/5/118320021_file5.pdf diakses 26 july 13.25
- <http://ejournal.uajy.ac.id/8791/3/2EM14782.pdf> diakses pada 26 july 19.20
- <file:///C:/Users/ACER/AppData/Local/Temp/1560-Article%20Text-6100-1-10-20191113.pdf> diakses pada 27 july 15.47

- <https://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Undergraduate-6995-LAMPIRAN.pdf> diakses 27 july 15.47
- <http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/5566/10.%20LAMPIRAN.pdf?sequence=11&isAllowed=y> diakses pada 30 july 20.3
- <https://docplayer.info/49654310-Kuesioner-penelitian-tingkat-kepuasan-pelanggan-pdam-tirta-pakuan-kota-bogor.html> diakses pada 30 july 21.00
- https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/8221-Full_Text.pdf diakses pada 30 july 22.39
- https://repository.usd.ac.id/7299/2/122214065_full.pdf diakses 11 agustus 16.01
- http://repository.upi.edu/52421/4/S_PEA_1600134_CHAPTER diakses pada 18.47 p.m
- <http://repository.stei.ac.id/1667/4/BAB> diakses pada 18.49