

SOETOMO BUSINESS REVIEW

Volume 3

Edition 2

Page 251-267

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN DI ERA NEW NORMAL TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN DENGAN KEPUASAN PELANGGAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING DI PDAM DELTA TIRTA CABANG GEDANGAN SIDOARJO

Sebastian Linggar Anggrawan¹, Meithiana Indrasari²

^{1,2}Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Dr. Soetomo Surabaya Jalan Semolowawu no 84 Surabaya, Indonesia

Email: fransiskadualisedasilva@gmail.com¹, meithiana.indrasari@unitomo.ac.id²

English Title: THE INFLUENCE OF PRODUCT QUALITY AND SERVICE QUALITY IN THE NEW NORMAL ERA ON CUSTOMER LOYALTY WITH CUSTOMER SATISFACTION AS THE INTERVENING VARIABLE AT PDAM DELTA TIRTA BRANCH GEDANGAN SIDOARJO

Abstrak: Kepuasan pelanggan menjadi indikator krusial dalam usaha demi keberlangsungannya. Terciptanya kepuasan pelanggan juga dapat terbentuk melalui tingginya mutu produk dalam hal ini yaitu bersih dan sehat sesuai dengan standart protocol covid. Setelah timbulnya kepuasan pelanggan, yang perlu di tingkatkan adalah loyalitas pelanggan. Selain adanya pelayanan yang tidak optimal juga ditemukan adanya kualitas air yang kotor Dan juga kepercayaan masyarakat terhadap sumber air dari PDAM dirasa kurang bersih atau jernih sehingga kurang yakin dengan kualitas produk dari PDAM. Studi ini bertujuan dalam menganalisis dampak kualitas produk serta kualitas pelayanan secara parsial dan simultan akan kepuasan pelanggan serta loyalitas pelanggan pada PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo. Penentuan sampel dalam studi ini memakai *simple random sampling*. Populasi sampel adalah 100 pelanggan PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo. Metode analisa yang dipergunakan ialah regresi linear berganda. Hasil analisa dapat diambil kesimpulan kualitas produk serta kualitas pelayanan memberi pengaruh signifikan secara parsial serta simultan akan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan di PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan; Kualitas Pelayanan; Kualitas Produk; Loyalitas Pelanggan.

Abstract: Customer satisfaction becomes an important parameter so that the business can continue to be sustainable. The creation of customer satisfaction can also be formed through the existence of good product quality in this case that is clean and healthy in accordance with the standard protocol covid. After the onset of customer satisfaction, what needs to be improved is customer loyalty. In addition to the service that is not optimal is also found the quality of dirty water and also public confidence in the water source of the PDAM is felt less clean or clear so that it is less confident with the quality of products from PDAM. research objective to analyze how product quality and service, quality partially and simultaneously affect customer satisfaction and customer loyalty at PDAM Delta Tirta Gedangan

Sidoarjo Branch. Sampling in this research using simple random sampling. The sample population is 100 customers of PDAM Delta Tirta Gedangan Sidoarjo Branch. Analysis techniques used multiple linear regression. The analysis can be concluded that the quality of products and service quality have a significant effect partially and simultaneously on customer satisfaction and customer loyalty at PDAM Delta Tirta Gedangan Sidoarjo Branch.

Keywords: *Customer Loyalty; Customer Satisfaction; Product Quality; Service Quality.*

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Dimasa Pandemic Covid-19, Kepuasan pelanggan merupakan indikator krusial bagi usaha agar dapat bertahan. Dengan kualitas pelayanan yang baik pada sebuah badan usaha, dapat meningkatkan kepuasan untuk pengguna usaha. Kotler dan Keller (2013:138) memaparkan kepuasan sebagai rasa kecewa atau senang individu yang tercipta setelah melakukan komparasi akan hasil serta kinerja dari sebuah produk akan hasil serta kinerja yang diharapkan.

Di era New Normal seperti ini dimana masyarakat sangat berhati-hati kepada kebersihan. Maka badan usaha yang menginginkan perkembangan serta memperoleh keunggulan kompetitif dalam upaya peningkatan kepuasan konsumen harus menyediakan produk dalam barang atau jasa dengan kualitas tinggi serta terjaga kebersihannya dengan pelayanan terbaik bagi konsumen, yang dapat menciptakan kepuasan bagi pelanggan serta memiliki harapan dalam memberi dampak positif untuk badan usaha. Lovelock dalam Utami (2012:291) menjelaskan kualitas layanan sebagai sudut pandang jangka panjang dari konsumen serta penilaian kognitif dari jasa.

Terciptanya kepuasan pelanggan mampu tercipta melalui tingginya mutu produk yang baik dalam hal ini yaitu bersih dan sehat sesuai dengan standart protocol covid. Kualitas produk ialah kemampuan produk dalam menjalankan kegunaannya, mencakup durabilitas, kehandalan, presisi, aksesibilitas, serta perawatan dengan berbagai fitur unggulan lain (Kotler dan Keller, 2013: 153). Setelah timbulnya kepuasan pelanggan, yang perlu di tingkatkan adalah loyalitas pelanggan. Griffin (2012:113) memaparkan apabila individu loyal, individu tersebut memperlihatkan tingkah laku yang condong dipengaruhi oleh pertimbangan serta kesadaran penuh saat mengambil keputusan dalam membeli produk. Untuk bertahan, berkembang dan dapat bersaing dengan kompetitor lainnya maka perusahaan harus mempunyai strategi untuk menarik konsumen dan mempertahankan loyalitasnya (Raditya, B., Indrasari, M., Handini, S., & Soekiman, S.,2019)

PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan adalah Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang menyediakan layanan bagi masyarakat serta bergerak pada sector penyediaan air bersih. Hasil observasi awal yang dilakukan oleh peneliti ditemukan adanya keluhan pelanggan akan ketersediaan air yang disediakan oleh PDAM Cabang Gedangan Sidoarjo tak dapat digunakan penuh selama 24 jam per hari, hal ini dikarenakan air yang disediakan oleh PDAM Cabang Gedangan Sidoarjo hanya mengalir pada waktu-waktu tertentu saja dan biasanya hanya mengalir pada malam hari dan juga seharusnya diterapkan system berbasis online untuk mempermudah pelayanan terhadap konsumen. Hal ini menunjukkan pelayanan yang diberikan oleh PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan tidak optimal sehingga pelanggan merasa tidak puas.

Selain adanya pelayanan yang tidak optimal juga ditemukan adanya kualitas air yang kotor Dan juga kepercayaan masyarakat terhadap sumber air dari PDAM dirasa kurang bersih atau jernih sehingga kurang yakin dengan kualitas produk dari PDAM. Seperti yang disampaikan oleh Ali dalam Tjahjono (2018) yang mengungkapkan bahwa terdapat banyak keluhan pelanggan akan kualitas air yang cenderung kotor dan tidak dapat dikonsumsi untuk

diminum. PDAM adalah perusahaan yang tidak memiliki pesaing dan menjadi satu-satunya pilihan pelanggan dalam penggunaan layanan air bersih sehingga sebagai perusahaan daerah yang memonopoli pengelolaan air bersih, PDAM berkewajiban untuk meningkatkan kualitas air apalagi di era new normal seperti ini dimana masyarakat sangat memperhatikan soal kebersihan. Dan sebagai upaya peningkatan kepuasan pelanggan yang menjadi faktor penting yang perlu mendapatkan perhatian. Berdasarkan hal tersebut, studi ini mengambil judul “Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening di PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo”.

Ada pun tujuan yang ingin dicapai dalam studi ini ialah: (1) Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk serta kualitas pelayanan secara parsial akan kepuasan konsumen di PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo; (2) Menganalisa pengaruh kualitas produk serta kualitas pelayanan secara parsial akan loyalitas pelanggan di PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo; (3) Menganalisa pengaruh kualitas produk serta kualitas pelayanan secara simultan akan kepuasan pelanggan di PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo; (4) Menganalisa pengaruh kualitas produk serta kualitas pelayanan secara simultan akan loyalitas pelanggan di PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo.

TINJAUAN PUSTAKA

Kajian Teoritis

Manajemen

Dalam Robins dan Coulter (2012:8) manajemen mencakup pengawasan serta koordinasi akan kegiatan pekerjaan sehingga kegiatan pegawai terselesaikan secara efisien serta efektif. Definisi efisien ialah menghasilkan keluaran maksimal dengan usaha minimal, dilain sisi efektif ialah “melakukan hal yang benar”, yakni menjalankan beban kerja yang dapat mendorong instansi menggapai tujuan.

Kualitas Produk

Kualitas adalah ciri dan karakter secara keseluruhan sebuah produk atau jasa yang memperlihatkan kecakapan dalam memenuhi keinginan konsumen (Kotler dan Keller, 2011). Hal ini menunjukkan bahwa kualitas dalam hal ini fokus pada konsumen sehingga apabila penyedia produk dan jasa termasuk dalam kriteria kualitas produk yang tinggi apabila mampu memberikan produk yang berkualitas dan dapat memuaskan konsumen. Kualitas produk adalah kebiasaan sebuah produk dalam melaksanakan kegunaannya mencakup durabilitas, kehandalan, presisi, aksesibilitas, serta perawatan dengan berbagai fitur unggulan lain (Kotler dan Keller, 2013: 153).

Kualitas pelayanan

Kotler serta Keller (2012:356) memberi pendapat bahwa pelayanan (*service*) merupakan perbuatan penyedia jasa atau produk sebagai hal yang tidak berbentuk atau tidak wujud. Kualitas adalah keadaan sebuah produk, jasa, serta ruang lingkup yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2014:51). Dalam Parasuraman dalam Tjiptono (2014: 53) rancangan kualitas layanan yang diharapkan serta dihasilkan dipengaruhi dari mutu pelayanan. Kualitas layanan tersusun atas jaminan, daya tanggap, bukti fisik, kehandalan, serta empati. Dilain sisi, pelayanan yang diharapkan mendapatkan pengaruh besar dari beragam sudut pandang kebutuhan pribadi, komunikasi mulut ke mulut, komunikasi eksternal, serta pengalaman masa lalu, persepsi inilah yang memengaruhi pelayanan.

Kepuasan pelanggan

Kepuasan konsumen merupakan situasi harapan pelanggan dapat dipenuhi oleh produk. Kepuasan konsumen merupakan tingkatan kegunaan dari produk selaras dengan

harapaj pembeli. Kepuasan konsumen adalah tingkatan emosi individu setelah menerima kegunaan produk dengan harapannya. Kepuasan merupakan respons akan penilaian kesesuaian yang diterima antara harapan sebelum serta setelah produk dipakai (Rustanti, 2015:31). Dalam persaingan yang ketat di dunia usaha, kepuasan pelanggan memiliki peranan yang lebih krusial pada pemasaran (Mohsen, 2013). Saat sebuah produk dirasa mampu memenuhi kebutuhan yang diinginkan, mengindikasikan terdapat kepuasan pada konsumen. (Indrasari, n.d. 2019).

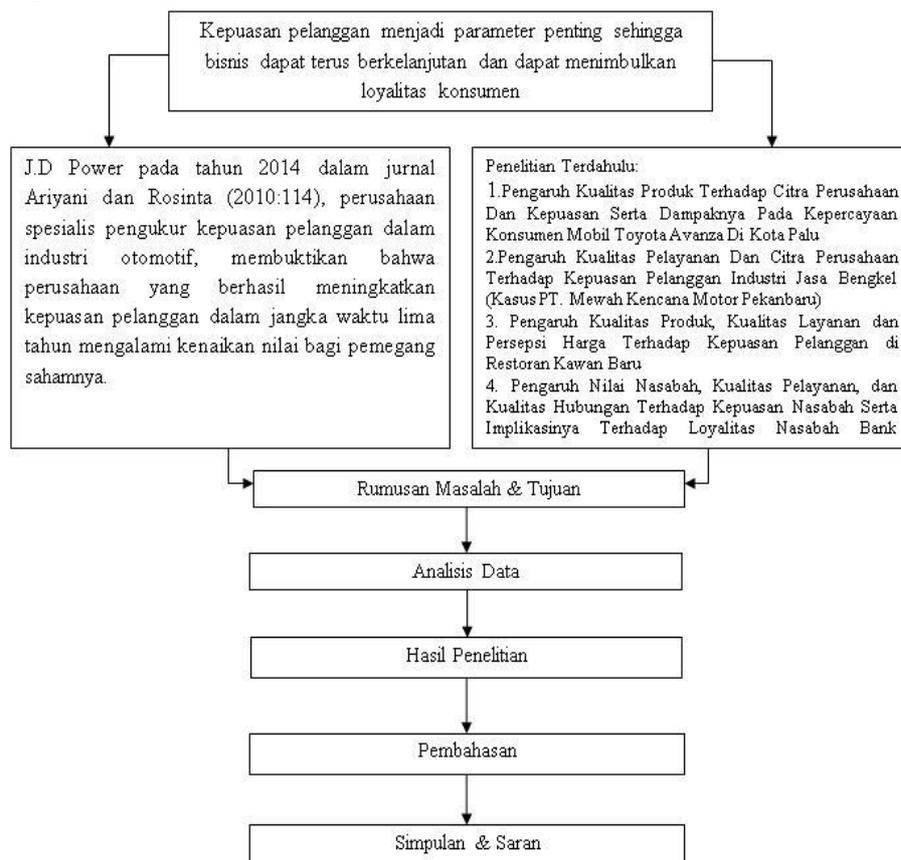
Loyalitas Pelanggan

Menurut Kotler dalam Sri Hartatik (2017) mengartikan loyalitas menjadi suatu komitmen yang berada pada lubuh hati individu sehingga akan terus menggunakan produk dari produsen yang sama sebagai bentuk dukungan akan produsen tersebut meski terdapat pengaruh dari situasi serta upaya pemasaran mampu membuat konsumen berpindah pada opsi lainnya. Dari penjelasan di atas maka bisa di ambil kesimpulan konsumen secara tidak langsung memberikan dampak lebih besar dalam mendukung produsen selain melalui rekomendasinya kepada calon konsumen yang lain.

KERANGKA KONSEPTUAL

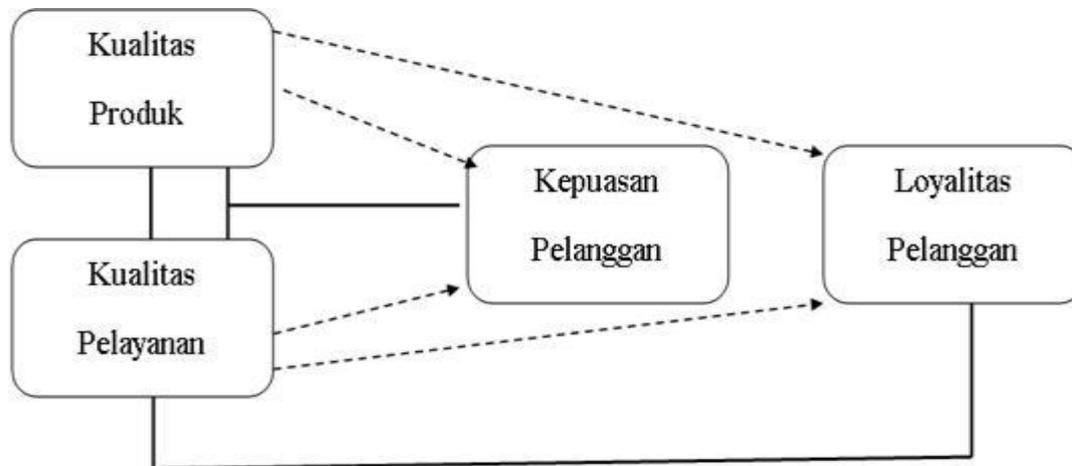
Kerangka Proses Berfikir

Berdasarkan penelitian yang akan dilakukan, berikut adalah gambar alur pikir yang akan dikembangkan oleh peneliti:



Gambar 1. Kerangka Proses Berpikir

Kerangka Pemikiran



Gambar 2. Model Penelitian

Keterangan:

- > : Pengaruh Simultan
-----> : Pengaruh Parsial

Hipotesis

Dari pola pikir yang dijelaskan, diusulkannya hipotesa pada studi ini:

- H₁ : Diduga kualitas produk serta kualitas pelayanan secara parsial akan kepuasan pelanggan di PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo
H₂ : Diduga kualitas produk serta kualitas pelayanan secara parsial akan loyalitas pelanggan di PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo
H₃ : Diduga kualitas produk serta kualitas pelayanan secara simultan akan kepuasan pelanggan di PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo
H₄ : Diduga kualitas produk serta kualitas pelayanan secara simultan akan loyalitas pelanggan di PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo

METODE PENELITIAN

Identifikasi Variabel dan Pengukurannya

Variable yang akan di teliti diidentifikasi dalam dua variabel yakni variabel independen serta variabel dependen. Variabel independen disebut X sedangkan variabel dependen di sebut Y. Variabel yang digunakan pada studi ini ada 3 (tiga) yakni: (1) Variabel dependennya adalah Loyalitas pelanggan.; (2) Variabel independennya adalah (a) Kualitas produk. Kualitas produk merupakan kemampuan barang atau jasa dalam menjalankan peranannya, mencakup durabilitas, kehandalan, presisi, aksesibilitas, serta perawatan dengan berbagai fitur unggulan lain (Kotler and Keller, 2013: 153); (b) Kualitas pelayanan. Kualitas adalah keadaan sebuah produk, jasa, serta ruang lingkup yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2014:51); (3) Variabel intervening. Kepuasan pelanggan adalah Variabel Intervening dalam penelitian ini. Kepuasan pelanggan adalah rasa yakin yang dipunyai oleh pelanggan akan layanan serta kinerja yang diberikan melalui aksi dari PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo.

Populasi serta Sampel

Populasi dalam studi ini merupakan Pelanggan di PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo sebanyak 18.703 pelanggan. Metode pengumpulan yang dipergunakan adalah dengan *probability sampling* yakni metode penentuan sampel yang menyediakan peluang yang sama untuk tiap elemen populasi untuk ditentukan sebagai sampel. Pada penentuan sampel dalam studi ini dipergunakan *simple random sampling*. Dalam Sugiyono (2016:392) *Simple random sampling* merupakan penentuan sampel dengan acak mengabaikan tingkatan yang ada dalam populasi. Sampel yang dipergunakan pada studi ini ialah pelanggan PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo yang berjumlah 100 orang.

Jenis dan Sumber Data

Studi ini termasuk kedalam jenis data kuantitatif, data yang didapatkan dalam bentuk angka dari hasil perolehan jawaban kuesioner yang disebarakan kepada pelanggan PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo. Sumber data yang didapatkan peneliti dengan data primer. Data primer berupa angket serta wawancara. Data primer adalah data yang pertama direkam serta didapatkan peneliti (Sanusi, 2011:104).

Metode Pengumpulan Data

Dalam Sugiyono (2015:193) teknik pengumpulan data bisa dijalankan menggunakan kuesioner dan pengamatan, atau kombinasi keduanya. Pada studi ini, metode pengumpulan data sebagai berikut: (1) Kuesioner; dan (2) Observasi.

Metode Analisis

Regresi Linier Berganda

Metode analisa yang dipakai ialah regresi linear berganda. Analisis regresi linear berganda dipergunakan peneliti, apabila peneliti bertujuan memprediksi kondisi variabel terikat dengan dua atau lebih variabel bebas menjadi parameter perkiraan yang diketahui besarnya (Sugiyono, 2016:275). Pemodelan regresi linear berganda ialah:

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

Dengan:

Z : Kepuasan Pelanggan

Y : Loyalitas Pelanggan

α : Konstanta

β_1, β_2 : Koefisien regresi

X_1 : Kualitas produk

X_2 : Kualitas pelayanan

ε : Residu

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisa Data

Persamaan Regresi Linear Berganda

Perolehan analisis regresi melalui program SPSS ditunjukkan pada tabel dibawah berikut:

Persamaan Jalur Sub-Struktur 1

Tabel 1
Analisa Regresi Linier Berganda Jalur Sub-Struktur 1

No.	Parameter	Koefisien Regresi	Standar Deviasi	Korelasi Partial	
				r	r ²
1.	Konstanta	-0.430	0.280		
2.	X ₁ (Kualitas Produk)	0.907	0.079	0.760	0.5776
3.	X ₂ (Kualitas Pelayanan)	0.347	0.059	0.515	0.2652

Berdasarkan hasil diatas, maka diperoleh persamaan regresi dibawah:

$$Y = -0.430 + 0.907 X_1 + 0.347 X_2$$

Dari ekuasi yang diperoleh, mampu dijelaskan bahwa: (1) nilai Konstanta adalah -0.430, hal ini berarti ketika Kualitas Produk serta Kualitas Pelayanan adalah 0, sehingga besaran kepuasan pelanggan adalah -0.430; (2) besaran koefisien Kualitas Produk (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) secara berurutan sebesar 0.907 serta 0.347 dimana besaran ini adalah positif yang mengindikasikan ketika Kualitas Produk serta Kualitas Pelayanan meningkat, semakin meningkatkan Kepuasan Pelanggan. (3) Nilai r² parsial Kualitas Produk adalah 0.5776 yang berarti kualitas produk mampu membentuk kepuasan pelanggan sebesar 57.56% sedangkan Kualitas Pelayanan memiliki nilai r² parsial sebesar 0.1204 yang berarti kualitas pelayanan mampu membentuk variabel kepuasan pelanggan sebesar 12.04%.

Persamaan Jalur Sub-Struktur 2

Tabel 2
Analisa Regresi Linier Berganda Jalur Sub-Struktur 2

No.	Parameter	Koefisien Regresi	Standar Deviasi	Korelasi Partial	
				r	r ²
1.	Konstanta	0.587	0.308		
2.	X ₁ (Kualitas Produk)	0.757	0.087	0.664	0.4409
3.	X ₂ (Kualitas Pelayanan)	0.199	0.064	0.299	0.0894

Sumber: Lampiran 6, diolah

Berdasarkan hasil diatas, maka didapatkan persamaan regresi dibawah:

$$Y = 0.587 + 0.757 X_1 + 0.199 X_2$$

Berdasarkan ekuasi yang diperoleh, mampu dijelaskan bahwa: (1) nilai Konstanta adalah 0.587, hal ini berarti ketika Kualitas Produk serta Kualitas Pelayanan bernilai 0, besaran loyalitas pelanggan senilai 0.587; (2) nilai koefisien Kualitas Produk (X_1) serta Kualitas Pelayanan (X_2) masing-masing 0.757 dan 0.199 dimana nilai ini adalah positif yang mengindikasikan ketika Kualitas Produk serta Kualitas Pelayanan meningkat, semakin meningkatkan besaran Loyalitas Pelanggan. (3) Nilai r^2 parsial Kualitas Produk adalah 0.4409 yang berarti kualitas produk mampu membentuk loyalitas pelanggan sebesar 44.09% sedangkan Kualitas Pelayanan memiliki nilai r^2 parsial sebesar 0.0894 yang berarti kualitas pelayanan mampu membentuk variabel loyalitas pelanggan sebesar 8.94%.

Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi

Tabel 3
Analisa Regresi Linier Berganda Jalur Sub-Struktur 1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838 ^a	.703	.697	.27697

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

Nilai *R-Square* (R^2) dipakai dalam pengukuran kemampuan model membentuk variabel dependen. Besaran *R-Square* yang diperoleh pada studi ini yaitu 0.703 sehingga Kualitas Produk serta Kualitas Pelayanan dapat menjabarkan Kepuasan Pelanggan sebesar 70.3% Sebesar 29.7% disebabkan oleh parameter yang tidak diteliti pada studi ini.

Nilai R digunakan untuk kedekatan relasi variabel independen dengan variabel dependen. Besaran koefisien korelasi yang didapat adalah 0.838 yang berarti relasi Kualitas Produk serta Kualitas Pelayanan akan variabel Kepuasan Pelanggan tergolong sangat tinggi.

Tabel 4
Analisa Regresi Linier Berganda Jalur Sub-Struktur 2

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.733 ^a	.537	.527	.30420

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

Nilai *R-Square* (R^2) dipakai dalam pengukuran kemampuan model membentuk variabel dependen. Besaran *R-Square* yang diperoleh pada studi ini yaitu 0.537 sehingga Kualitas Produk serta Kualitas Pelayanan dapat memberikan informasi Loyalitas Pelanggan senilai 53.7% Sebesar 46.3% dipengaruhi oleh parameter lain diluar studi ini.

Nilai R digunakan untuk kedekatan relasi variabel independen terhadap variabel dependen. Besaran koefisien korelasi yang didapat adalah 0.733 yang berarti hubungan Kualitas Produk serta Kualitas Pelayanan dengan variabel Loyalitas Pelanggan tergolong tinggi.

Uji Simultan (Uji F)

Uji F dipergunakan dalam mengetahui dampak simultan variabel independen. Berikut adalah hasil uji F dalam studi ini.

Uji F Jalur Sub-Struktur 1

Tabel 5

Hasil Analisa Pengaruh Secara Simultan Jalur Sub-Struktur 1

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	17.606	2	8.803	114.758	.000 ^a
	Residual	7.441	97	.077		
	Total	25.047	99			

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari hasil pada tabulasi 5, diperoleh hasil bahwa besaran Sig adalah 0.000 lebih kecil dari 0,05, menyebabkan parameter Kualitas Produk serta Kualitas Pelayanan mempunyai dampak signifikan akan Kepuasan Pelanggan.

Uji F Jalur Sub-Struktur 2

Tabel 6

Hasil Analisa Pengaruh Secara Simultan Jalur Sub-Struktur 2

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.411	2	5.205	56.253	.000 ^a
	Residual	8.976	97	.093		
	Total	19.387	99			

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

b. Dependent Variable: Loyalitas

Hasil pada tabulasi 6, diperoleh hasil bahwa besaran Sig adalah 0.000 lebih kurang dari 0,05, menyebabkan parameter Kualitas Produk serta Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh signifikan akan Loyalitas Pelanggan.

Uji Parsial (Uji t)

Uji t dijalankan dalam mengetahui dampak variabel independent secara parsial akan variabel dependen.

Tabel 7
Hasil Analisa Varians Hubungan Secara Parsial

Pengujian	Parameter	t	Sig.
Jalur Sub-Struktur 1	Kualitas Produk → Kepuasan Pelanggan	11.505	0.000
	Kualitas Pelayanan → Kepuasan Pelanggan	5.916	0.000
Jalur Sub-Struktur 2	Kualitas Produk → Loyalitas Pelanggan	8.738	0.000
	Kualitas Pelayanan → Loyalitas Pelanggan	3.088	0.003

Pengaruh secara parsial Kualitas Produk akan Kepuasan Pelanggan

Nilai Sig yang didapatkan pada variabel Kualitas Produk dengan Kepuasan Pelanggan ialah $0.000 < 0.050$, hal tersebut mengindikasikan Kualitas Produk secara parsial mempunyai pengaruh signifikan akan Kepuasan Pelanggan, menyebabkan hipotesa yang diusulkan terbukti kebenarannya.

Pengaruh secara parsial Kualitas Pelayanan akan Kepuasan Pelanggan

Nilai Sig yang didapatkan pada variabel Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan ialah 0.000 atau < 0.050 , hal tersebut memiliki arti Kualitas Pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh signifikan akan Kepuasan Pelanggan, menyebabkan hipotesa yang diusulkan terbukti kebenarannya.

Pengaruh secara parsial Kualitas Produk akan Loyalitas Pelanggan

Nilai Sig yang didapatkan pada variabel Kualitas Produk dengan Loyalitas Pelanggan ialah 0.000 atau < 0.050 , hal tersebut memiliki arti Kualitas Produk secara parsial memiliki pengaruh signifikan akan Loyalitas Pelanggan, menyebabkan hipotesa yang diusulkan terbukti kebenarannya.

Pengaruh secara parsial Kualitas Pelayanan akan Loyalitas Pelanggan

Nilai Sig yang didapatkan pada variabel Kualitas Pelayanan dengan Loyalitas Pelanggan ialah 0.003 atau < 0.050 , hal tersebut memiliki arti Kualitas Pelayanan secara parsial memiliki pengaruh signifikan akan Loyalitas Pelanggan, menyebabkan hipotesa yang diusulkan terbukti kebenarannya.

Path Model

Kalkulasi nilai e masing-masing persamaan struktural terlihat pada kalkulasi berikut.

Persamaan 1

Tabel 8

Koefisien Determinasi Persamaan 1

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.838 ^a	.703	.697	.27697

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

Menurut tabulasi 8, diketahui besaran $R_1^2 = 0.703$ maka,

$$e_1^2 = (1 - R_2)$$
$$= (1 - 0.703)$$

$$= 0.297$$

$$e_1 = \sqrt{0.297} = 0.088$$

Persamaan 2

Tabel 9
Koefisien Determinasi Persamaan 2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.733 ^a	.537	.527	.30420

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

Menurut tabulasi 9 terlihat besaran $R^2 = 0.537$ maka,

$$\begin{aligned}
 e_2^2 &= (1 - R_2) \\
 &= (1 - 0.537) \\
 &= 0.463 \\
 e_2 &= \sqrt{0.463} = 0.214
 \end{aligned}$$

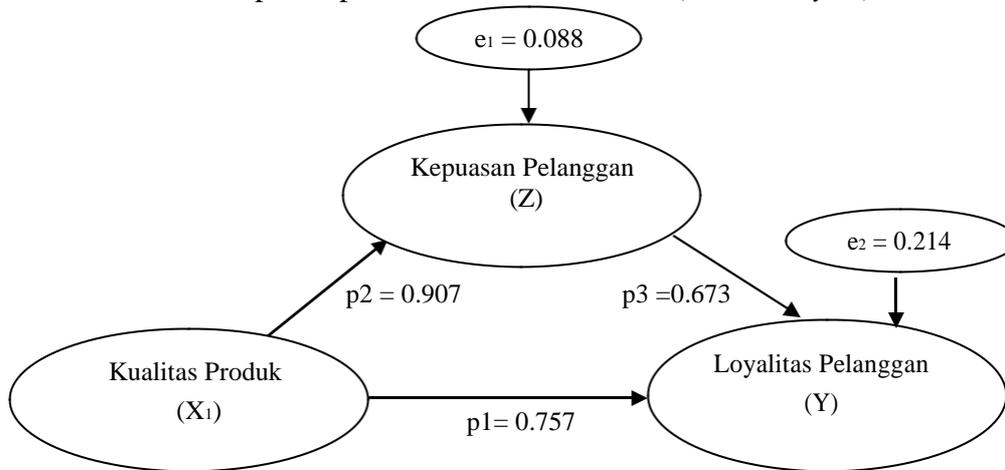
Penjelas kalkulasi:

Pengaruh langsung ($X_1 \rightarrow Y$) = $p_1 = 0.757$

Pengaruh Tak langsung ($X_1 \rightarrow Z$)*($Z \rightarrow Y$) = $p_2 \times p_3 = 0.907 \times 0.673 = 0.610$

Jumlah Pengaruh ($X_1 \rightarrow Y$)+($X_1 \rightarrow Z$)*($Z \rightarrow Y$) = $p_1 + (p_2 \times p_3) = 0.757 + (0.610) = 1.367$

Gambar 3. merupakan pemodelan Analisis Jalur (*Path Analysis*).



Gambar 3. Model Analisis Jalur 1 (*Path Analysis 1*) secara lengkap

Berdasarkan hasil gambar 3 diatas, ditunjukkan nilai pengaruh langsung Kualitas Produk akan Loyalitas Pelanggan adalah 0.757 sedangkan pengaruh tak langsung Kualitas Produk akan Loyalitas Pelanggan menggunakan Kepuasan Pelanggan bernilai 0.610 sehingga keseluruhan pengaruh adalah sebesar 1.367. Dengan melihat hasil ini bisa diindikasikan besaran pengaruh tak langsung adalah lebih rendah dibandingkan pengaruh langsung. Mampu disimpulkan Kepuasan Pelanggan (Z) tidak terbukti sebagai variabel intervening (Z).

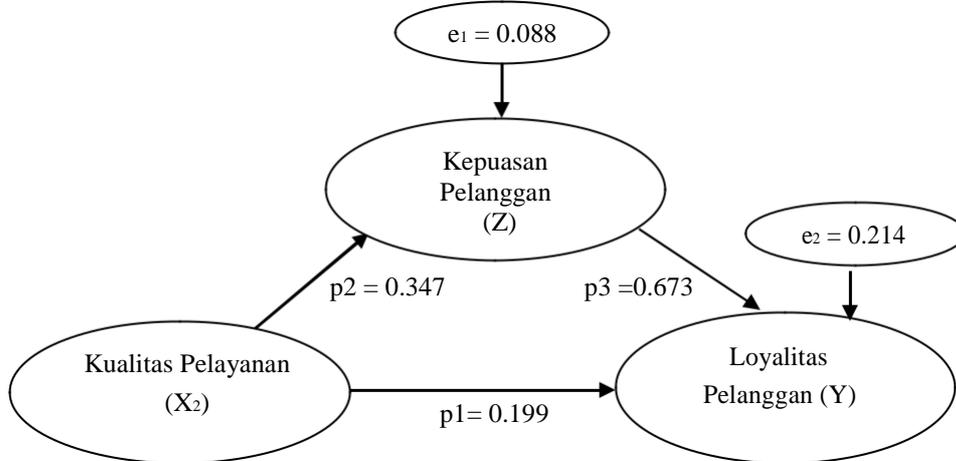
Penjelas kalkulasi:

Pengaruh langsung ($X_2 \rightarrow Y$) = $p_1 = 0.199$

Pengaruh Tak langsung ($X_2 \rightarrow Z$)*($Z \rightarrow Y$) = $p_2 \times p_3 = 0.347 \times 0.673 = 0.234$

Total Pengaruh $(X_2 \rightarrow Y) + (X_2 \rightarrow Z) * (Z \rightarrow Y) = p_1 + (p_2 * p_3) = 0.199 + 0.234 = 0.433$

Gambar 4 merupakan pemodelan Analisa Jalur (*Path Analysis*).



Gambar 4. Model Analisis Jalur 2 (*Path Analysis 2*) secara lengkap

Berdasarkan hasil gambar 4 diatas, ditunjukkan besaran pengaruh langsung Kualitas Pelayanan akan Loyalitas Pelanggan sebesar 0.199 dilain sisi pengaruh tak langsung Kualitas Pelayanan akan Loyalitas Pelanggan menggunakan Kepuasan Pelanggan sebesar 0.234 sehingga total pengaruh adalah sebesar 0.433. Dengan melihat hasil ini bisa didapatkan besaran dampak tak langsung adalah lebih besar daripada pengaruh langsung. Mampu diartikan Kepuasan Pelanggan (Z) terbukti sebagai variabel mediasi(Z).

Pembahasan

Pengaruh Kualitas Produk Serta Kualitas Pelayanan Secara Parsial Akan Pelanggan

Kualitas adalah elemen penting yang patut mendapat perhatian oleh perusahaan sehingga dapat berkembang serta menjadi pilihan pelanggan. Dari pengujian t yang telah dilaksanakan, diperoleh hasil Kualitas Produk secara parsial memiliki pengaruh signifikan akan kepuasan pelanggan karena memiliki besaran Sig. 0.000 atau < 0.050 maka bisa disimpulkan kualitas produk yang ditawarkan mampu mempengaruhi kepuasan seorang pelanggan. Hal tersebut mengindikasikan makin tinggi kualitas produk yang disediakan PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo, kepuasan pelangganpun mengalami peningkatan. Hasil analisis dalam studi selaras dengan studi Montung et al (2015) yang menghasilkan hal yang sama bahwa secara parsial kualitas produk memiliki pengaruh positif serta signifikan akan kepuasan pelanggan.

Dari keluaran uji t yang telah dijalankan juga didapatkan hasil Kualitas Pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh signifikan akan kepuasan pelanggan sebab memiliki besaran Sig 0.000 di bawah 0.050 sehingga mampu mengindikasikan meningkatnya kualitas layanan yang disediakan, dapat mengembangkan kepuasan pelanggan. Hasil tersebut mengindikasikan kualitas layanan yang disediakan PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo yang meningkat, dapat mengembangkan kepuasan pelanggan. Dalam artian, kualitas layanan yang baik dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Untuk upaya memperoleh layanan dengan kualitas tinggi untuk mengembangkan kepuasan pelanggan, perusahaan diharuskan untuk dapat mengidentifikasi pelanggan, sehingga dapat mengerti bagaimana sudut pandang serta harapan pelanggan terkait kualitas layanan. Dengan melihat hasil ini, maka apabila PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo hendak mengembangkan kepuasan pelanggan, krusial dalam memperhatikan kualitas Pelayanan yang diberikan perusahaan bagi konsumen. Hasil studi ini selaras dengan studi Rajagukguk serta Kasmiruddin (2015) yang menyimpulkan kualitas layanan memiliki indikator yang saling

berpengaruh positif akan variabel terikat yakni kepuasan pelanggan menandakan hipotesa “Diduga kualitas produk serta kualitas pelayanan secara parsial akan kepuasan pelanggan di PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo”, dinyatakan diterima.

Pengaruh Kualitas Produk Serta Kualitas Pelayanan Secara Parsial Akan Loyalitas Pelanggan

Keluaran uji t yang telah dijalankan, dibuktikan kualitas produk secara parsial memiliki pengaruh signifikan positif akan kesetiaan pelanggan sebab mempunyai besaran Sig 0.000 atau < 0.050 . Hal itu berarti semakin baik kualitas produk, dapat meningkatkan kesetiaan pelanggan. Kualitas mampu mempengaruhi bagaimana pelanggan menjadi loyal karena kualitas yang dirasakannya setelah melakukan pembelian dan mengkonsumsi. Kualitas produk yang baik akan mensugesti konsumen dalam membeli lagi dan mampu membentuk kesetiaan konsumen. Kualitas produk mampu menjadi pondasi jangka panjang serta membentuk aset vital bagi perusahaan. Pelanggan yang loyal akan memiliki kemauan untuk merekomendasikan kepada orang lain tentang reputasi perusahaan yang baik. Dari hasil yang didapat dalam studi ini, dapat diartikan tingkat kualitas produk yang ditawarkan PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo akan mampu meningkatkan loyalitas pelanggan kepada PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo. Dengan demikian, untuk meningkatkan loyalitas pelanggan PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo maka diperlukan adanya produk dengan kualitas yang baik.

Hasil uji t yang dijalankan, didapatkan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan positif akan kesetiaan konsumen sebab mempunyai besaran Sig 0.000 atau < 0.050 . Hasil ini mampu menyimpulkan kualitas pelayanan yang meningkat dapat semakin meningkatkan kesetiaan pelanggan. Dalam upaya mempertahankan perusahaan, meningkatkan daya saing, dan dapat berkembang maka perusahaan diharuskan untuk dapat memberikan pelayanan dengan mutu baik yang bisa memenuhi kebutuhan konsumen. Keinginan dan kebutuhan pelanggan yang terpenuhi akan dapat mempertahankan pelanggan untuk tidak berpindah pada produk yang lain. Dalam menghadapi situasi tersebut, dibutuhkan pengembangan layanan serta produk dengan menitikberatkan pelayanan yang mementingkan kepuasan konsumen. Dengan demikian, penting bagi PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo untuk memberikan pelayanan yang berkualitas agar dapat meningkatkan kesetiaan pelanggan. Hasil studi sama dengan temuan Iskawanto Kurniawa Dan Muchsin S. Shihab (2015) yang menghasilkan kualitas layanan mempengaruhi secara langsung akan loyalitas. Hal tersebut berarti hipotesis yang berbunyi “Diduga kualitas produk serta kualitas pelayanan secara parsial akan loyalitas pelanggan di PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo”, dinyatakan diterima.

Pengaruh Kualitas Produk Serta Kualitas Pelayanan Secara Simultan Akan Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji F, diperoleh nilai dampak kualitas produk serta pelayanan akan kepuasan konsumen adalah 70.3%. dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan, dibutuhkan adanya strategi yang baik untuk menyediakan layanan serta produk dengan berkualitas. Kepuasan pelanggan diindikasikan dari adanya kepuasan saat menggunakan layanan di tempat tersebut, merasa puas dengan keterampilan manajemen dan kualitas layanan tempat tersebut, merasakan puas dengan sikap dan layanan yang diberikan oleh pegawai tempat tersebut, dan merasa puas dengan proses manajemen dan prosedur di tempat tersebut.

Pengaruh Kualitas Produk Serta Kualitas Pelayanan Secara Simultan Akan Loyalitas Pelanggan

Berdasarkan keluaran pengujian F, diperoleh nilai dampak kualitas produk serta pelayanan akan loyalitas konsumen adalah 70.3%. Sebagai upaya meningkatkan kesetiaan konsumen, dibutuhkan adanya strategi yang baik untuk memberikan layanan serta produk dengan berkualitas. Loyalitas konsumen diindikasikan dengan adanya pembelian ulang dengan rutin, melakukan pembelian akan produk lainnya, serta memberikan rekomendasi jasa serta produk tersebut kepada orang lain.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari analisa data yang dilakukan, bisa diambil beberapa simpulan untuk menjawab rumusan masalah diantaranya yaitu: (1) Kualitas produk serta pelayanan mempunyai pengaruh signifikan secara parsial akan kepuasan pelanggan di PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo, dengan demikian hipotesis dinyatakan diterima; (2) Kualitas produk serta pelayanan memiliki pengaruh signifikan secara parsial akan kesetiaan pelanggan di PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo, dengan demikian hipotesis dinyatakan diterima; (3) Kualitas produk serta pelayanan memiliki pengaruh signifikan secara simultan akan kepuasan pelanggan di PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo, dengan demikian hipotesis dinyatakan diterima; (4) Kualitas produk serta pelayanan memiliki pengaruh signifikan secara simultan akan kesetiaan pelanggan di PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo, dengan demikian hipotesis dinyatakan diterima.

Saran

Berikut adalah masukan yang diajukan bagi instansi terkait pada studi ini: (a) Diharapkan agar PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo tetap memperhatikan kualitas air bersih dan kualitas pelayanan; (b) Pihak PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo dianjurkan mengembangkan kualitas layanan yang diberikan layaknya kualitas air, higienitas dari air, mempertimbangkan koefisien mutu produk yang diberikan tinggi bagi pengguna, dengan mengembangkan kualitas produk dapat meningkatkan rasa puas konsumen sehingga dapat mempertahankan konsumen serta memperoleh konsumen baru sehingga pelanggan terus menggunakan produk dan layanan jasa dari PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo; (c) PDAM Delta Tirta Cabang Gedangan Sidoarjo patut memberi atensi pada kualitas layanan yang diberikan dalam usaha mengembangkan kepuasan pelanggan serta meningkatkan kesetiaan konsumen. Disebabkan, perkembangan pesat memberi sudut pandang baru bagi konsumen; (d) Untuk studi selanjutnya diharapkan bisa memakai indikator selain kualitas produk serta kualitas pelayanan sebagai elemen yang memberi pengaruh akan loyalitas serta kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agung A. A., dan M. Indrasari. (2015). “Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Pada Keputusan Pembelian Kaos Oblong Cak Cuk Surabaya”. *Journal Fakultas Ekonomi Universitas Dr Soetomo*.
- Aryani, D dan Rosinta, F. (2010). “Pengaruh kualitas Layanan Terhadap Kepuasan. Pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Pelanggan”. *Jurnal Ilmu. Administrasi dan Organisasi*. 17. (2).
- Aspiani, A. (2018). “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Pengguna Jasa Transportasi Grab Online di Kota Makassar”. *Diploma thesis*, Universitas Negeri Makassar.
- Barnawi. M. Arifin. (2012). *Manajemen Sarana dan Prasarana Sekolah*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griffin. (2012). *A first look at communication theory*. New York: McGraw-Hill Companies
- Gumelar, S.F. (2014). Pengertian dan Macam-macam Multimedia Pembelajaran., <https://alfjrshare.blogspot.com/2014/02/pengertian-dan-macam-macam-multimedia.html>.
- Handoko, T. Hani. (2011). *Manajemen Personalia dan Sumberdaya Manusia*. Yogyakarta: Penerbit BPFE.
- Indrasari, M., Hapsari, I. N., & Sukesni, S. (2019). “Customer loyalty: effects of salesinformation system, marcomm, and brand ambassadors”. *Jurnal Studi Komunikasi*, 3 (2), 182-198.
- Indrasari, M., Newcombe, P., Eliyana, A., and Y, Eddy. (2015). “The Influence of Academic Climate and Individual Creativity on Lecturer Competence in Private University at Surabaya Indonesia”. *International Journal of Business and Management*; 10, (8) : 127-134.
- Iskawanto K., Dan Muchsin S. Shihab. (2015). “Pengaruh Nilai Nasabah, Kualitas Pelayanan, dan Kualitas Hubungan Terhadap Kepuasan Nasabah Serta Implikasinya Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Syariah Mandiri”. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya*. 13 (2) : 199-216.
- Kotler dan Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13* Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., and K. L. Keller. (2011). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jilid 1 dan 2, Alih Bahasa : Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., dan Keller, K. L. (2013). *Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua*., Jakarta: Erlangga.
- Kreitner, R., dan A, Kinicki. (2014). *Perilaku Organisasi*. Edisi 9. Buku 1. Jakarta: Salemba Empat.

- Kuncoro, M. (2013). *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*. Edisi 3. Jakarta: Erlangga.
- Mohsin, B., Bharwana, TK., dan M. Mohsin. (2013). "Impact of Service Quality on Customers' Satisfaction: A Study from Service Sector especially Private Colleges of Faisalabad, Punjab, Pakistan," *International Journal of Scientific and Research Publications*, 3, (5), 2250-3153.
- Montung et al (2015) "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan dan Persepsi Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Kawan Baru". *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*. 15 (05) : 678-689.
- One S. G. Redyan., dan M. Indrasari. (2015). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga, dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pasien Di Laboratorium Granostic Surabaya". *Journal Fakultas Ekonomi Universitas Dr Soetomo*. 25 (1) : 171-195.
- Phi, H. D., Thanh, L. P., and B. Ng. Viet. (2018). "Effects Of Service Quality On Customer Satisfaction And Customer Loyalty: A Case Of 4- And 5-Star Hotels In Ho Chi Minh City, Vietnam. *BEH - Business and Economic Horizons*. 14 (3), 437-450.
- Raditya, B., Indrasari, M., Handini, S., and Soekiman, S., (2019). "The Effect of Quality of Products and Services on Trust and Decision of Customers to Choose Banks (Study at Sampang Bank Rakyat Indonesia Branch)". Proceedings of the 1st Asian Conference on Humanities, Industry, and Technology for Society, ACHITS 2019, 30-31 July 2019, Surabaya, Indonesia.
- Rajagukguk dan Kasmiruddin. (2015). "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan Pelanggan Industri Jasa Bengkel (Kasus PT. Mewah Kencana Motor Pekanbaru)". *JOM FISIP*. 2 (2) : 1-13.
- Robbins, Stephen P. and Mary Coulter. (2012). *Management*, Eleventh Edition,. (United States of America: Pearson Education Limited)
- Rustanti, N. (2015). *Buku Ajar Ekonomi*. Penerbit Deepublish:Yogyakarta.
- Sanusi, A. (2011). *Metode Penelitian Bisnis*, Salemba Empat, Jakarta.
- Sarifuddin. (2017). "Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Citra Perusahaan Dan Kepuasan Serta Dampaknya Pada Kepercayaan Konsumen Mobil Toyota Avanza Di Kota Palu. *Jurnal Katalogis*, 5 (7), 191–216.
- Siagian, 2013, *Manajemen Sumber daya Manusia*, Bumi Aksara, Jakarta.
- Sri, Hartatik. (2017). "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Promosi terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Go-Jek Di Kota Semarang)". *Skripsi*, Fakultas Ekonomi & Bisnis.
- Sugiyono (2011). *Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cetakan ke-24. Bandung: Alfabeta.

Sujarweni, V. W., & Endrayanto, P. (2012). *Statistika Untuk Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Tjahjono, H. K. (2018).

Tjiptono, F. (2014), *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*, Andi. Offset, Yogyakarta.

Utami, C. W. (2012), *Manajemen Ritel*, Edisi Kedua, Jakarta: Penerbit. Salemba Empat.