KEPUASAN PELANGGAN BERDASARKAN KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN

Libriana Susanti

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Serele Lahat
librinan2020123@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Lematang Kabupaten Lahat. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *insidental sampling*. Sampel yang diteliti adalah pelanggan PDAM Tirta Lematang Kabupaten Lahat yang berjumlah 95 orang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat menerangkan 60,6% variabel kepuasan pelanggan. Adapun hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kepuasan pelanggan memiliki nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu masing-masing $4,890 > 2,000$ dan $6,179 > 2,000$. Kemudian secara simultan diperoleh $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($70,880 > 8,57$). Simpulan, variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan. Adapun secara simultan, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the effect of product quality and service quality on customer satisfaction at the Tirta Lematang Regional Drinking Water Company (PDAM), Lahat Regency. The method used in this research is descriptive qualitative method and quantitative method. The sampling technique was carried out by incidental sampling. The samples studied were customers of PDAM Tirta Lematang Lahat Regency, amounting to 95 people. The results showed that the variable product quality and service quality could explain 60.6% of the customer satisfaction variables. The results of the t test show that the variables of product quality and customer satisfaction have $t_{count} > t_{table}$, namely $4,890 > 2,000$ and $6,179 > 2,000$, respectively. Then simultaneously obtained $F_{count} > F_{table}$ ($70.880 > 8.57$). In conclusion, the variables of product quality and service quality partially affect customer satisfaction variables. Meanwhile, simultaneously, product quality and service quality have an effect on customer satisfaction.

Keywords: Customer Satisfaction, Service Quality, Product Quality

PENDAHULUAN

Salah satu aset dari perusahaan daerah yang bergerak di bidang penyediaan sarana dan prasarana air bersih yang berkualitas adalah Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM). Secara umum PDAM mempunyai misi yang tidak sama dengan perusahaan lain. Hal ini disebabkan karena PDAM tidak hanya berorientasi pada keuntungan (*profit*) semata, melainkan juga dituntut agar mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

Setiap perusahaan yang menginginkan untuk tetap eksis di pasar harus senantiasa memperhatikan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang puas bukan hanya akan melakukan pembelian secara berulang akan tetapi juga mampu mendatangkan pelanggan baru melalui rekomendasi dari mulut kemulut. Oleh karena itu perusahaan perlu mempertahankan kepuasan pelanggan melalui peningkatan kualitas produk dan kualitas pelayanan yang baik. Kualitas pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Dengan demikian pelayanan dalam bidang lain seperti pelayanan dalam pembayaran loket, pengaduan gangguan, pemasangan baru atau pembacaan meter air yang dilakukan PDAM harus terlaksana dengan baik. Walaupun itu termasuk hal kecil, tetapi sangat berpengaruh bagi pihak yang bersangkutan untuk menentukan pelayanan yang akan diberikan dapat benar-benar memuaskan pelanggan atau tidak.

Selain menciptakan keuntungan bagi perusahaan, layanan dan produk yang berkualitas sangat berperan penting untuk membentuk kepuasan pelanggan. Semakin berkualitas produk dan layanan yang diberikan oleh perusahaan, semakin tinggi kepuasan yang dirasakan oleh konsumen. Hal ini kemudian membuat perusahaan dituntut untuk mempunyai kemampuan yang tinggi dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, yaitu kualitas produk dan kualitas pelayanan agar pelanggan puas atas produk dan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Islam megajarkan apabila ingin memberikan hasil usaha yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau yang tidak berkualitas kepada orang lain.

PDAM Tirta Lematang Kabupaten Lahat harus memenuhi standar waktu, tempat, biaya, kualitas dan prosedur yang ditetapkan untuk menyelesaikan setiap tugas dalam memberikan pelayanan agar dapat memberikan kepuasan kepada seluruh konsumen atau masyarakat. Memuaskan pelanggan berarti bahwa setiap keinginan

orang yang menerima pelayanan merasa puas, berkualitas, tepat waktu dan biaya terjangkau.

Sejalan dengan era globalisasi dan berkembangnya dunia usaha, maka sebagai konsekuensinya makin banyak masalah yang akan dihadapi oleh PDAM Tirta Lematang Kabupaten Lahat dalam kegiatan usahanya yang semakin kompetitif, sehingga keadaan ini menuntut para pemimpin atau manajemen PDAM Tirta Lematang Kabupaten Lahat agar dapat mengelola kegiatan usahanya secara efektif dan efisien guna mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Dengan adanya kualitas dan pelayanan yang baik maka akan mendapatkan hasil yang baik pula.

Manajemen PDAM Tirta Lematang Kabupaten Lahat telah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, seperti disediakannya layanan pembayaran rekening yang dapat dilakukan melalui Bank Sumsel untuk mempermudah pelanggan dalam membayar. Namun yang menjadi permasalahan adalah banyaknya keluhan-keluhan dari pelanggan tentang masalah berikut: 1) air yang mengalir kurang jernih karena adanya kebocoran pipa yang menyebabkan masuknya tanah kedalam pipa yang bocor tersebut; 2) sering terjadi gangguan distribusi air PDAM Tirta Lematang Kabupaten Lahat yang disebabkan pasokan air bersih dari Sungai Lematang; 3) volume air yang mengalir tak seimbang dengan kebutuhan air bersih para pelanggan.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan analisis mengenai pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Lematang Kabupaten Lahat.

KAJIAN TEORI

Menurut Kotler (2014) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dihasilkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan. Menurut Sunarto (2013) indikator kepuasan pelanggan adalah: 1) kualitas produk, yaitu mengenai kualitas produk yang lebih bermutu (dilihat dari fisiknya); 2) mutu pelayanan, berbagai jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh pelanggan, tetapi bila pelayanan memenuhi harapan pelanggan maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan bermutu; 3) harga, merupakan hal yang paling sensitif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberi penawaran harga lebih rendah dari yang lain; 4) waktu pelayanan,

baik pendistribusian maupun penyerahan produk atau jasa dari perusahaan agar tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati; 5) keamanan, pelanggan akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan dapat memberikan jaminan keamanan yang tidak membahayakan pelanggan tersebut.

Menurut Marwonto (2015) kualitas produk merupakan seluruh gabungan karakteristik produk dari pemasaran, rekayasa (perencanaan), pembuatan (produk) dan pemeliharaan yang membuat produk yang digunakan memenuhi harapan-harapan pelanggan. Beberapa indikator kualitas produk adalah sebagai berikut: 1) keistimewaan, yaitu kelebihan dari suatu produk yang berbeda dari produk lain; 2) kesesuaian, artinya suatu produk yang selaras dan sesuai dengan keinginan pelanggan; 3) estetika, artinya kepekaan dan tanggapan pelanggan terhadap suatu produk; 4) kemampuan pelayanan, artinya usaha dalam melayani pelanggan yang bertujuan untuk membuat pelanggan setia menggunakan produk perusahaan.

Menurut Setyaningriani & Suryoko (2017) kualitas pelayanan merupakan suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antar konsumen. Terdapat lima indikator kualitas pelayanan menurut Lupiyoadi (2013), yaitu: 1) *tangibles* atau bukti fisik, yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal; 2) *reability* atau kehandalan, yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya; 3) *responsiveness* atau tanggapan, yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

Selanjutnya, 4) *assurance* atau jaminan dan kepastian, yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan; 5) *empathy*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dan metode kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan *insidental sampling*. Sampel yang diteliti adalah pelanggan PDAM Tirta Lematang Kabupaten Lahat yang berjumlah 95 orang. Jenis data dalam penelitian ini antara lain: data kuantitatif dan data kualitatif. Sumber data penelitian ini yaitu: data primer dan data sekunder. Adapun metode pengumpulan data adalah sebagai berikut: observasi, wawancara dan kuisioner.

HASIL PENELITIAN

Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 1.
Profil Responden

Keterangan	Jumlah	Persentase
Laki-laki	61	64,2%
Perempuan	34	35,8%
Jumlah	95	100,0%

(Sumber: Jumlah Diolah, 2018)

Tabel 1 menunjukkan bahwa laki-laki merupakan responden terbanyak berjumlah 61 orang (64,2%). Hal ini disebabkan karena yang berurusan dengan bidang air minum untuk keutuhan rumah tangga kebanyakan adalah laki-laki.

Profil Responden Berdasarkan Usia

Tabel 2.
Profil Responden

Umur	Jumlah	Persentase
17 sampai 21	4	4,2%
21 sampai 26	10	10,5%
26 sampai 31	45	47,4%
>32	36	37,9%
Jumlah	95	100,0%

(Sumber: Jumlah Diolah, 2018)

Berdasarkan tabel 2, diketahui bahwa jumlah pelanggan yang paling banyak adalah kelompok usia 26-31 tahun yakni sebesar 45 orang (47,4%), sedangkan kelompok dengan jumlah terkecil yaitu pada kelompok usia 17-21 tahun yakni sebanyak 4 orang (4,2%), kelompok usia ini didominasi oleh perempuan.

Profil Responden Berdasarkan PendidikanTabel 3.
Profil Responden

Jenis Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMA	11	11,6%
Diploma	19	20,0%
S1	37	38,9%
S2	28	29,5%
Jumlah	95	100,0%

(Sumber: Jumlah Diolah, 2018)

Berdasarkan tabel 3, data menunjukkan bahwa pelanggan yang menjadi responden yang terbanyak adalah pelanggan berpendidikan S1 yaitu 37 orang (38,9%) dan yang terendah adalah pelanggan berpendidikan SMA yaitu 11 orang (11,6%).

Profil Responden Berdasarkan PekerjaanTabel 4.
Profil Responden

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
TNI/ Polri	18	18,9%
PNS	29	30,5%
Pegawai Swasa	26	27,4%
Lain-lain	22	23,2%
Jumlah	95	100,0%

(Sumber: Jumlah Diolah, 2018)

Tabel 4 menunjukkan bahwa jumlah responden terbanyak adalah PNS yaitu 29 orang (30,5%), sedangkan responden terendah yaitu TNI/ Polri sebanyak 18 orang (18,9%).

Deskripsi Variabel PenelitianTabel 5.
Descriptive Statistics

Variabel	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk	95	13.00	25.00	38.00	30.90	2.92
Kualitas Pelayanan	95	15.00	23.00	38.00	31.02	3.10
Kepuasan Pelanggan	95	16.00	24.00	40.00	31.76	3.48
Valid N (<i>Listwise</i>)	95					

(Sumber: Jumlah Diolah, 2018)

Deskripsi Variabel Bebas (Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan)

Berdasarkan tabel 5, dapat diketahui bahwa skor minimum variabel kualitas produk adalah sebesar 25,00 dan skor maksimum sebesar 38,00 dengan nilai *range* 13,00. Rata-rata (*mean*) skor jawaban adalah 30,90 dengan standar deviasi 2,92. Hal ini mengindikasikan bahwa sebaran data akan persepsi responden terhadap kualitas produk pada PDAM Tirta Lematang kabupaten Lahat dinilai baik.

Tabel 5 juga menunjukkan bahwa skor minimum variabel kualitas pelayanan adalah sebesar 23,00 dan skor maksimum sebesar 38,00 dengan nilai *range* 15,00. Rata-rata (*mean*) skor jawaban adalah 31,02 dengan standar deviasi 3,10 (standar deviasi < *mean*). Hal ini bermakna bahwa sebaran data mengenai persepsi responden terhadap kualitas pelayanan pada PDAM Tirta Lematang Kabupaten Lahat dapat dinilai baik.

Deskripsi Variabel Terikat (Kepuasan Pelanggan)

Berdasarkan tabel 5, dapat dijelaskan bahwa skor minimum variabel kepuasan pelanggan adalah sebesar 24,00 dan skor maksimum sebesar 40,00 dengan nilai *range* 16,00. Rata-rata (*mean*) skor jawaban adalah 31,76 dengan standar deviasi 3,48. Hal ini mengindikasikan bahwa sebaran data akan persepsi responden terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirta Lematang kabupaten Lahat juga dinilai baik.

Uji Kualitas Data

Uji Validitas

Tabel 6.
Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Produk

Nomor Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,334	0,202	<i>Valid</i>
2	0,289	0,202	<i>Valid</i>
3	0,282	0,202	<i>Valid</i>
4	0,412	0,202	<i>Valid</i>
5	0,479	0,202	<i>Valid</i>
6	0,309	0,202	<i>Valid</i>
7	0,382	0,202	<i>Valid</i>
8	0,440	0,202	<i>Valid</i>
9	0,343	0,202	<i>Valid</i>
10	0,341	0,202	<i>Valid</i>

(Sumber: Jumlah Diolah, 2018)

Berdasarkan hasil uji validitas pada tabel 6, diketahui bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, sehingga semua butir pertanyaan 1 sampai 10 dinyatakan *valid*.

Tabel 7.
Hasil Pengujian Validitas Variabel Kualitas Pelayanan

Nomor Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,319	0,202	<i>Valid</i>
2	0,357	0,202	<i>Valid</i>
3	0,350	0,202	<i>Valid</i>
4	0,318	0,202	<i>Valid</i>
5	0,607	0,202	<i>Valid</i>
6	0,352	0,202	<i>Valid</i>
7	0,343	0,202	<i>Valid</i>
8	0,357	0,202	<i>Valid</i>
9	0,327	0,202	<i>Valid</i>
10	0,369	0,202	<i>Valid</i>

(Sumber: Jumlah Diolah, 2018)

Sama halnya dengan hasil uji validitas variabel kualitas produk, hasil uji validitas kualitas pelayanan pada tabel 7 menunjukkan bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat disimpulkan bahwa semua butir pertanyaan 1 sampai 10 adalah *valid*.

Tabel 8.
Hasil Pengujian Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan

Nomor Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
1	0,290	0,202	<i>Valid</i>
2	0,249	0,202	<i>Valid</i>
3	0,353	0,202	<i>Valid</i>
4	0,368	0,202	<i>Valid</i>
5	0,560	0,202	<i>Valid</i>
6	0,386	0,202	<i>Valid</i>
7	0,390	0,202	<i>Valid</i>
8	0,353	0,202	<i>Valid</i>
9	0,338	0,202	<i>Valid</i>
10	0,266	0,202	<i>Valid</i>

(Sumber: Jumlah Diolah, 2018)

Data kepuasan pelanggan pada tabel 8 menunjukkan bahwa nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$, artinya semua butir pertanyaan 1 sampai 10 dinyatakan *valid*.

Uji Reabilitas

Variabel Kualitas Produk

Tabel 9.
Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.639	11

(Sumber: Jumlah Diolah, 2018)

Hasil uji reliabilitas pada tabel 9 menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki *cronbach alpha* $> 0,60$, sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing dari kuesioner adalah reliabel dan kriterianya memiliki reabilitas tinggi ($0,60 < r \leq 0,639$), maka untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel kualitas produk layak digunakan sebagai alat ukur.

Variabel Kualitas Pelayanan

Tabel 10.
Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.671	11

(Sumber: Jumlah Diolah, 2018)

Hasil uji reliabilitas pada tabel 10 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki *cronbach alpha* $> 0,60$ sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing dari kuesioner adalah reliabel dan kriterianya adalah reabilitas tinggi ($0,60 < r \leq 0,671$), sehingga untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel kualitas pelayanan layak digunakan sebagai alat ukur.

Variabel Kepuasan Pelanggan

Tabel 11.
Reliability Statistics

<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>N of Items</i>
.668	11

(Sumber: Jumlah Diolah, 2018)

Hasil uji reliabilitas pada tabel 11 menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan memiliki *cronbach alpha* $> 0,60$ sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing dari kuesioner adalah reliabel dan kriterianya adalah reabilitas tinggi ($0,60 < r \leq 0,668$). Oleh karena itu, untuk selanjutnya item-item pada masing-masing konsep variabel kepuasan pelanggan layak digunakan sebagai alat ukur.

Uji Asumsi Klasik

Tabel 12.
Test of Normality

Kolmogorov-Smirnov ^a			
Variabel	<i>Statistic</i>	df	Sig.
Kualitas Produk	.116	95	.103
Kualitas Pelayanan	.184	95	.195
Kepuasan Pelanggan	.114	95	.114

a. *Lilliefors Significance Correction*
(Sumber: Jumlah Diolah, 2018)

Berdasarkan hasil uji pada table 12, normalitas dapat dipenuhi jika hasil uji tidak signifikan untuk suatu taraf signifikansi ($\alpha = 0.05$). Variabel kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki taraf signifikan $>0,05$, maka data yang diteliti pada penelitian ini berasal dari populasi yang berdistribusi normal.

Berikut merupakan gambar kurva yang menunjukkan hasil bahwa semua data berdistribusi secara normal dengan sebaran data berada disekitar garis diagonal.

Gambar 1.
Grafik *Normal Probability Plot* Variabel Kualitas Produk

Berdasarkan gambar 1, grafik *normal probability plot* variabel kualitas produk menunjukkan pola grafik yang normal. Hal ini terlihat dari titik yang menyebar di sekitar garis diagonal dan penyebarannya mengikuti garis diagonal. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa model regresi variabel kualitas produk dapat digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 2.
Grafik *Normal Probability Plot* Variabel Kualitas Pelayanan

Gambar 2 juga menunjukkan bahwa grafik *normal probability plot* variabel kualitas pelayanan memperlihatkan pola grafik yang normal, sehingga model regresi variabel kualitas pelayanan bisa digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

Gambar 3.
Grafik *Normal Probability Plot* Variabel Kepuasan Pelanggan

Sama halnya dengan hasil gambar 1 dan 2, grafik *normal probability plot* variabel kepuasan pelanggan menunjukkan pola grafik yang normal, maka model regresi variabel ini juga bisa digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinearitas

Tabel 13.
Hasil Uji Multikolinearitas

<i>Coefficients^a</i>		
Model	<i>Collinearity Statistics</i>	
	<i>Tolerance</i>	VIF
1		
(<i>Constant</i>)		
Kualitas Produk	.420	2.381
Kualitas Pelayanan	.420	2.381

a. *Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan*

(Sumber: Jumlah Diolah, 2018)

Tabel 13 menunjukkan bahwa pengujian multikolinearitas variabel kualitas produk memperoleh nilai *tolerance* lebih dari 0,10 yaitu 0,420 dan nilai VIF lebih kecil dari 10 yaitu 2,381. Adapun variabel kualitas pelayanan memiliki *tolerance* sebesar 0,420 dan nilai VIF < 10 (2,381), sehingga bisa diasumsikan bahwa tidak ada masalah multikolinearitas antar variabel independen dalam model regresi.

Uji Heteroskedastisitas

Hasil pengujian ini dapat dilihat pada gambar berikut ini:

Gambar 4.
Scatter plot

Berdasarkan gambar 4, grafik *scatter plot* terlihat tidak memiliki pola tertentu. Hal ini dapat dilihat dari penyebaran data (titik) yang terjadi secara acak, baik di atas maupun di bawah nilai nol pada sumbu Y. Oleh karena itu dapat diambil kesimpulan bahwa model regresi yang digunakan dinyatakan baik dan layak untuk digunakan karena tidak terjadi heteroskedastisitas.

Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 14.
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

<i>Coefficients^a</i>			
Model	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>
	B	Std. Error	Beta
(Constant)	3.062	2.511	
1 Kualitas Produk	.427	.120	.391
Kualitas Pelayanan	.699	.113	.624

a. *Dependent Variable:* Kepuasan Pelanggan

(Sumber: Jumlah Diolah, 2018)

Berdasarkan tabel 14, hasil perhitungan variabel bebas dapat disusun dalam suatu model berikut:

$$Y = 3,062 + 0,2427 X_1 + 0,699 X_2 + e$$

Hasil dari analisis tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut: a) nilai *constant* (Y) sebesar 3,062, artinya jika variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan bernilai 0 (nol), maka nilai variabel kepuasan pelanggan (Y) akan berada pada angka 3,062; b) koefisien regresi X_1 (variabel kualitas produk) dari perhitungan nilai berganda menunjukkan nilai *coefficients* sebesar 0,427, artinya jika kualitas produk mengalami kenaikan sebesar 1%, maka nilai kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,427. Selain itu koefisien juga bernilai positif, artinya terdapat hubungan yang positif antara kualitas produk dengan kepuasan pelanggan.

Selanjutnya, c) berdasarkan perhitungan nilai berganda, koefisien regresi X_2 (kualitas pelayanan) menunjukkan nilai *coefficients* sebesar 0,699 yang artinya jika kualitas pelayanan mengalami kenaikan sebesar 1%, maka nilai kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,699 dan koefisiennya juga bernilai positif, artinya terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Analisis Koefisien Korelasi Berganda

Tabel 15.
Hasil Analisis Koefisien Koerelasi Berganda

<i>Model Summary</i>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.779 ^a	.606	.598	2.20586
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk				

(Sumber: Jumlah Diolah, 2018)

Data tabel 15 memperlihatkan bahwa nilai R (koefisien korelasi) adalah sebesar 0,779. Hal ini menunjukkan adanya keeratan hubungan langsung sebesar 77,9% antara variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan variabel kepuasan pelanggan PDAM Tirta Lematang kabupaten Lahat yang berjumlah 95 orang. Hubungan ini secara statistik tergolong kuat.

Uji Determinasi

Tabel 16.
Hasil Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.779 ^a	.606	.598	2.20586
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk				

(Sumber: Jumlah Diolah, 2018)

Berdasarkan tabel 16, dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh adalah sebesar 0,606. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat menerangkan 60,6% variabel kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya 39,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model analisis dalam penelitian ini.

Uji t (Parsial)Tabel 17.
Hasil Uji t

<i>Coefficients^a</i>		
Model	t	Sig.
1		
(Constant)	8.219	.000
Kualitas Produk	4.890	.002
Kualitas Pelayanan	6.179	.000
a. <i>Dependent Variable:</i> Kepuasan Pelanggan		
(Sumber: Jumlah Diolah, 2018)		

Nilai t_{tabel} dengan tingkat signifikan 5% dan *degrees of freedom* (df) dengan dk pembilang 3 dan dk penyebut 95, maka nilai t_{tabel} yang diperoleh adalah 2,000. Dengan membandingkan nilai t hitung dan t tabel maka dapat disimpulkan bahwa: a) hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai t_{hitung} sebesar 4,890, maka dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas produk secara parsial berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan; b) hasil uji t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t_{hitung} 6,179. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Uji F (Simultan)Tabel 18.
Hasil Uji F

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	689.776	2	344.888	70.880	.000 ^a
	Residual	447.655	92	4.866		
	Total	1137.432	94			
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk						
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						
(Sumber: Jumlah Diolah, 2018)						

Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel 18, diperoleh F_{hitung} sebesar 70,880. Nilai F_{tabel} pada df pembilang = 3 dan penyebut = 95 dengan taraf signifikansi 5% (0,05) adalah sebesar 8,57, maka $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ (70,880 > 8,57). Oleh karena itu, dapat

disimpulkan bahwa variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel terikat kepuasan pelanggan secara simultan atau bersama-sama.

PEMBAHASAN

Pengaruh Kualitas Poduk terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda, diketahui bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Lematang Kabupaten Lahat. Secara parsial, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil ini sejalan dengan temuan Anggraeni et al., (2016) yang menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan tersebut kemudian memunculkan rasa loyalitas pelanggan terhadap perusahaan dan akan kembali dimasa yang akan datang.

Menurut Ariana (2011) perusahaan akan memperoleh banyak keuntungan apabila memiliki konsumen yang loyal. Berikut adalah keuntungan-keuntungan tersebut: (1) mengurangi biaya pemasaran, karena apabila perusahaan menarik konsumen baru maka perusahaan harus mengeluarkan biaya yang lebih mahal; (2) mengurangi biaya transaksi, seperti biaya negosiasi kontrak, pemrosesan pesanan dan lain-lain; 3) mengurangi biaya *turn-over* konsumen, karena pergantian konsumen lebih sedikit; (4) meningkatkan penjualan silang yang akan memperbesar jangkauan pasar yang lebih luas bagi perusahaan; (5) *word of mouth* yang lebih positif; (6) mengurangi biaya kegagalan, seperti biaya penggantian dan lain-lain.

Kualitas produk merupakan *antecedent* yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Ishak, 2012). Evaluasi pelanggan terhadap kualitas produk akan dapat membantu mereka untuk mempertimbangkan produk mana yang akan mereka beli. Keinginan pelanggan merupakan fungsi dari kualitas produk. Semakin baik kualitas dari produk, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan terhadap produk tersebut dan menyebabkan pelanggan akan semakin berminat terhadap produk tersebut.

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil analisis pada penelitian ini, dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan konsumen

sehingga apabila konsumen puas maka konsumen akan melakukan pembelian ulang. Hal ini didukung oleh hasil penelitian Panjaitan & Yuliati (2016) bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini bermakna bahwa dengan adanya kepuasan terhadap pelayanan, akan membuat pelanggan selalu setia untuk menggunakan produk yang diproduksi oleh perusahaan.

SIMPULAN

Variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat menerangkan variabel kepuasan pelanggan sebesar 60,6%, sedangkan sisanya 39,4% dapat dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diamati dalam penelitian ini. Secara parsial, kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Adapun secara simultan, kualitas produk dan kualitas pelayanan juga menunjukkan adanya pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggraeni, D. P., Kumadji, S., & Sunarti, S. (2016). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 37(1), 171-177
- Ariana, E. I. M. (2011). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Kualitas Layanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan di Hotel Patra Bali Resort & Villas Kabupaten Badung*. Skripsi. Universitas Udayana Denpasar
- Ishak, A. (2012). Analisis Kepuasan Pelanggan dalam Belanja Online: Sebuah Studi tentang Penyebab (*Antecedents*) dan Konsekuensi (*Consequents*). *Jurnal Siasat Bisnis*, 16(2), 141-154
- Kotler, P. (2014). *Manajemen Pemasaran, Edisi 13, Jilid 2*. Jakarta: Prenhalindo
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat
- Marwanto, A. (2015). *Marketing Sukses*. Yogyakarta: Kobis
- Panjaitan, J. E., & Yuliati, A. L. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE Cabang Bandung. *DeReMa Jurnal Manajemen*, 11(2), 265-289
- Setyaningriani, E. D., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel *Intervening* (Studi Kasus pada Penumpang Shuttle PO. Sumber Alam Jurusan Semarang-Cilacap). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis S1 Undip*, 6(4), 1-17
- Sunarto, S. (2013). *Prilaku Konsumen*. Yogyakarta: AMUS Jogjakarta dan CV. Ngeksigondo Utama