

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Kasus Pada Pelanggan PDAM Kota Malang)

Zulvan Jundan Noor Fakhrezy Dr Siti Saroh, M.Si ,Daris Zunaida S.AB., M.AB
*Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam
Malang, Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
LPPM Universitas Islam Malang Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
Zulvanjundanoorfakhrezy23@gmail.com*

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan di PDAM Kota Malang dimana PDAM Kota Malang Merupakan perusahaan air bersih. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk, Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Kota Malang. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis penelitian kuantitatif. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan Non Probability Sampling (tidak seluruh populasi di ambil) atau disebut juga Non Peluang menggunakan tehnik Accidental Sampling. Data yang adalah data primer yang diperoleh melalui pengisian kuesioner oleh responden dan data skunder yang berasal dari dari sumber buku, laporan, jurnal, website, blog dan sumber tertulis lainnya. Jumlah sampel sebanyak 100 serta menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, Kualitas Produk berpengaruh Positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Berpengaruh positif signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan secara simultan. Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This research was conducted at PDAM Malang City where PDAM Malang City is a clean water company. This study aims to determine the effect of Service Quality and Product Quality, on Customer Satisfaction at PDAM Malang City. The type of research used in this research is the type of quantitative research. uses a non-probability sampling method (not the entire population is taken) or also called non-probability with an accidental sampling technique. The data are primary data obtained through filling out questionnaires by respondents and secondary data from books, reports, journals, websites, blogs and other written sources. The number of samples is 100 and using multiple linear regression analysis method. The results showed that service quality had a significant positive effect on customer satisfaction, product quality had a significant positive effect on customer satisfaction and service quality and product quality had a significant positive effect on customer satisfaction simultaneously.

Keyword : Service Quality, Product Quality, Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Air memiliki peranan penting untuk mendukung kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat. Tersedianya air yang memadai akan mendorong perkembangan sektor pembangunan di masyarakat, sebab apabila terjadi krisis air di suatu daerah akan mengganggu proses pembangunan dan jauh dari kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat. UUD 45 Pasal 33 disebutkan antara lain bahwa bumi, air dan kekayaan alam yang terkandung didalamnya dikuasai

oleh negara untuk digunakan sebesar-besarnya bagi kemakmuran rakyat

PDAM sebagai perusahaan daerah diberi tanggung jawab untuk mengembangkan dan mengelola sistem penyediaan air bersih serta memberikan pelayanan yang baik dan memberikan kualitas produk yang baik untuk mencapai keberhasilan.

Kualitas pelayanan yang diberikan produsen kepada pelanggan menentukan loyalitas konsumen maupun kepuasan

pelanggan terhadap perusahaan. (Tjiptono:2007). Kualitas pelayanan menjadi suatu yang wajib dilakukan perusahaan agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan suatu bentuk penilaian pelanggan terhadap tingkat pelayanan yang diterima dengan tingkat layanan yang diharapkan. Pelayanan yang baik akan membuat pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan. Pelayanan yang dirasakan tidak sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan tidak memuaskan. PDAM selain mengutamakan kualitas yang baik harus memberikan kualitas produk yang baik terhadap pelanggan.

Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melakukan fungsi-fungsinya, kemampuan itu meliputi daya tahan, kehandalan, ketelitian yang dihasilkan, kemudahan dioperasikan dan diperbaiki, dan atribut lain yang berharga pada produk secara keseluruhan (Kotler dan Armstrong, 2007:15). Kualitas produk merupakan alat strategis potensial untuk mengalahkan pesaing (Kotler dan Armstrong, 2001:354). Pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa mutu atau kualitas produk dapat mempengaruhi pandangan pelanggan dalam memutuskan untuk memperoleh suatu produk

Kepuasan pelanggan PDAM ditentukan oleh kualitas air yang dikehendaki pelanggan, agar jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi perusahaan, yang pada saat ini dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan pelayanan, sebagaimana pelanggan tentu mengharapkan kualitas, kuantitas dan kontinuitas produk yang dapat didistribusikan oleh pihak PDAM kepada setiap pelanggan.

Kepuasan pelanggan atau yang diharapkan pelanggan dari pelayanan yang diberikan oleh PDAM selayaknya memuaskan pelanggan misalnya: air seharusnya lancar (kadang ada kadang tidak), ukuran penggunaan air harus tepat sesuai

dengan yang digunakan, meminimalisir kebocoran pipa di daerah yang memang mempunyai tekanan air yang relatif tinggi, dan juga yang paling utama adalah kebersihan air yang dialirkan kepada masyarakat.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas dan dengan melihat pentingnya kualitas pelayanan dan kualitas produk bagi kepuasan pelanggan Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan mengambil judul “PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM (PDAM) KOTA MALANG”.

Berdasarkan latar belakang diatas dapat di ajukan rumusan masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kota Malang?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kota Malang?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kota Malang?

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas didefinisikan sebagai totalitas dari karakteristik suatu produk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dispesifikasikan atau ditetapkan (Indrasri, 2019:54). Menurut Kotler dan Keller (2012: 313) “Quality is the totality of features and characteristics of a product or service that bear on its ability to satisfy stated or implied needs” yang artinya “kualitas adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau layanan yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan yang dinyatakan kebutuhan.

Menurut Kotler dalam Hendro dan Syamswana (2017) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Menurut Kotler dan Amstrong (2012:681) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.

Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang telah mereka terima. Kualitas Pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan yang benar benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang telah mereka harapkan (Lupiyoadi,2011:26)

Kualitas Produk

Menurut Tjiptono (2008) Produk merupakan segala suatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi pasar sebagai pemenuh kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan.

Daga (2017:37) Kualitas produk (Product Quality) adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya meliputi, daya tahan keandalan, ketepatan, kemudahan operasi dan perbaikan, serta atribut bernilai lainnya serta untuk meningkatkan kualitas produk, perusahaan dapat menerapkan program “Total Quality Manajemen (TQM)”.

Menurut Boetsh dan Denis yang diikuti oleh Tjiptono (2000:57) kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Kualitas Produk menurut Kotler dan Amstrong (2014:231) adalah the characteristics of a product of service that bear on its ability to satisfy stated or implied customer need, yang berarti kualitas produk adalah karakteristik dari produk dan jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan konsumen.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2004:146) menyatakan bahwa kepuasan atau

ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Sumawarman (2015:387) mengemukakan bahwa kepuasan dan ketidakpuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan konsumen sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh oleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.

Menurut (Irawan:2008) kepuasan pelanggan adalah hasil akumulasi dari pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa.

Menurut Tjiptono (2008:24) Kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

Menurut (Kotler:2002) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Tapi, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang.

METODOLOGI PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode untuk menguji teori dengan cara meneliti hubungan antar variabel (Noor, 2011: 38). Metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono,2019:6).

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian di lakukan di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Malang, Jl. Terusan Danau Sentani

No.100, Madyopuro, Kec.Kedungkandang,Kota Malang, Jawa Timur. Objek penelitian ini adalah pelanggan PDAM Kota Malang.

Populasi dan Sample

Populasi
Populasi adalah seluruh kumpulan elemen yang menunjukkan ciri-ciri tertentu yang didalamnya dapat digunakan untuk membuat kesimpulan. Kumpulan elemen itu menunjukkan jumlah, sedangkan ciri-ciri tertentu menunjukkan karakteristik dari kumpulan itu (Sanusi, 2011: 87). Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PDAM Kota Malang pada tahun 2020 dengan jumlah 164.600 orang.

Sample

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan metode *non probability sampling* (tidak seluruh populasi diambil) atau juga disebut juga non peluang dengan teknik *Accidental Sampling*. Menurut (Sugiyono:2016:124) *Sampling Accidental* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja pasien yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Penentuan besaran sampel peneliti menggunakan Rumus Slovin untuk menentukan jumlah responden yang akan diteliti. Berdasarkan hitungan rumus, didapat hasil sebesar 99,9 responden. Banyaknya responden yang akan diambil pada penelitian dibulatkan menjadi 100 responden

Sumber Data

Data Primer

Menurut Sugiyono (2019: 296) Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data primer ini diperoleh melalui pengisian kuesioner yang diberikan kepada responden.

Data Sekunder

Sugiyono (2017:202) data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Data ini dapat diperoleh dari sumber buku, laporan, jurnal, website, blog dan sumber tertulis lainnya.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini bersumber dari Observasi, Wawancara dan Kuesioner. Peneliti dalam pengumpulan data primer dilakukan dengan melakukan survey langsung ke PDAM Kota Malang sebagai objek penelitian

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah (Arikunto,2010: 203). Menurut (Sugiyono,2019:145) Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada didalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut apabila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Penelitian ini menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2019:146).

Uji Instrumen

Uji Validitas

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor setiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah dari tiap skor butir (Sugiyono (2014:179)

Syarat untuk mengetahui valid atau tidak data yang dihasilkan, maka nilai koefisien korelasi (r) harus memiliki kriteria sebagai berikut :

1. Jika koefisien korelasi $r \geq 0,05$ maka item tersebut dinyatakan valid.
2. Jika koefisien korelasi $r \leq 0,05$ maka item tersebut dinyatakan tidak valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan

menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2012 : 177). Menurut Ghazali (2018:45) reliabilitas sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk.

Kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi hasil pengukuran dari kuesioner dalam penggunaan yang berulang

Instrumen dianggap reliabel apabila koefisien alpha (α) sebesar 0,6 atau lebih. Pengambilan keputusan menurut (Sekaran:2017) untuk instrumen yang reliabel didasarkan pada hal berikut:

1. Jika koefisien alpha (α) pengujian $\leq 0,6$ maka pernyataan dalam kuesioner tidak layak digunakan (tidak reliabel).
2. Jika koefisien alpha (α) pengujian $\geq 0,6$ maka pernyataan dalam kuesioner layak untuk digunakan (reliabel).

Teknik Analisis Data

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018:161). Cara yang digunakan dalam uji normalitas ini dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan membuat hipotesis (H_0) untuk data berdistribusi normal dan (H_a) untuk data berdistribusi tidak normal. Data dikatakan memenuhi asumsi normal apabila nilai signifikasinya lebih besar dari 0,05.

Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. (Ghozali, 2018:137). Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas Adapun cara yang digunakan untuk mendeteksi Heteroskedastisitas pada model regresi tersebut adalah dengan cara melihat grafik scatter plot, yaitu jika plotting atau titik-titik menyebar secara acak dan tidak berkumpul pada satu tempat dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi problem.

Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen) (Ghozali, 2018:107). Cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya Multikolonieritas dengan menggunakan nilai tolerance dan varian inflation factor (VIF) sebagai tolak ukur. Nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolonieritas adalah nilai Tolerance > 0.10 atau sama dengan nilai VIF < 10 (Ghozali, 2018:108).

Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui beberapa pengaruh dari perubahan dari suatu variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2004:224). Variabel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah dua atau lebih terhadap variabel terikat, maka analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda

Uji Hipotesis

Uji Parsial (t)

Uji Parsial biasa disebut juga dengan Uji t yang digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen (X) secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y). Berdasarkan hal tersebut untuk mengetahui variabel bebas yang paling berpengaruh terhadap variabel terikat, maka dapat dilakukan dengan membandingkan thitung dengan ttabel.

Selanjutnya thitung dibandingkan dengan ttabel dengan menggunakan tingkat kesalahan sebesar 0,05. Menggunakan kriteria sebagai berikut :

1. H_0 Diterima jika nilai thitung \leq ttabel atau nilai sig $> \alpha$
2. H_a Diterima jika nilai thitung \geq ttabel atau nilai sig $< \alpha$

Rancangan pengujian hoptesis statistic ini untuk menguji ada tidaknya pengaruh antara variabel independen (X), yaitu Kualitas Pelayanan (X1), Kualitas Produk (X2) terhadap variabel dependen (Y) yaitu Kepuasan Pelanggan. Adapun yang menjadi hipotesis dalam penelitian ini yaitu :

1. $H_0: \beta = 0$: tidak terdapat pengaruh yang signifikan
2. $H_a: \beta \neq 0$: terdapat pengaruh yang signifikan

Uji Simultan (F)

Uji F pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui signifikan hubungan antara semua variabel bebas dan variabel terikat, apakah variabel bebas secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Uji ini digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh kualitas pelayanan, kualitas produk, dan kepuasan pelanggan secara simultan.

Adapun kriteria dari pengujian hipotesis adalah sebagai berikut:

1. Apabila $F_{hitung} < F_{tabel}$, hipotesa observasi (H_0) diterima dan hipotesa (H_a) ditolak.
2. Apabila $F_{hitung} > F_{tabel}$, hipotesa observasi (H_0) ditolak dan hipotesa (H_a) diterima.

PEMBAHASAN PENELITIAN

Instrumen Penelitian

Uji Instrumen

Uji Validitas

| Variabel | Item Variabel | Koefisien Korelasi | R Tabel | Keterangan |
|-------------------------|---------------|--------------------|---------|------------|
| Kualitas Pelayanan (X1) | X1.1 | 0.376 | 0.195 | Valid |
| | X1.2 | 0.547 | 0.195 | Valid |
| | X1.3 | 0.419 | 0.195 | Valid |
| | X1.4 | 0.516 | 0.195 | Valid |
| | X1.5 | 0.460 | 0.195 | Valid |
| | X1.6 | 0.580 | 0.195 | Valid |
| Kualitas Produk (X2) | X2.1 | 0.594 | 0.195 | Valid |
| | X2.2 | 0.657 | 0.195 | Valid |
| | X2.3 | 0.606 | 0.195 | Valid |
| | X2.4 | 0.676 | 0.195 | Valid |
| | X2.5 | 0.466 | 0.195 | Valid |
| | X2.6 | 0.576 | 0.195 | Valid |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | Y.1 | 0.500 | 0.195 | Valid |
| | Y.2 | 0.464 | 0.195 | Valid |
| | Y.3 | 0.408 | 0.195 | Valid |
| | Y.4 | 0.584 | 0.195 | Valid |

Berdasarkan dari tabel uji validitas penelitian terdapat 3 variabel yaitu Kualitas Pelayanan (X1), kualitas produk (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Diketahui, terdapat 6 indikator didalam masing – masing

variabel. Penelitian ini terdapat 100 responden. Diketahui bahwa masing – masing item pertanyaan dinyatakan valid karena masing – masing memiliki rHitung yang lebih besar dari pada rTabel. Item bisa dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Nilai rTabel diperoleh dari tabel distribusi nilai dengan taraf signifikan sebesar 5% atau 0,05 dengan (N)= 100 sebesar 0,195.

Uji Reliabilitas

| No | Variabel | Cronboach Alpha | Keterangan |
|----|-------------------------|-----------------|------------|
| 1 | Kualitas Pelayanan (X1) | 0.669 | Reliabel |
| 2 | Kualitas Produk (X2) | 0.739 | Reliabel |
| 3 | Kepuasan Pelanggan (Y) | 0.692 | Reliabel |

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada tabel diatas menjelaskan bahwa semua hasil dari nilai variabel X1, X2, dan Y adalah reliabel, dimana untuk masing-masing variabel memiliki nilai Cronbach Alpha > 0,60 yang artinya semua nilai variabel ini reliabel.

Hasil Analisis Data

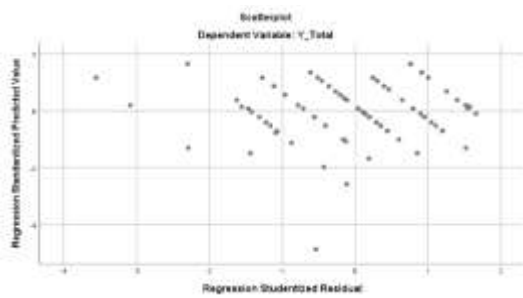
Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

| | | Unstandardized Residual |
|--|----------------|-------------------------|
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 1,32012430 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,097 |
| | Positive | ,050 |
| | Negative | -,097 |
| Test Statistic | | ,097 |
| Exact Sig. (2-tailed) | | ,280 |
| Point Probability | | ,000 |
| a. Test distribution is Normal. | | |
| b. Calculated from data. | | |
| c. Lilliefors Significance Correction. | | |

Berdasarkan hasil uji Kolmogrov-Smirnov diatas menunjukkan bahwa nilai Sig pada penelitian ini yaitu $0,280 > 0,05$ yang berarti bahwa data tersebut adalah normal

Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil uji Heteroskedastisitas diatas dapat diketahui bahwa plotting atau titik-titik menyebar dan tidak berkumpul pada satu tempat. Berdasarkan Hal tersebut dapat disimpulkan bahwa data terdistribusi normal.

Uji Multikoleniaritas

| Model | | Collinearity Statistics | |
|-------|----|-------------------------|-------|
| | | Tolerance | VIF |
| 1 | X1 | 0.848 | 1.179 |
| | X2 | 0.848 | 1.179 |

Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel di atas data tidak terdapat Multikoleniaritas apabila nilai Tolerance lebih dari sama dengan 0.10 dan Inflation Factor (VIF) kurang dari sama dengan 10 pada variabel bebas (independen) Berdasarkan tabel di atas, nilai tolerance adalah sebesar 0.848 > 0.10 dan nilai Inflation Factor (VIF) sebesar 1.179 < 10.00. Berdasarkan Hasil dari tabel diatas uji multikoleniaritas dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi multikoleniaritas diantara variabel bebas (independen)

Analisis Regresi Linier Berganda

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 13,077 | 3,002 | | 4,357 | ,000 |
| | X1_Total | ,328 | ,110 | ,293 | 2,984 | ,004 |
| | X2_Total | ,203 | ,079 | ,253 | 2,583 | ,011 |

a. Dependent Variable: Y_Total

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa analisis regresi linier berganda dapat dibuat persamaan regresi sebagai berikut

$$Y = \alpha + b_1x_1 + b_2x_2$$

$$Y = 13,077 + 0,328x_1 + 0,203x_2$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Diketahui nilai konstanta adalah 13,077 yang berarti jika Variabel Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk tidak ada atau nol, maka nilai Kepuasan pelanggannya sebesar 13,077%
2. Koefisien regresi (B1) menunjukkan bahwa nilai variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah 0,328 menyatakan setiap penambahan 1% variabel Kualitas Pelayanan (X1), maka akan meningkatkan Kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,328%
3. Koefisien regresi (B2) menunjukkan bahwa nilai variabel Kualitas produk (X2) adalah 0,203 menyatakan setiap penambahan 1% variabel kualitas produk (X2), maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0,203%

Uji Hipotesis Uji Parsial (T)

| Coefficients ^a | | | | | | |
|---------------------------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 13,077 | 3,002 | | 4,357 | ,000 |
| | X1_Total | ,328 | ,110 | ,293 | 2,984 | ,004 |
| | X2_Total | ,203 | ,079 | ,253 | 2,583 | ,011 |

a. Dependent Variable: Y_Total

dijelaskan sebagai berikut:

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Nilai t hitung pada variabel Kualitas Pelayanan (X1) adalah 2,984. Nilai t hitung 2,984 > t tabel 1,984 dengan nilai signifikan 0,004 < 0,05 . berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa Ha diterima Artinya secara parsial Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

2. Variabel Kualitas Produk (X2)

Nilai t hitung pada variabel Kualitas Produk (X2) adalah 2,583. Nilai t hitung 2,583 > t tabel 1,984 dengan nilai signifikan 0,011 < 0,05 . Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa Ha diterima Artinya secara parsial Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

Uji Simultan (F)

| ANOVA ^a | | | | | | |
|---|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
| 1 | Regression | 45,260 | 2 | 22,630 | 12,723 | ,000 ^b |
| | Residual | 172,530 | 97 | 1,779 | | |
| | Total | 217,790 | 99 | | | |
| a. Dependent Variable: Y_Total | | | | | | |
| b. Predictors: (Constant), X2_Total, X1_Total | | | | | | |

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai Fhitung adalah $12,723 > Ftabel 2,70$ dengan taraf signifikansi adalah $0,00 < 0,05$. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

KESIMPULAN DAN SARAN**Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan terkait variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara parsial, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai thitung $2,984 > ttabel 1,984$ dan nilai signifikan $0,004 < 0,05$. Berdasarkan nilai kriteria bahwa H_0 di tolak atau H_a diterima. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan terbukti kebenarannya.
2. Secara parsial, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai thitung $2,583 > ttabel 1,984$ dengan nilai signifikan $0,011 < 0,05$. Berdasarkan hal tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima Artinya secara parsial Kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.
3. Secara simultan, kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai Fhitung adalah $12,723 > Ftabel 2,70$ dengan taraf signifikansi adalah $0,00 < 0,05$. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan H_a diterima yang artinya Kualitas Pelayanan dan Kualitas

Produk berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, penulis memberikan beberapa saran kepada pihak yang terkait:

1. Saran Bagi Perusahaan

PDAM Kota Malang sebagai perusahaan air bersih yang menyediakan kebutuhan air bersih bagi masyarakat harus tetap mempertahankan kualitas yang sudah terpercaya pada masyarakat dengan lebih memberikan pelayanan yang baik lagi dalam hal kebutuhan pelanggan, pengadaan alat penunjang yang harus selalu diperbarui, dan meningkatkan layanan dalam hal mempermudah pelanggan mengakses informasi yang pelanggan butuhkan.

2. Saran Bagi Peneliti

Bagi peneliti selanjutnya agar meneliti menggunakan variabel yang tidak disebutkan dalam penelitian ini seperti variabel Harga, Promosi, Minat beli, Tempat, dan promosi dimana variabel tersebut juga mempengaruhi dari kepuasan pelanggan. Peneliti juga dapat menggunakan kepuasan pegawai dalam melakukan penelitian selanjutnya untuk digunakan dalam variabel terikat.

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, G., & Philip, K. (2012). *Dasar-Dasar Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Prenhalindo.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Daga, R. (2017). *Citra, Kualitas Produk dan Kepuasan Pelanggan*. Makassar: Global Research and Consulting Institute.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hartini. (2012). *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*. Yogyakarta : J&J Learning.

- Hasan, I. (2009). *Analisis Data Penelitian Dengan Statistik* . Jakarta: Bumi Aksara.
- IBID. (2014). *Memahami Bisnis Bank Syariah*. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama .
- Irawan, H. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* . Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kotler , P. (2001). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler , P. (2002). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhalindo.
- Kotler , P. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta : Indeks .
- Kotler , P. (2012). *Manajemen Pemasaran Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler , P., & Keller. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. (2007). *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas* . Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. (2010). *Manajemen Pemasaran Edisi ke 13 Jilid 1 dan 2*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran* . Jakarta: Prenhalindo.
- Lupiyoadi, & Hamdani. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa* . Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2009). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahmud. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Pustaka Setia.
- Moenir, H. (2008). *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia* . Jakarta: Bumi Aksara.
- Noor, J. (2011). *Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah* . Jakarta: Kencana.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U. (2006). *Metode Penelitian Untuk Bisnis* . Jakarta: Salemba Empat.
- Sekaran, U. (2017). *Metode Penelitian Untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan Keahlian Edisi 6*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2004). *Metode Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* . Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Memahami Penelitain Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta .
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* . Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* . Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U. (2015). *Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan* . Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Supardi. (2005). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Tjipjono, F. (2007). *Strategi Pemasaran Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2004). *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, F. (2006). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi Pemasaran Edisi III*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.