

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PDAM MOJOKERTO



Oleh
Muhammad Atho'illah
NIM : 15510189

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2020**

SKRIPSI

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PDAM MOJOKERTO

Diusulkan untuk Penelitian Skripsi
pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN)
Maulana Malik Ibrahim Malang



Oleh

Muhammad Atho'illah

NIM : 15510189

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2020**

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN
KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DI PDAM MOJOKERTO**

SKRIPSI

Oleh

MUHAMMAD ATHO'ILLAH

NIM : 15510189

Telah disetujui 24 April 2020

Dosen Pembimbing,



Dr. Ir. Masyhuri, MP

NIDN: 0725066501

Mengetahui:

Ketua Jurusan,



Drs. Agus Sucipto, MM., CRA

NIP. 196708162003121001

HALAMAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS
PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PDAM
MOJOKERTO**

Oleh :

MUHAMMAD ATHO'ILLAH

NIM : 15510189

Telah diseminarkan tanggal :

Susunan Dewan Penguji

Tanda Tangan

1. Ketua Penguji

Ahmad Muis, M.Ag
NDT. 197111110 201608011043

()

2. Penguji Utama

Fani Firmansyah. S.E., M.M
NIP. 197701232009121001

()

3. Sekretaris / Pembimbing

Dr. Ir. H. Masyhuri, MP.
NIDN. 0725066501

()

Mengetahui,

Ketua Jurusan,

**Drs. Agus Sucipto, MM
NIP 196708162003121001**

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Atho'illah

NIM : 15510189

Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

Menyatakan bahwa “Skripsi” yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan Judul:

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PDAM MOJOKERTO

Adalah hasil karya saya sendiri, bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada “klaim” dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Mojokerto, 8 Mei 2020

Hormat saya,



Muhammad Atho'illah

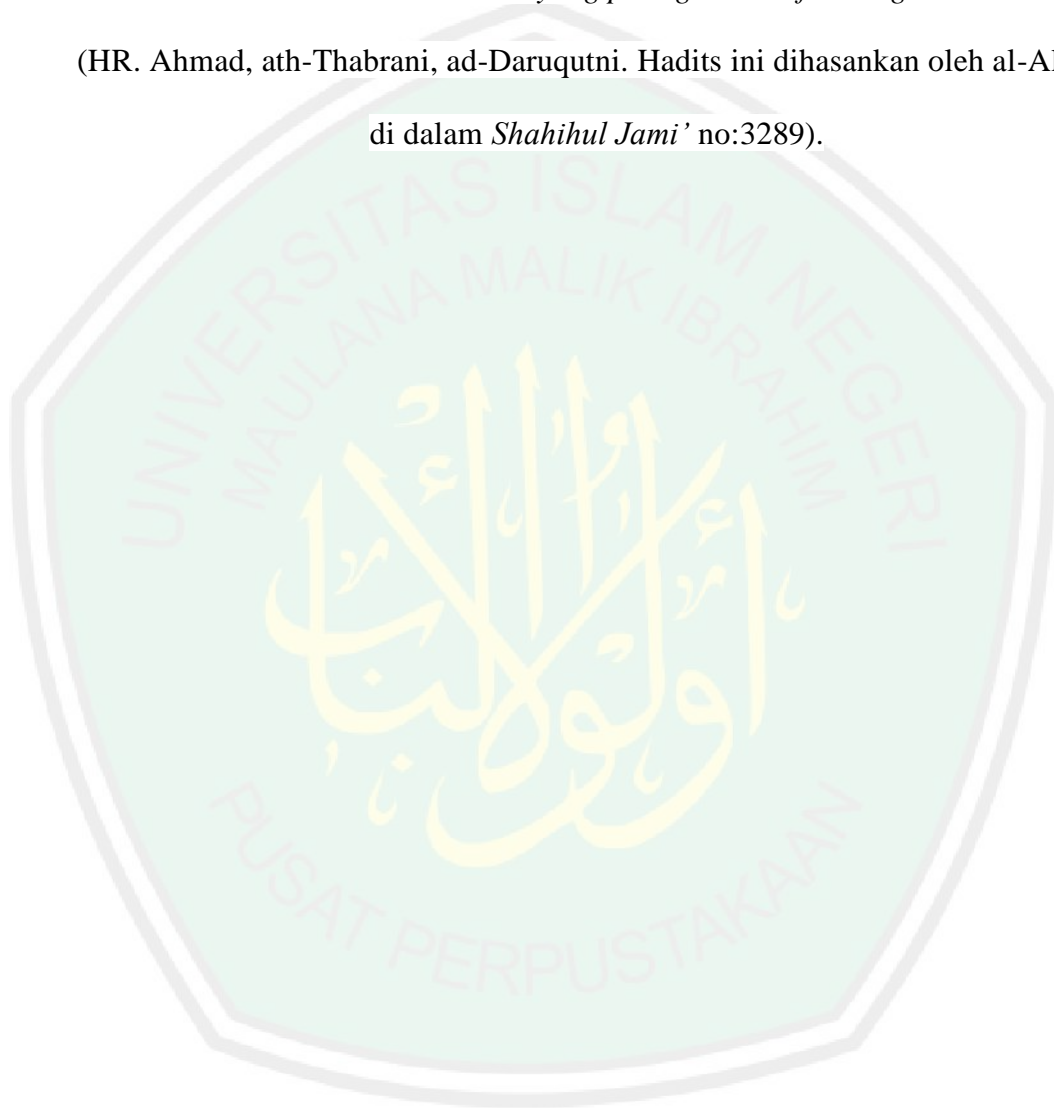
NIM : 15510189

HALAMAN MOTTO

خير الناس أنفعهم للناس

“Sebaik-baik manusia adalah yang paling bermanfaat bagi manusia”

(HR. Ahmad, ath-Thabrani, ad-Daruqutni. Hadits ini dihasankan oleh al-Albani di dalam *Shahihul Jami’* no:3289).



KATA PENGANTAR

Alhamd li Allâhi Rabb al-‘Ālamîn, la Hawl wala Quwwat illa bi Allah al-‘Āliyy al- ‘Ādhîm, dengan hanya rahmat-Mu serta hidayah-Nya penulisan skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PDAM Mojokerto**” dapat diselesaikan. *Shalawat* dan Salam senantiasa kita haturkan kepada Nabi Muhammad SAW sebagai suri tauladan umat manusia.

Dengan segala upaya serta kerja keras, bimbingan maupun pengarahan dan hasil diskusi dari berbagai pihak dalam proses penulisan skripsi ini, maka dengan segala kerendahan hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tiada batas kepada:

1. Prof. Dr. H. Abd. Haris, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Dr. H. Nur Asnawi, M.Ag. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Drs. Agus Sucipto, MM., CRA, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Dr. Ir. Masyhuri MP selaku dosen pembimbing skripsi penulis, terimakasih banyak atas waktu, arahan, motivasi, serta nasehatnya.
5. Choirul Rozi, S.S., M.Pd. selaku dosen wali penulis. Terimakasih atas bimbingan beliau selama menempuh perkuliahan.
6. Segenap Dosen dan staf karyawan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, penulis ucapkan banyak terimakasih atas segalanya selama penulis menempuh pendidikan.
7. Terimakasih juga penulis sampaikan kepada Dewan Penguji skripsi ini yang telah memberikan masukan untuk penyempurnaannya.
8. Terkhusus kepada kedua orang tua penulis. Ibu Hj. Mutammimah dan Ayah H. Danu Raharjo yang telah mendukung dari segala aspek, dan memberikan nasehat dan motivasi, serta doa-doa tulus untuk penulis.

9. Kepada kakak penulis Elok Fatkhiyah beserta keluarga, dan kakak Umi Rifda beserta keluarga serta kerabat yang turut memberikan support dan doa untuk penulis.
10. Kepada calon istri Anisa Rosa'adah beserta keluarga, penulis sampaikan terimakasih tak terhingga atas dukungan dan doanya untuk kelancaran penulisan skripsi.
11. Untuk teman-teman jurusan Manajemen angkatan 2015 yang telah memberikan pengalaman baru dalam perjalanan menuntut ilmu di kampus ini.
12. Kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

Semoga apa yang telah penulis peroleh bisa bermanfaat bagi semua, khususnya bagi penulis pribadi. penulis menyadari bahwasanya skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharap kritik maupun saran yang membangun dari pembaca untuk kesempurnaan skripsi ini sehingga dapat lebih bermanfaat. Amiin.

Mojokerto, 8 Mei 2020

Penulis,

Muhammad Atho'illah

NIM 15510189

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
HALAMAN MOTTO	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	ix
ABSTRAK	x
ABSTRACT	xi
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
1.4 Batasan penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	
2.1 Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2 Landasan Teori	26
2.2.1 Kepuasan konsumen	29
2.2.2 kualitas pelayanan	32
2.2.3 kualitsas produk.....	35
2.3 Kerangka Konseptual	35
2.4 Hipotesis	36
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis dan Pendektan Penelitian	37
3.2 Lokasi Penelitian	37
3.3 Populasi dan Sample	38
3.4 Teknik Pengambilan Sample	39
3.5 Data dan Jenis Data.....	39
3.6 Teknik Pengumpulan	40
3.7 Definisi Opetarasional Variabel	41
3.8 Analisis Data	44
3.9 Teknik Analisis Data.....	45
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Paparan Data Hasil Penelitian.....	48
4.2 Pembahasan.....	64
BAB V PENUTUP	
5.1 Kesimpulan	72
5.2 Saran.....	72
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

ABSTRAK

Muhammad Atho'illah. 2020. SKRIPSI. Judul; “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pdam Mojokerto”

Pembimbing : **Dr. Ir. Masyhuri, MP**

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Produk, Kepuasan Pelanggan

PDAM Djoebel Tirta merupakan wujud pelayanan yang diberikan oleh pemerintah terhadap masyarakat. Bertujuan untuk turut serta dalam pembangunan ekonomi, dengan cara menyediakan air minum yang bersih, sehat, dan memenuhi persyaratan kesehatan bagi masyarakat di sekitar Kabupaten Mojokerto. Berangkat dari pengamatan penulis dapat disimpulkan, bahwa seiring dengan bertambahnya kebutuhan terhadap air bersih, pihak PDAM harus memiliki pelayanan yang baik dan menjaga kualitas produk untuk setiap pelanggannya. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih jauh tentang analisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PDAM di Mojokerto.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif yang menggunakan angka yang kemudian diolah dengan menggunakan analisis statistik. Penelitian dilakukan di PDAM Djoebel Tirta yang terletak di Jln. Pahlawan No.4, Mojosari, Kabupaten Mojokerto. Populasi seluruh pelanggan PDAM, sedangkan sampel diambil 120 orang pelanggan secara acak. Metode pengumpulan yang digunakan peneliti adalah kuisioner.

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa : Secara simultan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PDAM Mojokerto. Secara parsial variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PDAM Mojokerto. Kualitas produk menjadi variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada PDAM Mojokerto.

ABSTRACT

Muhammad Atho'illah. 2020. THESIS. Title: "Analysis of influence of service quality and product quality to customer satisfaction in Mojokerto Pdam

Advisor : **Dr. Ir. Masyhuri, MP**

Keywords: Quality of service, product quality, customer satisfaction

Djoebel Tirta PDAM is a form of service provided by the Government to the community. Aims to participate in economic development, by providing clean, healthy drinking water, and meeting health requirements for the communities around Mojokerto Regency. Departing from the observation of the author can be concluded, that as the need for water increase, the PDAM must have good service and maintain the quality of products for each customer. Therefore, researchers are interested to study more about the analysis of the influence of quality service and product quality to the satisfaction of PDAM customers in Mojokerto.

This research is a quantitative study using a number that is processed using statistical analysis. Research conducted at the water utility of Djoebel Tirta which is located on Jln. Pahlawan No. 4, Mojosari, Mojokerto regency. The population of all PDAM customers, while samples were taken 120 random customers. The collection method used by researchers is a questionnaire.

Based on the results of the research and discussion above, it can be concluded that: simultaneously the variable quality of service and product quality has a significant effect on consumer satisfaction on a Mojokerto PDAM. A partial variable of service quality and product quality significantly affects the customer satisfaction of the Mojokerto PDAM. The quality of the product becomes the most dominant variable for consumer satisfaction on Mojokerto PDAM.

مستخلص

محمد عطاء لله. 2020. البحث الجمعي. الموضوع: "تحليل تأثير جودة الخدمة وجودة المنتج على رضا العملاء في موجوكرتو بدام"

المشرف : , مشهري, الماجستير.

الكلمات الرئيسية: جودة الخدمة، جودة المنتج، رضا العملاء

ودوبل تيرتا PDAM هو شكل من أشكال الخدمة التي تقدمها الحكومة إلى المجتمع المحلي. يهدف إلى المشاركة في التنمية الاقتصادية، من خلال توفير مياه شرب نظيفة وصحية، وتلبية المتطلبات الصحية للمجتمعات المحيطة بشركة مومهرجتو ريجنسي. الخروج عن ملاحظة المؤلف يمكن استنتاجها ، أنه مع الحاجة إلى زيادة المياه ، يجب أن يكون PDAM خدمة جيدة والحفاظ على جودة المنتجات لكل عميل. لذلك ، يهتم الباحثون بدراسة المزيد حول تحليل تأثير جودة الخدمة وجودة المنتج بما يرضي عملاء PDAM في موجوكرطا.

هذا البحث هو دراسة كمية باستخدام عدد تتم معالجته باستخدام التحليل الإحصائي. البحوث التي أجريت في مرفق المياه من "جوبل ترتا" التي تقع في الشارع فاهالاوان رقم الرابع، موجوساري، موجوكرطا ريجنسي. عدد سكان جميع عملاء PDAM ، في حين تم أخذ عينات ١٢٠ عميلاً عشوائياً. طريقة الجمع المستخدمة من قبل الباحثين هي استبيان. بناء على نتائج البحث والمناقشة أعلاه ، يمكن استنتاج أنه: في الوقت نفسه فإن جودة الخدمة المتغيرة وجودة المنتج لها تأثير كبير على رضا المستهلك على موجوكرطا . PDAM متغير جزئي من جودة الخدمة وجودة المنتج يؤثر بشكل كبير على رضا العملاء من PDAM موجوكرطا . جودة المنتج يصبح المتغير الأكثر هيمنة لرضا المستهلك على مومهرجو. PDAM.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Air bersih merupakan bagian dari hak asasi manusia yang harus dipenuhi untuk kelangsungan hidupnya. Sejak diciptakan, tubuh manusia mengandung 60% unsur air dan untuk menjaga kesehatan terutama untuk menjaga fungsi ginjal, para pakar kesehatan telah menganjurkan untuk mengkonsumsi air minimal dua liter per hari (Sembiring, 2003). Tidak hanya itu, air juga berperan penting dalam menunjang berbagai sektor seperti industri, pertanian, perikanan, peternakan, transportasi, pariwisata dan rumah tangga.

Air, dalam hal ini air bersih merupakan salah satu kebutuhan pokok yang sangat dibutuhkan manusia dalam menjalankan kehidupannya sehari-hari. Sebagai contoh yang paling mudah tetapi paling penting adalah untuk minum. Tanpa minum manusia tidak akan bisa hidup. Sumber air dapat berasal dari mata air di pegunungan, danau, sungai, sumur, hujan, dan lainnya. Air yang ada di bumi tidak pernah terdapat dalam keadaan murni bersih, tetapi selalu ada senyawa atau mineral lain yang terlarut di dalamnya. Selain daripada itu, air seringkali juga mengandung bakteri atau mikroorganisme lainnya. Keadaan normal air tergantung pada air itu sendiri dan asal sumber air.

Produk dalam PDAM merupakan bagian penting yang harus dijaga mutu dan kualitasnya karena kualitas produk mempunyai dampak kepuasan pada pelanggan PDAM di Mojokerto. PDAM Mojokerto menjaga kualitas produk dengan membentuk Tim dimana bentuk kerjanya dibagian LAB sehingga output dari produk yang

dihasilkan menjadi produk air yang siap minum. Jadi apa yang diterapkan oleh PDAM Mojokerto menurut saya sesuai dengan teori yang di paparkan oleh Philip Kotler. Kualitas produk menurut (Kotler,2006:272) adalah salah satu sarana positioning utama pasar. Kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas mempunyai hubungan yang sangat erat dengan nilai pelanggan. Dalam artian sempit kualitas bisa didefinisikan sebagai bebas dari kerusakan. Air merupakan kebutuhan hidup yang sangat vital bagi kehidupan manusia. Manusia memerlukan air bersih dan memenuhi syarat kualitas yang cukup sesuai dengan standar kualitas air minum yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Republik Indonesia melalui Departemen Kesehatan Republik Indonesia yang ditetapkan dengan peraturan menteri kesehatan No. 492/SK/2010. Untuk mendapatkan air yang berkualitas dan sesuai dengan standar kualitas air minum, diperlukan suatu pengolahan air yang bisa menjamin terpenuhinya kualitas yang diinginkan.

Sistem penyediaan air bersih perpipaan pertama kali di bangun oleh pemerintah kolonial belanda pada tahun 1929, untuk pelayanan air bersih kabupaten mojokerto, kabupaten jombang, kabupaten sidoarjo dan kota mojokerto dengan memanfaatkan sumber mata air jubel di kecamatan pacet dengan debit penyadapan pada saat itu sebesar 70 liter / detik. Kemudian mulai masa kemerdekaan RI sampai dengan tahun 1970 pengelolaannya di serahkan kepada Dinas Saluran air minum propinsi. Pada tahun 1978 telah menerima bantuan proyek fisik yang berupa bangunan bronkaptering dan perpipahan transmisi distribusi dengan memanfaatkan sumber mata air Ubalan dan sumber mata air Mojo di Kecamatan Pacet. Dengan kapasitas terpasang untuk sumber ubalan sebesar 15 liter /detik dan sumber mojo 10 liter /detik.

Sejalan dengan program pemerintah untuk sasaran pelayanan air bersih 60% penduduk perkotaan dan perkembangan kota kabupaten Mojokerto serta pertumbuhan penduduknya, maka pada tahun 1986 PDAM Kab Mojokerto memperoleh bantuan proyek fisik dari pemerintah pusat berupa sumur pompa dalam sistim BNA dan IKK di Ibu Kota Kecamatan di Kabupaten Mojokerto adapun kapasitas masing – masing sistem yang telah di bangun antara lain:

- a. SPD Awang – awang Mojosari sebesar 20 liter / detik
- b. SPD Janti langkung Mojosari sebesar 15 liter / detik
- c. SPD Candirejo Mojosari sebesar 10 liter / detik
- d. SPD IKK Ngoro sebesar 2.5 liter / detik
- e. SPD IKK Bangsal sebesar 2,5 liter / detik
- f. SPD IKK Dawar Blandong sebesar 2.5 liter / detik
- g. SPD IKK Puri sebesar 2,5 liter / detik
- h. SPD IKK Kemlagi sebesar 2.5 liter / detik
- i. SPD IKK Trowulan sebesar 2.5 liter / detik

Pada empat tahun sejak tahun 1996 PDAM Kabupaten Mojokerto berusaha meningkatkan kapasitas produksi dengan membangun SPD di Banyu legi Dawar blandong dengan kapasitas 5 liter / detik. Kemudian PDAM Kabupaten Mojokerto menerima bantuan proyek fisik penyediaan air bersih di Perumnas jetis dengan kapasitas sumur pompa dalam sebesar 7,5 liter / detik, dan kembali membangun SPD Mojodadi Kemlagi dengan kapasitas 5 liter / detik. Pada tahun 1999 PDAM Mojokerto menerima proyek bantuan pemerintah pusat dana APBN yang di gunakan untuk membangun penangkapan sumber mata air di sumber bendungan Pacet sebesar 35 liter / detik serta pengadaan dan pemasangan pipa distribusi dan

pada saat ini sudah rusak kena bencana alam tahun 2004. Proyek proyek bantuan yang diterima oleh PDAM Kabupaten Mojokerto pada tahun-tahun berikutnya dipergunakan untuk meningkatkan kapasitas produksi dengan menambahkan pompa-pompa dalam.

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) merupakan salah satu unit usaha milik daerah dan sekarang bekerja sama dengan pihak swasta, yang bergerak dalam distribusi air bersih yang sehat bagi masyarakat umum. PDAM terdapat di setiap provinsi, kabupaten, dan kotamadya di seluruh Indonesia. PDAM merupakan perusahaan daerah sebagai sarana penyedia air bersih yang diawasi dan dimonitori oleh aparat-aparat eksekutif maupun legislatif daerah. Pelayanan yang diberikan oleh PDAM menurut saya cukup prima karena setiap ada keluhan yang dilontarkan oleh pelanggan ke pihak hubungan langgan penanganannya tidak lebih dari 6 jam. Ketika pelanggan melontarkan aduan ke hubungan langgan maka hubungan langgan langsung konfirmasi ke pihak teknisi lapangan dan pihak teknisi langsung meluncur ke TKP sehingga pelayanan yang diberikan PDAM ke pelanggan sesuai dengan harapan PDAM sampai kedepanya. Untuk teknisi lapangan sudah dibagi oleh pihak PDAM dengan setiap kecamatan mempunyai teknisi lapangan dan setiap kecamatan mempunyai tim tersendiri jika ada terjadinya kerusakan pipa, air keruh, air keluar angin saja dll. Jadi menurut saya pelayanan yang diberikan PDAM sesuai dengan apa yang diharapkan oleh konsumen. Zethaml, (1990:22) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan

sebagai kualitas yang ideal. Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) memiliki tujuan untuk turut serta dalam melaksanakan pembangunan daerah khususnya, dan pembangunan ekonomi nasional pada umumnya, dengan cara menyediakan air minum yang bersih, sehat, dan memenuhi persyaratan kesehatan bagi masyarakat disuatu daerah, yang sekaligus merupakan wujud pelayanan yang diberikan oleh pemerintah terhadap masyarakat. Penyediaan air bersih di daerah kota maupun kabupaten dikelola oleh Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yaitu Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) dengan aktivitas mulai dari mengumpulkan, mengolah dan mendistribusikan air kepada pelanggan. PDAM Djoebel Tirta yang terletak di jln. Pahlawan No.4, Mojosari, Kabupaten Mojokerto merupakan salah satu cabang penyedia air bersih untuk masyarakat wilayah Mojokerto.

Menurut Kotler dan Keller (2009: 138) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas dan begitupun sebaliknya. Pada dasarnya keluhan merupakan wujud kepedulian pelanggan terhadap kinerja perusahaan. Dengan adanya keluhan, perusahaan bisa mengetahui bagian mana yang harus diperbaiki atau ditingkatkan. Berangkat dari pengamatan penulis yang dilakukan pada kegiatan Praktek Kerja Lapangan (PKL) dapat disimpulkan, seiring dengan bertambahnya kebutuhan terhadap air bersih, pihak PDAM harus memiliki pelayanan yang baik dan menjaga kualitas produk untuk setiap pelanggannya. Penelitian ini perlu diadakan dengan tujuan perusahaan dapat melakukan perbaikan sehingga dapat meminimalkan jumlah keluhan dan memaksimalkan kepuasan konsumen. Adapun peningkatan kualitas pelayanan dari PDAM akan menambah citra positif perusahaan di mata

pelanggan. Berdasarkan permasalahan tersebut peneliti tertarik untuk mengkaji lebih jauh tentang analisis pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan PDAM di Mojokerto.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan diatas, dapat disimpulkan rumusan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan PDAM Mojokerto kepada pelanggan?
2. Bagaimana kualitas produk yang diberikan kepada pelanggan PDAM Mojokerto?
3. Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan?

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang dijabarkan diatas, tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan PDAM Mojokerto kepada pelanggan?
2. Untuk mengetahui kualitas produk yang diberikan kepada pelanggan PDAM Mojokerto?
3. Untuk mengetahui Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan?

1.4 Batasan Penelitian

Penelitian ini dibatasi pada kepuasan konsumen yang diberikan oleh PDAM Mojokerto.



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

2.1.1 Riny Widyaningrum, “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor)”, skripsi, Institut Pertanian Bogor, 2004.

Berdasarkan hasil analisis kesenjangan yang dilakukan oleh penulis, secara umum pelanggan belum puas terhadap kualitas pelayanan PDAM di Kota Bogor. Variabel yang memiliki kesenjangan terbesar dimana kepuasan pelanggan belum tercapai adalah kecepatan petugas dalam mengatasi keluhan dan kontinuitas aliran air.

Dari hasil analisis yang sudah diperoleh, maka alternatif strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang mungkin dapat diterapkan oleh PDAM tirta pakuan kota bogor, diantaranya adalah penambahan petugas dan peralatan untuk mengatasi keluhan pelanggan, meningkatkan program pelatihan lebih lanjut, memberikan angket kepada pelanggan yang sedang membayar rekening, memperluas media penyalur informasi kepada pelanggan, meningkatkan pengawasan terhadap pipa-pipa pendistribusi air, melakukan sistem silang supaya distribusi air merata dan menetapkan standar kualitas pelayanan yang lebih baik untuk para karyawan.

2.1.2 Ryan Amanda Putra. 2014. “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Starbucks Coffee Ciputra World Surabaya”.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Penilaian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen diukur dengan skala likert dengan menggunakan kuesioner yang disebar pada 100 responden yang berada pada starbucks coffee ciputra world surabaya. Metode analisis data yang digunakan untuk mengetahui kepuasan konsumen membeli produk starbucks coffee ciputra world surabaya adalah menggunakan analisis regresi linier berganda.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dan parsial pada variabel tangible, empathy, reability, responsiveness dan assurance terhadap kepuasan konsumen.

2.1.3 Candra Setyoningrum. 2008. “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kecamatan Trenggalek”.

Hasil penelitian ini menunjukkan 76,04% responden menyatakan baik terhadap kualitas bukti langsung pada PDAM Kecamatan Trenggalek, 59,37% responden menyatakan baik terhadap kualitas keandalan, 58,33% responden menyatakan baik terhadap kualitas daya tanggap, 47,92% responden menyatakan baik terhadap kualitas jaminan 46,87% responden menyatakan baik terhadap kualitas empati dan 55,21%) responden menyatakan puas. Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas layanan dilihat dari bukti langsung (X1), keandalan (X2), daya tanggap, (X3), dan jaminan (X4) secara parsial terhadap kepuasan pelanggan di PDAM Trenggalek. Tidak ada pengaruh signifikan antara kualitas layanan dilihat dari empati terhadap kepuasan pelanggan di PDAM Kecamatan Trenggalek dengan nilai sig $t = 0,207$; $B5 = 0,064$, thitung $1,271$ ". Ada pengaruh

yang signifikan antara kualitas layanan dilihat dari bukti langsung (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empati (X5) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di PDAM Kecamatan Trenggalek "Berdasarkan nilai Fhitung sebesar 22,388 dengan tingkat signifikansi 0,000" Nilai Adjusted R Square sebesar 0,530" Hal ini berarti bahwa 53,0% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati "Sedangkan sisanya sebesar 47% dipengaruhi faktor lain yang tidak dideskripsikan dalam penelitian ini"

2.1.4 Skripsi oleh Tri Ulfa Wardani, 2017, "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek*".

Hasil penelitian menunjukkan: 1) *Tangible* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen GOJEK. 2) *Reliability* ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen GOJEK. 3) *Responsiveness* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen GO-JEK. 4) *Emphaty* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen GO-JEK. 5) *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi GO-JEK Indonesia. Hal ini dibuktikan dengan hasil statistik Fhitung sebesar 20,186 lebih besar dari nilai Ftabel 2,33 ($20,186 > 2,33$) dan nilai signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$).

2.1.5 Utami Sulistyaningrum, 2014, "*Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Koki Tappanyaki Express*".

Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) kualitas produk di Restoran Koki Tappanyaki Expres dalam kategori sedang, (2) kualitas layanan di Restoran Koki

Tappanyaki Expres dalam kategori sedang, (3) kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, (4) kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen,(5) kualitas produk dan layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2.1.6 Laurensius Boro Karet, 2014, ISSN : 2356-3885, “*Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Flores Timur*”.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) Secara bersama-sama atau simultan seluruh variabel, yaitu faktor keandalan (reliability) (X1), faktor ketanggapan (responsiveness) (X2), faktor keyakinan (assurance) (X3), faktor empati (emphaty) (X4), dan faktor berwujud (tangible) (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Flores Timur, dan (2) Secara parsial faktor keandalan (reliability) (X1), jaminan (assurance) (X3), dan faktor berwujud (tangible) (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Flores Timur. Sebaliknya, faktor ketanggapan (responsiveness) (X2) dan faktor empati (emphaty) (X4) dalam model ini berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Flores Timur.

2.1.7 Junal oleh Herri Affandi, Muhammad Zaki, dan Azmeri, 2017, ISSN 2088-9321, “*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara*”.

Hasil penelitian menunjukkan : 1) Faktor kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Mon Pase adalah faktor menunjukkan kesungguhan. 2) Faktor-faktor kualitas pelayanan secara parsial yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah faktor dapat dipercaya, faktor bersikap tanggap, dan faktor menunjukkan kesungguhan. Faktor-faktor kualitas pelayanan secara simultan semuanya mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. 3) Hubungan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Mon Pase untuk faktor pelayanan bersifat nyata, faktor dapat dipercaya, dan faktor dapat menjamin mempunyai hubungan yang tinggi, sementara faktor bersikap tanggap dan faktor menunjukkan kesungguhan mempunyai hubungan yang sangat tinggi. 4) Faktor kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah faktor menunjukkan kesungguhan. Secara parsial faktor dapat dipercaya, bersikap tanggap, dan faktor menunjukkan kesungguhan mempunyai pengaruh, sedangkan secara simultan semua faktor kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

2.1.8 Jurnal oleh Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti, 2016, “Pengaruh *Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung*”.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa a) Keandalan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Bandung. b) Jaminan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Bandung. c. Bukti Fisik secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Bandung. d) Empati secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Bandung. e)

Daya Tanggap secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Bandung.

Tabel 2.1

Hasil Penelitian Terdahulu

No	Peneliti Dan Judul	Variabel	Metode Analisis	Hasil Penelitian
1	Skripsi oleh Riny Widyaningrum, Institut Pertanian Bogor, 2004, “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor)”.	Variabel X, Kualitas pelayanan. Variabel Y, Kepuasan pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> • Data primer dari wawancara melalui kuisisioner. Data sekunder dari PDAM, BPS, buku dan laporan yang relevan. • Metode pengambilan sampel adalah <i>accidental sampling</i>. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hasil analisis menunjukkan secara umum pelanggan belum puas terhadap kualitas pelayanan PDAM. • Variabel kesenjangan terbesar adalah kecepatan petugas dalam mengatasi keluhan dan kontinuitas aliran air. Sedangkan kesenjangan terkecil adalah penampilan karyawan, fasilitas parkir, kebersihan dan kenyamanan kantor. • Alternatif strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan diantaranya adalah penambahan

				<p>petugas dan peralatan untuk mengatasi keluhan pelanggan, meningkatkan program pelatihan, memperluas media penyalur informasi, meningkatkan pengawasan pipa air, sistem silang untuk pemerataan distribusi air, menetapkan standar kualitas pelayanan untuk karyawan.</p>
2	<p>Skripsi oleh Ryan Amanda Putra, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”, 2014, “Analisis Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Starbucks Coffee</p>	<p>Variabel X, Kualitas pelayanan. Variabel Y, Kepuasan Pelanggan</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Metode penelitian kuantitatif • Menggunakan kuisisioner yang disebar pada 100 responden pada starbucks coffee • Metode analisis menggunakan 	<ul style="list-style-type: none"> • Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh signifikan secara simultan dan parsial pada variabel <i>tangible, emphanty, reability, responsiveness,</i> dan <i>assurance</i> terhadap kepuasan konsumen. Variabel yang paling berpengaruh adalah

	Ciputra World Surabaya”.		analisis linier berganda	variabel <i>responsiveness</i> terhadap kepuasan pelanggan.
3	Skripsi oleh Chandra Setyoningrum, Universitas Negeri Malang, 2009, “Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kecamatan Trenggalek.	Variabel X, Kualitas layanan, bukti langsung (X1), keandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) dan empati (X5). Variabel Y, kepuasan pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> • Jenis penelitian deskripsi korelasional. • Teknik sampling menggunakan purposive sampling. • Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, dokumentasi dan wawancara. 	<ul style="list-style-type: none"> • Ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dilihat dari bukti langsung, keandalan, daya tanggap dan jaminan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Tidak ada pengaruh signifikan antara kualitas layanan dilihat dari empati terhadap kepuasan pelanggan. • 53% kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati.
4	Skripsi oleh Tri Ulfa Wardani, Universitas Islam	Variabel X, Kualitas pelayanan	• Metode analisis adalah analisis kuantitatif yaitu	• Hasil penelitian menunjukkan bahwa indikator pada penelitian

	Negeri Sumateta Utara, 2017, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek”.	Variabel Y, Kepuasan konsumen	uji validitas dan reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda.	ini bersifat valid dan reliabel. <ul style="list-style-type: none"> • Pada uji asumsi klasik data berdistribusi normal, tidak terjadi heteroskedastisitas dan multikolinieritas. • Pada uji hipotesis <i>tangible, responsiveness, assurance</i> dan <i>emphaty</i> tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan uji hipotesis <i>reliability</i> memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
5	Skripsi oleh Utami Sulistyaningrum, Universitas Negeri Yogyakarta, 2014, “Pengaruh Kualitas Produk dan Layanan Terhadap	Variabel X, kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2)	<ul style="list-style-type: none"> • Merupakan penelitian deskriptif dengan model regresi berganda • Populasi dalam penelitian adalah 	<ul style="list-style-type: none"> • Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk di Restoran Koki Tappanyaki Expres dalam kategori sedang,

	<p>Kepuasan Konsumen di Restoran Koki Tappanyaki Express”.</p>	<p>Variabel Y, kepuasan pelanggan.</p>	<p>konsumen Koki Tappanyaki Express.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Analisis data dilakukan dengan analisis deskriptif dan regresi. 	<ul style="list-style-type: none"> • kualitas layanan di Restoran Koki TappanyakiExpress dalam kategori sedang, • kualitas produk memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen, • kualitas layanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen • kualitas produk dan layanan secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.
6	<p>Jurnal oleh Laurensius Boro Karet, Universitas Terbuka, 2014, ISSN : 2356-3885, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan</p>	<p>Variabel X terdiri dari reliability (X1), responsiveness (X2), assurance (X3), empanty</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Metode penelitian kuantitatif. • Pendekatan penelitian deskriptif kuantitatif. 	<ul style="list-style-type: none"> • Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara bersama-sama atau simultan seluruh variabel yaitu faktor keandalan, ketanggapan, keyakinan, empati, dan faktor

	Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Flores Timur”.	(X4) dan tangible (X5). Variabel Y, Kepuasan Pelanggan	<ul style="list-style-type: none"> • Pengumpulan data melalui kuesioner dan observasi. • Analisis data menggunakan analisis regresi berganda 	<p>berwujud berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Secara parsial faktor keandalan, jaminan dan faktor berwujud berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. • Sebaliknya, faktor ketanggapan dan faktor empati dalam model ini berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Flores Timur.
7	Junal oleh Herri Affandi, Muhammad Zaki, dan Azmeri, Universitas Syiah Kuala, 2017, ISSN	Varibel X, kualitas pelayanan (pelayanan bersifat nyata, dapat dipercaya,	<ul style="list-style-type: none"> • Data primer dari kuesioner dan data sekunder berupa peta Aceh, peta lokasi pengolahan air, 	<ul style="list-style-type: none"> • Faktor kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah faktor menunjukkan kesungguhan.

<p>2088-9321, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara”.</p>	<p>bersikap tanggap, dapat menjamin, menunjukkan kesanggupan). Variabel Y, kepuasan pelanggan.</p>	<p>peta sebaran jaringan Geudong, dan data jumlah pelanggan. • Analisa menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t, uji f, dan analisis korelasi sederhana.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Faktor kualitas pelayanan secara parsial mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah faktor dapat dipercaya, faktor bersikap tanggap, dan faktor menunjukkan kesungguhan. • Faktor kualitas pelayanan (faktor pelayanan bersifat nyata, faktor dapat dipercaya, faktor bersikap tanggap, faktor dapat menjamin, dan faktor menunjukkan kesungguhan) secara simultan seluruhnya berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan • sementara faktor bersikap tanggap dan faktor menunjukkan kesungguhan mempunyai
---	---	--	---

				<p>hubungan yang sangat tinggi.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Faktor kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan adalah faktor menunjukkan kesungguhan. • Secara parsial faktor dapat dipercaya, bersikap tanggap, dan faktor menunjukkan kesungguhan mempunyai pengaruh, • sedangkan secara simultan semua faktor kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
8	Jurnal oleh Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yuliati,	Variabel X, Kualitas pelayanan	• Jenis penelitian deskriptif	• Hasil dari penelitian bahwa kualitas layanan (X) yang terdiri dari

	<p>Universitas Telkom, 2016, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung”.</p>	<p>(kehandalan, kepastian, kenyataan, empati, dan daya tanggap) Variabel Y, kepuasan pelanggan.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pendekatan penelitian kuantitatif • Teknik Analisa yang digunakan Analisa deskriptif dan menggunakan regresi berganda. • Teknik pengambilan sampel <i>non probability sampel</i> 	<p>kehandalan, kepastian, kenyataan, empati, dan daya tanggap, memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai (nilai p) $0.003 < 0.05$.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Keandalan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. • Jaminan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. • Bukti Fisik secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. • Empati secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan
--	---	---	--	---

				<ul style="list-style-type: none"> • Daya Tanggap secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Bandung.
--	--	--	--	--

Tabel 2.2

Persamaan dan Perbedaan dengan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti (Tahun)	Persamaan	Perbedaan	Problematic
1	Rini Widyaningrum (2004)	Variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan	variabel tangible, <i>emphanty, reability, responsiveness</i> , dan <i>assurance</i>	PDAM sebagai perusahaan publik yang diarahkan pada pemenuhan layanan masyarakat perlu memperhatikan kepuasan pelanggan. Perspektif pelanggan menunjukkan keberhasilan manajemen perusahaan dan seluruh jajarannya yang akan

				meningkatkan citra positif bagi perusahaan.
2	Ryan Amanda Putra (2014)	Variabel kepuasan konsumen	variabel tangible, <i>emphanty, reability, responsiveness</i> , dan <i>assurance</i>	Perusahaan perlu menganalisis seberapa jauh kualitas pelayanan, yang diberikan kepada konsumennya sebagai koreksi untuk menjadi lebih unggul di mata konsumen, yang pada akhirnya berfungsi sebagai salah satu strategi dalam mencapai tujuan perusahaan.
3	Chandra Styoningrum (2009)	Variabel kepuasan konsumen	Variabel bukti langsung keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.	Permasalahan kualitas perlu mendapat perhatian serius bagi perusahaan untuk tetap bertahan dalam lingkungan bisnis.

				<p>PDAM sebagai badan pelayanan urusan penyediaan dan pelayanan air bersih kepada masyarakat, dan sebagai organisasi sector publik mengutamakan kepuasan masyarakat melalui penyediaan barang dan pelayanan publik yang berkualitas dengan harga yang terjangkau.</p>
4	Tri Ulfa Wardani (2014)		<p>Variabel kualitas pelayanan terkait reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibel</p>	<p>Salah satu untuk merebut pangsa pasar adalah memperoleh konsumen sebanyak-banyaknya. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat</p>

				<p>memberikan kepuasan bagi konsumen.</p> <p>Konsumen yang merasa puas dan menjadi konsumen setia akan merekomendasikan dari mulut ke mulut.</p>
5	<p>Utami Sulistyaningrum (2014)</p>	<p>Kualitas produk, kualitas pelayanan</p> <p>Variabel kepuasan pelanggan</p>	<p>Variabel kinerja pelayanan dan lokasi penelitian yang akan dilakukan di PDAM</p>	<p>Produk dan layanan merupakan bagian dari kepuasan konsumen.</p> <p>Produk dan layanan yang baik akan mempengaruhi tingkat kepuasan para konsumen, dan jika produk dan layanan tidak diperhatikan maka tingkat kepuasan konsumen akan buruk.</p> <p>Konsumen merupakan pihak yang memegang peranan penting dalam menilai kualitas.</p>

6	Laurensius Boro Kereta (2013)	Variabel kepuasan pelanggan	Variabel kualitas pelayanan terkait reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibel	Sering adanya keluhan dari masyarakat terhadap PDAM mengenai kualitas pelayanan. Keluhan tersebut diantaranya mengenai penanganan pengaduan yang direspon lambat dan penanganan kebocoran yang lambat.
7	Herri Affandi, Muhammad Zaki, Azmeri (2017)	Variabel kepuasan pelanggan	Variabel pelayanan bersifat nyata, dapat dipercaya, bersikap tanggap, dapat menjamin, menunjukkan kesanggupan	Kepuasan pelanggan merupakan suatu prioritas pelayanan air minum yang harus diberikan oleh PDAM Tirta Mon Pase untuk memperluas jangkauan pelayanan air minumnya, terutama untuk masyarakat berpenghasilan rendah dan daerahdaerah

				rawan air.
8	Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti (2016)	Variabel kepuasan pelanggan	Variabel bukti langsung keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.	Adanya permasalahan yang menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan yang diberikan JNE. Hal ini akan mengakibatkan kerugian yang cukup besar bagi JNE

2.2 Landasan teori

2.2.1 Kepuasan konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2009: 138) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas dan begitupun sebaliknya.

Menurut Oliver (1997) dalam Tjiptono (2014: 355) kepuasan konsumen adalah evaluasi purnabeli antara persepsi terhadap kinerja alternatif produk atau jasa yang dipilih memenuhi atau melebihi harapan.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008: 16) kepuasan konsumen merupakan persepsi konsumen terhadap kinerja anggapan produk relatif terhadap ekspektasi pembeli. Jika kinerja produk tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan akan kecewa. Jika

produk sesuai dengan ekspektasi maka pelanggan akan merasa puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi maka pelanggan akan merasa sangat puas

Sedangkan menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2006: 192) kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk atau jasa yang diterima dan yang diharapkan.

Jadi, dari beberapa definisi yang dikemukakan oleh para ahli tentang kepuasan konsumen dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah dimana perasaan konsumen muncul rasa puas yang dipicu oleh ekspektasi yang sesuai dengan apa yang diharapkan.

2.2.1.1 Indikator-indikator kepuasan konsumen

Penelitian ini membatasi indikator kepuasan konsumen yang disesuaikan dengan penelitian. Indikator ini didasari oleh pendapat Kotler (2009:140) dan Tjiptono (2008:87) yaitu:

1. Konfirmasi harapan

Kesesuaian atau tidak sesuai terhadap harapan konsumen saat berbelanja.

2. Minat pembelian ulang

Pembelian ulang akan dilakukan oleh konsumen jika merasa puas dengan PDAM

3. Ketidakpuasan

Apabila terbentuk ketidakpuasan dari konsumen, maka kepuasan konsumen tidak akan terbentuk.

2.2.1.2 Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen.

Menurut Irawan (2009: 130) adapun faktor-faktor yang bisa mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya :

1. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas jika produk yang dibeli dan digunakan sesuai dengan apa yang diharapkan.

2. Kualitas pelayanan

Kepuasan terhadap kualitas pelayanan bisa timbul jika kinerja pelayanan sesuai dengan apa yang diharapkan.

3. Harga produk

Konsumen akan merasa puas jika nilai harga sesuai dengan kualitas harga.

4. Kemudahan

Konsumen akan merasa puas apabila produk yang digunakan atau dibeli mudah dalam penggunaannya dan nyaman.

2.2.1.3 Kepuasan konsumen Menurut Pandangan Islam

Dalam pandangan Islam menurut Yusuf Qardawi (1997-175) yang menjadi tolak ukur dalam menilai kepuasan pelanggan adalah standart syariah. Kepuasan pelanggan dalam pandangan Syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Menurut Yusuf Qardawi, sebagai pedoman untuk mengetahui tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen, maka sebuah perusahaan barang maupun jasa harus melihat kinerja perusahaannya berkaitan dengan sifat jujur pelaku usaha, amanah dan kebenaran dalam kegiatan perdagangan.

Islam mengajarkan pada umatnya untuk saling tolong menolong dalam hal kebaikan antara satu dengan yang lainya dan islam melarang untuk saling tolong menolong dalam hal keburukan. Dalam Al-Maidah: 02 dijelaskan bahwa

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا مُحِلُّوا شَعِيرِ اللَّهِ وَ لَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَ لَا الْهَدْيَ وَ لَا الْقَائِدَ وَ لَا ءَامِينَ الْبَيْتِ الْحَرَامِ

يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِّن رَّبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَ لَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ قَوْمٍ أَن صَدُّوكُمْ عَنِ

الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَن تَعْتَدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَ لَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَ الْعُدْوَانِ وَ اتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ

اللَّهُ شَدِيدُ الْعِقَابِ

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah [389], dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram [390], jangan (menggangu) binatang-binatang had-nya [391], dan binatang-binatang qalaa-id [392], dan jangan pula mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari karunia dan keredhaan dari Tuhanya [393] dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah kelali-kali kebencianmu kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya. Dan tolong menolonglah kamu dalam kebajikan dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya".

Islam mengajarkan tidak semua barang dan jasa dapat dikonsumsi, seorang konsumen muslim diperbolehkan mengkonsumsi barang dan jasa yang halal. Bahkan jumlahnya pun dibatasi hanya untuk keperluan dan bersifat sederhana. Sebagaimana dalam firman Allah dalam Qs Al-A'raf ayat 31:

يٰۤاٰدَمُ خُذْ وَاٰدَمَ حُدُوٰدَ زَيْنَتِكَمۡ عِنۡدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَ كُلُوْا وَ شَرِبُوْا وَاَسْرِبُوْا وَاَلۡتَسۡرِفُوْا اِنَّهٗ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيۡنَ

"Makanlah dan minumlah, namun janganlah berlebih lebihan sesungguhnya Allah itu tidak menyukai orang-orang yang berlebihan."

Konsumsi menurut pandangan islam adalah membelanjakan sesuatu untuk memenuhi kebutuhan. Dalam pembelanjaan yang dilakukan konsumen muslim dapat dibagi menjadi dua jenis, yang pertama adalah belanja untuk kebutuhan

duniawi dan keluarga. Pembelanjaan jenis kedua adalah belanja untuk pemenuhan kebutuhan akhirat.

2.2.2 Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan dimana penilaian kualitasnya ditentukan pada saat terjadinya pemberian pelayanan tersebut.

Zethaml, (1990:22) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal.

Kualitas pelayanan menjajdi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pola konsumsi dan gaya hidup pelanggan menuntut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthaml (dalam Rambat,2001). Kualitas pelayanan berpusat pada suatu kenyataan yang ditentukan oleh pelanggan. Interaksi strategi pelayanan, sistem pelayanan dan sumber daya manusia serta pelanggan akan sangat menentukan keberhasilan dari manajemen perusahaan. Oleh karena itu perlu menerapkan strategi untuk membentuk kualitas pelayanan yang terbaik, maka Tjiptono (2000) menerangkan strategi kualitas pelayanan sebagai berikut :

1. Atribut layanan pelanggan, yaitu bahwa penyampaian jasa harus tepat waktu, akurat dengan perhatian dan keramahan.
2. Pendekatan untuk penyempurnaan kualitas jasa merupakan aspek penting dalam mewujudkan kepuasan pelanggan. Ini disebabkan oleh faktor biaya, waktu penerapan program dan pengaruh layanan pelanggan. Ketiga faktor ini merupakan pemahaman dan penerapan suatu sistem yang responsif terhadap pelanggan dan organisasi guna mencapai kepuasan yang optimum.
3. Sistem umpan balik dan kualitas layanan pelanggan, yaitu dengan memahami persepsi pelanggan terhadap perusahaan dan para pesaing. Mengukur dan memperbaiki kinerja perusahaan, mengubah bidang-bidang terkuat perusahaan menjadi faktor pembeda pasar, menunjukkan komitmen perusahaan pada kualitas dan pelayanan.
4. Implementasi, adalah strategi yang paling penting sebagai bagian dari proses implementasi, pihak manajemen perusahaan harus menentukan cakupan-cakupan jasa dan level pelayanan.

2.2.2.1 Indikator-indikator kualitas pelayanan

Ada lima indikator kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Lovelock (1992) yaitu :

1. Daya tanggap adalah suatu respon atau kesigapan karyawan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
2. Keandalan adalah suatu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan akurat dan terpercaya.
3. Jaminan adalah kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, kualitas, keramahan, perkataan atau kesopanan dalam

memberikan pelayanan, keterampilan dalam memberikan informasi dan kemampuan dalam menanamkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan.

4. Perhatian adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan perhatian yang bersifat individual atau pribadi kepada para konsumen.
5. Fasilitas adalah sarana penunjang pelayanan agar konsumen merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan.

2.2.2.2 Kualitas pelayanan dalam Pandangan Islam

Menurut Adiwarmanto (2003-73) Al-Qur'anul Karim memberikan kepada kita petunjuk-petunjuk yang sangat jelas dalam hal konsumsi dan pemakaian. Kualitas merupakan hal terpenting dalam memproduksi suatu barang atau jasa. Karena dengan kualitas yang tinggi akan membuat konsumen berminat untuk membeli atau menggunakan produk yang diciptakan. Kualitas layanan merupakan prioritas utama dalam sebuah jasa. Dimana jasa jika tidak mempunyai kualitas yang tinggi akan berdampak buruk sehingga tidak mempunyai daya saing di dalam pasar yang luas.

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Adiwarmanto Karim menjelaskan bahwa baik buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses dan gagalnya bisnis yang dijalankan. Firman Allah SWT dalam QS. Ali Imran [3]: 159, yaitu:

فِيمَا رَحِمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya: “Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut kepada mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka

menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu, maafkanlah mereka: mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakal kepada-Nya”.

Dalam proses ini, islam mengatur tentang kecepatan dan kemudahan proses dari layanan. Islam juga mengajarkan bahwa dalam melayani konsumen sebaiknya selalu diciptakan kejujuran, karena kejujuran akan mendatangkan keberkahan bagi pelaku usaha. Selalu diciptakan sikap tidak mencari keuntungan sebesar-besarnya (ta’awun) dalam artian misalnya dalam mengukur, menakar dan menimbang semuanya ditegakkan dengan kejujuran tanpa adanya curang sedikitpun. Oleh karena itu pelaku usaha yang jujur akan diridhai oleh Allah, karena melaksanakan perintah-Nya, yang tercantum dalam Al-Qur’an Surat An-Nahl: 90

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُم لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: “Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran”.

2.2.3 Kualitas Produk

2.2.3.1 Kualitas

Kata ‘kualitas’ mengandung banyak definisi dan makna. Orang yang berbeda akan mengartikanya secara berlainan. Beberapa contoh definisi yang kerap kali dijumpai antara lain :

1. Kesesuaian dengan persyaratan/tuntutan
2. Kecocokan untuk pemakaian
3. Perbaikan/penyempurnaan berkelanjutan
4. Bebas dari kerusakan/cacat

5. Pemenuhan kebutuhan konsumen semenjak awal dan setiap saat
6. Melakukan segala sesuatu secara benar semenjak awal
7. Sesuatu yang bisa membahagiakan konsumen.

Definisi kualitas dari American Society For Quality Control yang dianut diseluruh dunia menyatakan bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun yang tersirat.

Menurut pakar kualitas tjiptono menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu tingkat yang dapat diprediksi dari keberagaman dan ketergantungan pada biaya yang rendah dan sesuai dengan pasar. Sedangkan menurut Kotler dalam Sangadji dan Sopiah (2013:99) kualitas merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

2.2.3.2 Produk

Produk memiliki arti penting bagi perusahaan karena tanpa adanya produk perusahaan tidak dapat melakukan apapun dari apa yang di usahakan. Pembeli akan merasa cocok apabila produk sesuai dengan apa yang diinginkan atau dibutuhkan sehingga pemasaran produk akan berhasil. Makna yang sempit dalam buku Agus (Ahyari, 1985:2), produk adalah sekumpulan atribut fisik nyata yang terakit dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi.

2.2.3.3 Pengertian kualitas produk

Kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pasar. Kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena

itu kualitas mempunyai hubungan yang sangat erat dengan nilai pelanggan. Dalam artian sempit kualitas bisa didefinisikan sebagai bebas dari kerusakan (Kotler, 2006:272).

2.2.3.4 Indikator-indikator kualitas produk

Adapun indikator-indikator kualitas produk menurut Nasution (2005:5) dalam penelitian ini adalah :

1. Keistimewaan
2. Keandalan
3. Daya tahan produk
4. Kemampuan pelayanan

2.2.3.5 Kualitas produk menurut Pandangan Islam

Islam banyak memberikan kebebasan individual kepada manusia dalam masalah konsumsi. Setiap individu diberi kebebasan sepenuhnya dalam pembelanjaan atas barang-barang dan jasa yang baik ketentuan tidak mendatangkan bahaya bagi konsumen dan kesejahteraan negara (Fatkhayah, 2009:19) dalam hadits juga mendorong untuk memperbagus produk atau jasa dan meningkatkan kualitas, yaitu seperti hadits berikut :

produk yang dipasarkan merupakan senjata yang sangat bagus dalam memenangkan persaingan apabila memiliki mutu dan kualitas yang tinggi. Sebaliknya produk yang mutunya rendah akan sukar untuk memperoleh citra dari para konsumen. Oleh karena itu produk yang dihasilkan harus diusahakan mempunyai mutu yang baik.

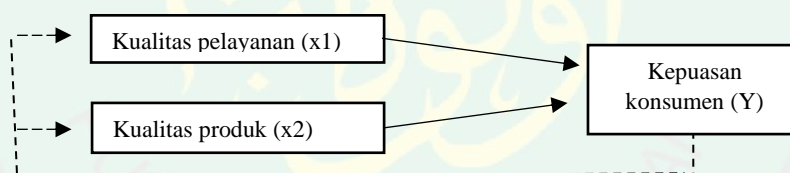
Islam mengajarkan untuk mengonsumsi sesuatu yang baik dan bisa menghasilkan manfaat bagi tubuh, sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Baqarah:168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُبِينٌ

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh nyata bagimu”.

2.3 Kerangka konseptual

Kerangka konseptual atau kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang penting (Sugyono, 2010: 60). Untuk memperjelas variabel-variabel yang dapat mempengaruhi baik itu secara signifikan atau tidak terhadap variabel kepuasan konsumen, maka kerangka pemikiran teoritis yang dibuat oleh peneliti dapat dilihat pada gambar 2.1 berikut ini.



Gambar 2.1 Kerangka konseptual

Sumber. Ivana Chaterina. 2016, Denni Ardyanto, Heru dan Susilo Riyadi. 2015

Keterangan.

- > Uji parsial
- - -> Uji simultan

2.4 Hipotesis

Berdasarkan kerangka konseptual diatas maka diperoleh hipotesisi sebagai berikut:

1. kualitas produk dan kualitas pelayanan diduga secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PDAM di Mojokerto
2. kualitas produk dan kualitas pelayanan diduga secara parsial berpengaruh terhadap terhadap kepuasan kosnumen PDAM di Mojokerto.
3. Kualitas pelayanan berpengaruh dominan terhadap kepuasan konsumen PDAM di Mojokerto.



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan angka-angka baik yang secara langsung diambil dari hasil penelitian maupun data yang diolah dengan menggunakan analisis statistik (Sugiyono,2010). Jenis penelitian ini termasuk dalam penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang dilakukan dilapangan dalam kancah yang sebenarnya (Joko Subagyo,2004). Hakikatnya penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi atau lokasi penelitian. Adapun lokasi penelitian ini di Mojokerto.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode survei. Definisi metode survei menurut Dermawan (2005;22) adalah teknik riset dimana informasi dikumpulkan menggunakan penyebaran kuesioner. Sedangkan menurut Arikunto (2006) yaitu mengumpulkan data sebanyak-banyaknya mengenai faktor-faktor yang merupakan pendukung kemudian menganalisis faktor-faktor tersebut. Metode penelitian survei adalah tipe penelitian dengan menggunakan kuisisioner atau angket sebagai sumber data utama.

3.2 Lokasi Penelitian

Dalam penelitian ini, obyek yang digunakan untuk menggali data adalah kepada semua konsumen PDAM Mojokerto. Adapun penyebaran kuesioner ditujukan kepada semua konsumen PDAM Mojokerto dengan ketentuan telah menjadi pelanggan atau anggota dari PDAM Mojokerto.

3.3 Populasi Dan Sample

3.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2010). Sedangkan menurut Deni Darmawan (2014) populasi adalah sumber data dalam penelitian tertentu yang memiliki jumlah banyak dan luas. Adapun populasi dalam penelitian ini mencakup seluruh konsumen PDAM Mojokerto yang masih aktif menjadi anggota dari PDAM. Dengan banyaknya jumlah populasi dalam penelitian ini yang diketahui mencapai 27033 anggota PDAM Mojokerto secara pasti dikarenakan keterbatasan waktu dan tenaga serta dana, maka dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode sampling untuk menentukan sampel.

3.3.2. Sampel

Sample dimunculkan oleh peneliti pada suatu penelitian disebabkan karena (1) peneliti ingin mereduksi (memotong) obyek yang akan diteliti. Peneliti tidak melakukan penyelidikannya pada semua obyek atau gejala atau kejadian atau peristiwa tetapi hanya sebagian saja, dan (2) peneliti ingin melakukan generalisasi dari hasil penelitiannya, artinya mengenakan kesimpulannya kepada obyek, kejadian, gejala atau peristiwa yang lebih luas.

Dua hal diatas yang mendasari peneliti sampel, namun demikian hal paling penting dalam penelitian sampel ini adalah bagaimana sampel tersebut mewakili populasi bukan merupakan duplikat atau replika yang cermat, melainkan hanya

sebagai cermin yang dapat dipandang menggambarkan secara optimal keadaan populasi.

Dalam penelitian sosial, dikenal dengan hukum kemungkinan (*probabilitas*), yaitu kesimpulan yang ditarik dari populasi dapat digeneralisasikan kepada seluruh populasi. Kesimpulan ini dapat dilakukan karena pengambilan sampel dimaksud adalah untuk mewakili seluruh populasi. Dari ide hukum kemungkinan ini, maka kemudian banyak penelitian menggunakan sampel. (Masyhuri, 2014:141)

3.4 Teknik Pengambilan Sample

Teknik yang diambil dalam penelitian ini adalah teknik sampel acak sederhana dimana sebuah metode untuk memilih anggota sampel yang dinotasikan dengan 'n' dari anggota populasi yang dinotasikan dengan 'N' sehingga anggota populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk menjadi anggota sampel, tidak ada diskriminasi terhadap anggota populasi.

Terlebih dahulu semua unit penelitian disusun dari kerangka sampling ditarik sebagai sampel atau satuan yang akan diteliti. Pengambilan sampel harusnya dengan cara undian sehingga setiap unit mempunyai peluang yang sama. (Masyhuri, 2014:151)

3.5 Data dan Jenis Data

Masyhuri mendefinisikan data dan jenis data adalah bentuk-bentuk ungkapan, kata-kata, angka, simbol dan apa saja yang memberikan makna, yang memerlukan proses lebih lanjut (Masyhuri, 2014:130)

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

3.5.1 Data Primer

Data primer adalah data yang berasal dari sumber asli atau pertama. Data ini tidak tersedia dalam bentuk terkompilasi atau dalam bentuk *file*. Data ini harus dicari melalui seorang narasumber atau dalam kata lain melalui responden, yaitu orang yang kita jadikan objek penelitian atau orang yang kita jadikan sebagai sarana mendapatkan informasi atau data (Narimawati,2008).

3.5.2 Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data terhadap pengumpulan data (Sugiyono,2008). Adapun data sekunder inilah yang nantinya menjadi data pendukung dalam keperluan melengkapi data-data primer seperti buku-buku dan literatur lain yang berkaitan dengan masalah yang diteliti

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah peneliti menjelaskan langkah-langkah atau proses dalam pengumpulan data, seperti wawancara, observasi, kuesioner dan dokumentasi. Jika peneliti pengumpulan data menggunakan wawancara, perlu dijelaskan juga siapa-siapa yang akan atau dijadikan informan. Jika menggunakan kuesioner atau angket, perlu dijelaskan pula siapa-siapa yang akan dijadikan responden (Masyhuri, 2014:130). Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner

Menurut Sugiono (2010), kuesioner adalah teknik pengumpulan data dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan kepada responden untuk menjawabnya.

Kuesioner ini berisi pernyataan atau pertanyaan dengan jawaban alternatif yang berhubungan dengan kinerja pelayanan, kualitas produk, kualitas pelayanan

terhadap kepuasan konsumen di PDAM Mojokerto. Dimana dari beberapa pertanyaan yang dimunculkan dalam kuesioner terdapat pertanyaan yang diambil dari penelitian terdahulu dan beberapa pertanyaan dibuat sendiri oleh penulis.

Adapun skala yang dipakai adalah skala ordinal. Skala ordinal digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang fenomena sosial (Sugiyono,2010). Skala ini menggunakan 5 skor yaitu sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Cukup Setuju (CS)	= 3
Tidak Setuju (TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1

3.7 Definisi Operasional Variabel

Dalam penelitian ini pengaruh kinerja pelayanan, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Mojokerto, dimana kualitas pelayanan (X 1) dan kualitas produk (X 2). Kepuasan konsumen (Y). Pengaruh variabel-variabel ini dapat dicari dengan meregresikan variabel-variabel bebas dengan variabel terikatnya. Variabel tersebut dikembangkan menjadi beberapa indikator, selanjutnya indikator tersebut dikembangkan menjadi beberapa item pernyataan dalam kuesioner dengan menggunakan skala *ordinal* dengan lima (5) pilihan jawaban yaitu, untuk pernyataan dalam pertanyaan pertama adalah Sangat

Setuju (SS), Setuju (S), Ragu-Ragu (RG), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS).

3.7.1. Variabel *Independen* (bebas)

3.7.1.1. Kualitas pelayanan (X1)

Zethaml, (1990:22) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal.

3.7.1.2. Kualitas produk (X2)

Kualitas produk adalah salah satu sarana *positioning* utama pasar. Kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas mempunyai hubungan yang sangat erat dengan nilai pelanggan. Dalam artian sempit kualitas bisa didefinisikan sebagai bebas dari kerusakan (Kotler, 2006:272).

3.7.2. Variabel *Dependen* (terikat)

Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat adalah kepuasan konsumen pada PDAM Mojokerto (Y), yang dimaksud kepuasan konsumen adalah menyatakan kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja atau hasil dari suatu produk dan harapan-harapannya. Kotler (2002:42)

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator
Kualitas pelayanan (X3) (zethaml ,1990:22)	kualitas pelayanan dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu expected service dan perceived service. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (perceived service) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal.	1. Daya tanggap (X1.1)
		2. Kehandalan (X1.2)
		3. Jaminan (X1.3)
		4. Kemudahan (X1.4)
		5. Fasilitas (X1.5)
Kualitas produk (X2) (Kotler,2006:272)	Kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pasar. Kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas mempunyai hubungan yang	1. keistimewaan (X2.1)
		2. kehandalan (X2.2)
		3. Daya tahan produk (X2.3)

	sangat erat dengan nilai pelanggan. Dalam artian sempit kualitas bisa didefinisikan sebagai bebas dari kerusakan.	4. Kemampuan pelayanan (X2.4) 5. Jujur (X3.4)
Kepuasan konsumen (Y) (Kotler dan Keller,2009;138)	Menurut Kotler dan Keller (2009: 138) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas dan begitupun sebaliknya.	1. Konfirmasi harapan (X3.1)
		2. Minat pembelian ulang (X3.2)
		3. Ketidakpuasan (X3.3)
		4. Ikhlas (X3.4)

3.8 Analisis Data

3.8.1. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

3.8.1.1. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut (Imam Ghazali,2013). Perhitungan ini akan dilakukan dengan menggunakan bantuan

komputer program SPSS 17 (Statistical Package for Social Science). Pada setiap butir pertanyaan di uji validitas. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r tabel dimana $df = n-2$ dengan sig 5% jika r tabel $<$ r hitung maka dikatakan valid (Wiratna Sujarweni,2015).

3.8.1.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas instrumen menggambarkan pada kemantapan alat ukur yang digunakan. Alat ukur dinyatakan reliabel yang tinggi atau dapat dipercaya, apabila alat ukur itu stabil, sehingga dapat diandalkan dan dapat digunakan dalam peramalan. Dalam perdagangan positivistik (kuantitatif), suatu data dinyatakan reliabel apabila dua atau lebih penelitian dalam objek yang sama menghasilkan data yang sama (Wiratna Sujarweni,2015).

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Reliabilitas diukur dengan uji statistik cronbach's alpha (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai cronbach's alpha $>0,60$. (Nugroho, 2005).

3.9 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini digunakan metode kuantitatif dengan alat analisis regresi berganda. Dalam analisis regresi berganda untuk menguji hipotesis yang telah diajukan, untuk mengolah dan membahas data yang diperoleh. Analisis regresi berganda digunakan oleh peneliti, karena peneliti bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediktor dimanipulasi (Sugiyono,2015). Persamaan regresi berganda dalam penelitian ini adalah :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = variabel Y, yaitu kepuasan konsumen

A = konstanta

b1,b2 = koefisien regresi

X 1 = kualitas pelayanan

X 2 = kualitas produk

e = standar error

3.10 Uji Hipotesis

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini diuji dengan regresi linier berganda.

Adapun cara yang digunakan untuk menganalisis, yaitu:

3.10.1 Uji parsial (Uji-t)

Menurut Ghozali dalam Sujarwerni (2015), uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh antar variabel independen dengan variabel dependen. Apabila nilai probabilitas signifikan lebih kecil dari 0,05 (5%) maka suatu variabel independen berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.

Adapun kriteria adalah:

- 1 Jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2 Jika $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.10.2 Uji simultan (Uji-F)

Menurut Sujarwerni (2015:228), signifikan model regresi secara simultan diuji dengan melihat nilai signifikan (sig) dimana jika nilai sig dibawah 0,05 maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun kriteria adalah:

- 1 Jika $f \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2 Jika $f \text{ hitung} < F \text{ tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

3.10.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketepatan hubungan antara variabel independen dan dependen dalam suatu persamaan regresi (Purwanto SK. dan Suharyadi, 2004). Dalam R^2 akan berkisar 0 sampai 1, apabila nilai $R^2 = 1$ menunjukkan bahwa 100% total variasi diterangkan oleh varian persamaan regresi atau variabel bebas baik X_1 maupun X_2 mampu menerangkan variabel Y sebesar 100%. Sebaliknya apabila nilai $R^2 = 0$ menunjukkan bahwa tidak ada total variasi yang diterangkan oleh varian bebas dari persamaan regresi baik X_1 X_2 maupun X_3 .

Model koefisien determinasi memiliki kelemahan yakni bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model. 105 Dalam penelitian ini menggunakan nilai dari Adjusted R^2 untuk mengevaluasi mana model regresi terbaik.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Paparan Data Hasil Penelitian

4.1.1 Gambaran Umum PDAM Mojokerto

1. Profil Perusahaan

Nama : PDAM DJOEBEL TIRTA Kab. Mojokerto

Alamat : Jln. Pahlawan No.4, Mojosari, Kabupaten Mojokerto

Tlp : 0321-593718

2. Sejarah PDAM Djoebel Tirta Mojosari

Sistem penyediaan air bersih perpipaan pertama kali di bangun oleh pemerintah kolonial belanda pada tahun 1929, untuk pelayanan air bersih kabupaten Mojokerto, kabupaten Jombang, kabupaten Sidoarjo dan kota Mojokerto dengan memanfaatkan sumber mata air jubel di kecamatan pacet dengan debit penyadapan pada saat itu sebesar 70 liter / detik. Kemudian mulai masa kemerdekaan RI sampai dengan tahun 1970 pengelolaannya di serahkan kepada Dinas Saluran air minum propinsi. Pada bulan Juli tahun 1975 Daerah Saluran Air Minum Mojokerto diserahkan kepada Daerah Tingkat II Mojokerto menjadi ***Dinas Saluran Air Minum Kabupaten Daerah Tingkat II Mojokerto***, dengan adanya Undang – Undang Nomor 5 Tahun 1962 tentang Perusahaan Daerah maka Dinas Saluran Air Minum Kabupaten Daerah Tingkat II Mojokerto oleh Pemerintah Daerah dirubah menjadi ***Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Daerah Tingkat II Mojokerto*** sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Daerah Tingkat II Mojokerto Nomor 4 Tahun 1980, dan Peraturan Daerah ini mulai berlaku pada hari pertama sejak tanggal diundangkan dalam

lembaran Daerah Kabupaten Daerah Tingkat II Mojokerto *pada tanggal 11 Agustus 1981 Nomor 10 seri C Tahun 1981.*

Pada tahun 1978 telah menerima bantuan proyek fisik yang berupa bangunan bronkaptering dan perpipahan transmisi distribusi dengan memanfaatkan sumber mata air Ubalan dan sumber mata air Mojo di Kecamatan Pacet. Dengan kapasitas terpasang untuk sumber ubalan sebesar 15 liter /detik dan sumber mojo 10 liter /detik. Sejalan dengan program pemerintah untuk sasaran pelayanan air bersih 60% penduduk perkotaan dan perkembangan kota kabupaten Mojokerto serta pertumbuhan penduduknya, maka pada tahun 1986 PDAM Kab Mojokerto memperoleh bantuan proyek fisik dari pemerintah pusat berupa sumur pompa dalam sistim BNA dan IKK di Ibu Kota Kecamatan di Kabupaten Mojokerto adapun kapasitas masing – masing sistem yang telah di bangun antara lain: a. SPD Awang – awang Mojosari sebesar 20 liter / detik, b. SPD Janti langkung Mojosari sebesar 15 liter / detik, c. SPD Candirejo Mojosari sebesar 10 liter / detik, d. SPD IKK Ngoro sebesar 2.5 liter / detik, e. SPD IKK Bangsal sebesar 2,5 liter / detik, f. SPD IKK Dawar Blandong sebesar 2.5 liter / detik, g. SPD IKK Puri sebesar 2,5 liter / detik, h. SPD IKK Kemlagi sebesar 2.5 liter / detik, i. SPD IKK Trowulan sebesar 2.5 liter / detik.

Pada empat tahun sejak tahun 1996 PDAM Kabupaten Mojokerto berusaha meningkatkan kapasitas produksi dengan membangun SPD di Banyu legi Dawar blandong dengan kapasitas 5 liter / detik. Kemudian PDAM Kabupaten Mojokerto menerima bantuan proyek fisik penyediaan air bersih di Perumnas jetis dengan kapasitas sumur pompa dalam sebesar 7,5 liter / detik,

dan kembali membangun SPD Mojodadi Kemlagi dengan kapasitas 5 liter / detik. Pada tahun 1999 PDAM Mojokerto menerima proyek bantuan pemerintah pusat dana APBN yang di gunakan untuk membangun penangkapan sumber mata air di sumber bendungan Pacet sebesar 35 liter / detik serta pengadaan dan pemasangan pipa distribusi dan pada saat ini sudah rusak kena bencana alam tahun 2004. Proyek proyek bantuan yang diterima oleh PDAM Kabupaten Mojokerto pada tahun-tahun berikutnya dipergunakan untuk meningkatkan kapasitas produksi dengan menambakan pompa-pompa dalam.

3. Visi Dan Misi

Visi:

Mewujudkan PDAM Kabupaten Mojokerto sebagai perusahaan daerah yang mampu memberikan pelayanan prima (*excellence service*)

Misi:

1. Meningkatkan kualitas dan kuantitas pelayanan secara konsisten, konsekuen, dan berkesinambungan untuk kepuasan pelanggan dan menambah cakupan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan air minum penduduk di wilayah Kabupaten Mojokerto.
2. Meningkatkan, memanfaatkan dan memelihara asset dan sumber daya perusahaan dengan optimal dan efisien.
3. Meningkatkan kinerja perusahaan dengan penekanan pada target kinerja melalui implementasi dan aktualisasi program kerja secara professional dan bertanggung jawab untuk mewujudkan visi dan misi tersebut.

4. Motto

“Bikin Hidup Lebih Sehat dan Berkualitas”

5. Struktur Organisasi

Jumlah pegawai PDAM Kabupaten Mojokerto terdiri dari :

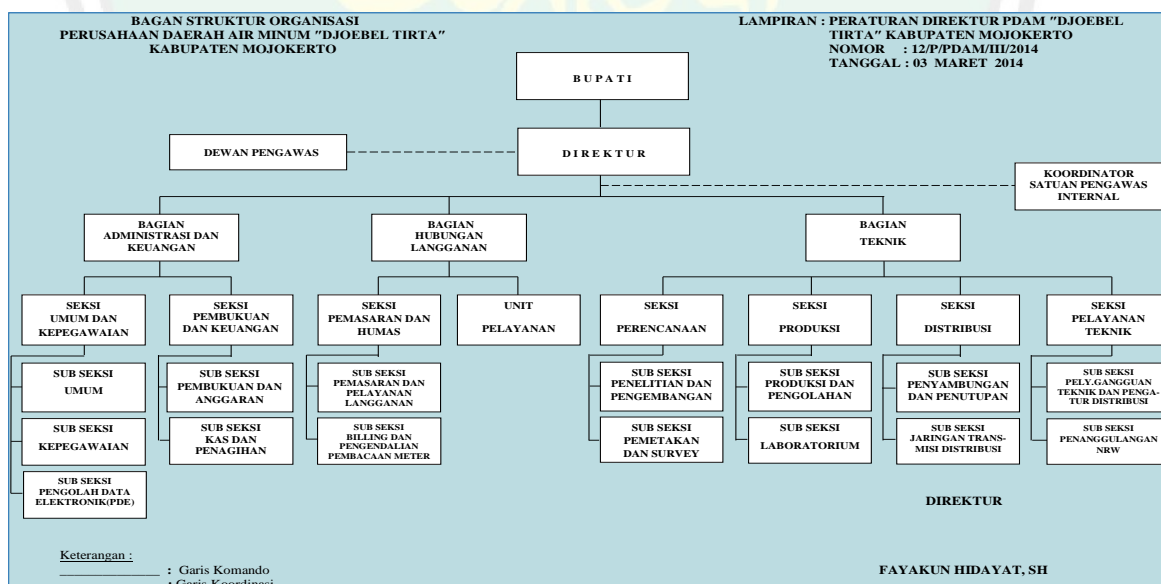
1) Dewan Pengawas :

- Ketua : 1 orang
- Sekretaris : 1 orang
- Anggota : 1 orang

2) Pegawai :

- Direktur : 1 orang
- Kepala Bagian : 3 orang
- Kepala Seksi : 11 orang
- Kepala Sub Seksi : 15 orang
- Staf : 84 orang

Adapun struktur organisasi PDAM Kabupaten Mojokerto akan digambarkan dalam bagan sebagai berikut:



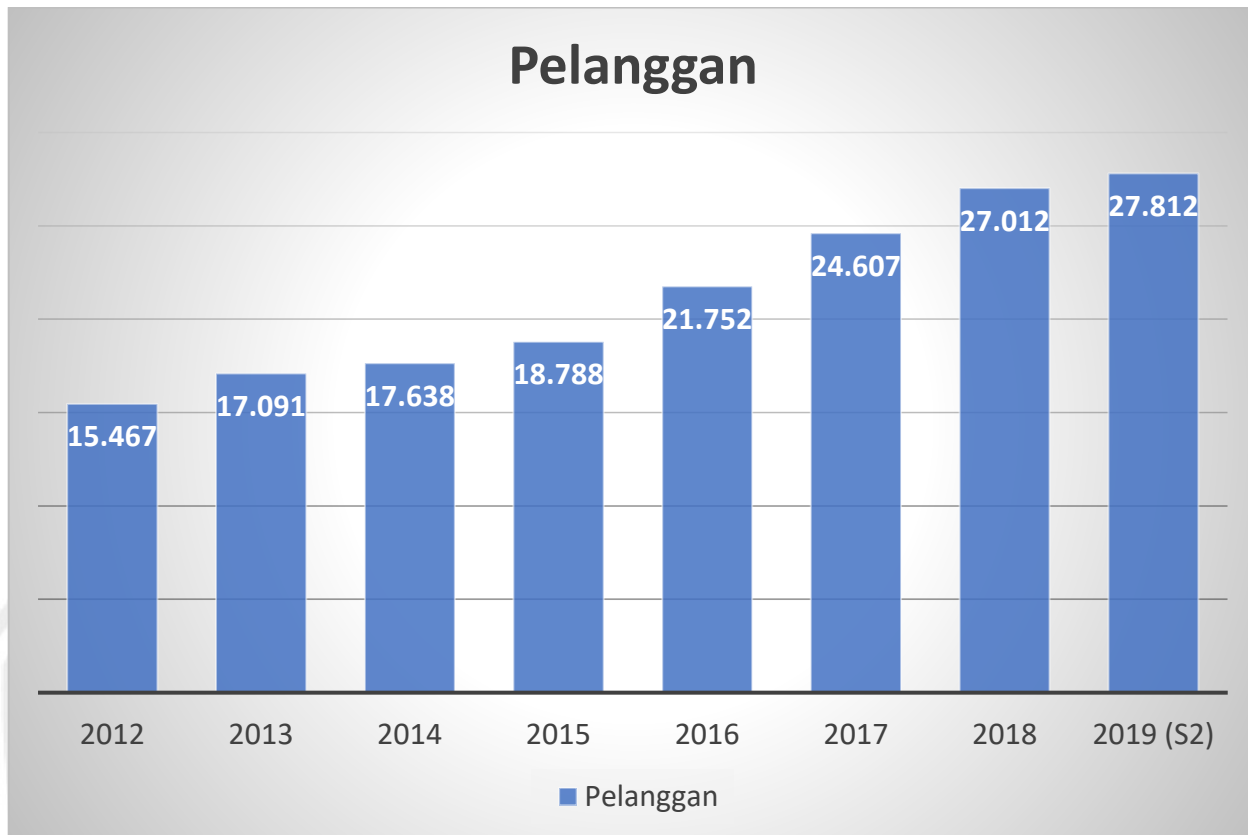
6. Ruang Lingkup Kegiatan Perusahaan

PDAM adalah Badan usaha Milik Daerah Kabupaten Mojokerto dalam bidang pelayanan air minum yang dipimpin oleh Direktur dan bertanggung jawab kepada Bupati. Berdasarkan peraturan direktur perusahaan daerah air minum Kabupaten Mojokerto tentang perubahan susunan organisasi dan tata kerja perusahaan daerah air minum Kabupaten Mojokerto (pasal 3) menjelaskan tentang Tugas Pokok PDAM adalah mengusahakan dan menyelenggarakan pengelolaan air minum bagi penduduk di wilayah Kabupaten Mojokerto dengan tujuan meningkatkan kesejahteraan yang mencakup aspek sosial, kesehatan, dan pelayanan umum.

Adapun kegiatan PDAM dalam menjalankan tugas pokoknya yang dijelaskan dalam pasal 3 diatas meliputi :

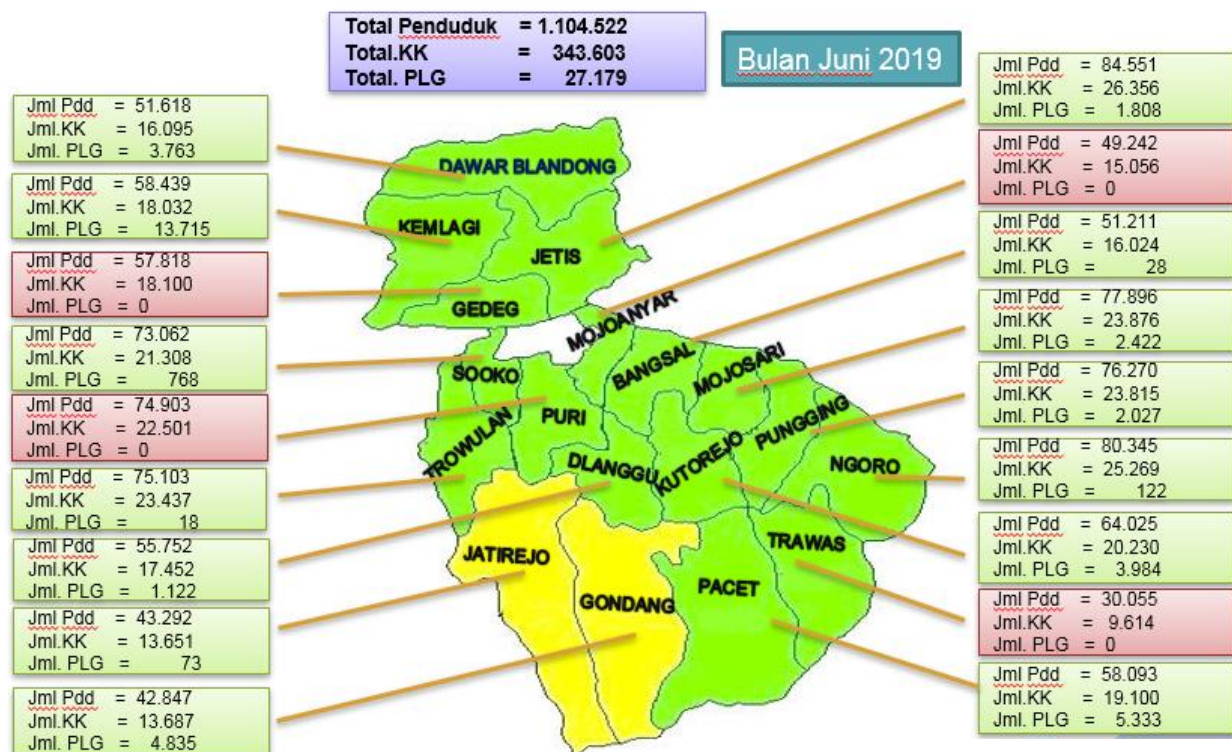
- a. Perencanaan yang meliputi segala usaha dan kegiatan untuk merencanakan, mempersiapkan, mengolah, menelaah/ membahas dan menyusun rumusan kebijaksanaan baik teknis meupun non teknis serta program kerja yang dituangkan dalam Businnes Plan yang selanjutnya dijabarkan dalam Rencana Kegiatan Perusahaan (RKAP) sebagai kegiatan tahunan ;
- b. Memelihara dan mengeksploitasi sumber daya air sebagai bahan baku produksi air minum yang sehat ;
- c. Menyelenggarakan pendistribusian air minum dengan teknik pengembangan Sistem Penyediaan Air Minum (SPAM) yang terpadu dengan pengembangan Prasarana dan Sarana Umum.

7. Data Pelanggan Pertahun



Berdasarkan data yang diperoleh dari laporan tahunan, data pelanggan PDAM dari tahun ketahun mengalami peningkatan. Peningkatan pelanggan tertinggi terjadi pada tahun 2016 dengan jumlah selisih tahun sebelumnya sebanyak 2964 pelanggan, sedangkan peningkatan terendah terjadi pada tahun 2013 dengan selisih 547 pelanggan dari tahun sebelumnya. Peningkatan pelanggan dari tahun sebelumnya pada tahun 2013 sebanyak 1624 pelanggan, tahun 2014 meningkat sebanyak 547 pelanggan, tahun 2015 meningkat sebanyak 1150 pelanggan, tahun 2016 meningkat lagi sebanyak 2.964 pelanggan, tahun 2017 mengalami peningkatan sejumlah 2.855 pelanggan, sedangkan tahun 2018 meningkat 2.405 pelanggan dan pada tahun 2019 meningkat sebanyak 800 pelanggan.

8. Sebaran pelanggan di wilayah Kecamatan



Berdasarkan data pada bulan Juni 2019, pelanggan PDAM Djoebel Tirta tersebar di 14 kecamatan dari 18 total seluruh kecamatan di Kabupaten Mojokerto. Empat kecamatan yang belum terdapat pelanggan PDAM adalah di Kecamatan Gedeg, Kecamatan Puri, Kecamatan Trawas dan Kecamatan Trawas. Sebaran pelanggan dengan urutan dari yang paling banyak terdapat di Kecamatan Kemlagi dengan pelanggan 13.715, Kecamatan Pacet 5.333 pelanggan, Kecamatan Gondang 4.835 pelanggan, Kecamatan Kutorejo 3.984 pelanggan, Kecamatan Dawar Blandong 3.765 pelanggan, Kecamatan Mojosari 2.422 pelanggan, Kecamatan Pungging 2.027 pelanggan, Kecamatan Jetis 1.808

Pelanggan, Kecamatan Dlanggu dengan 1.122 pelanggan, Pelanggan di Kecamatan Sooko mencapai 768, Kecamatan Ngoro 122 pelanggan, di Kecamatan Jatirejo ada 73 pelanggan, Kecamatan Bangsal 28 Pelanggan, di Kecamatan Trowulan ada 18 Pelanggan.

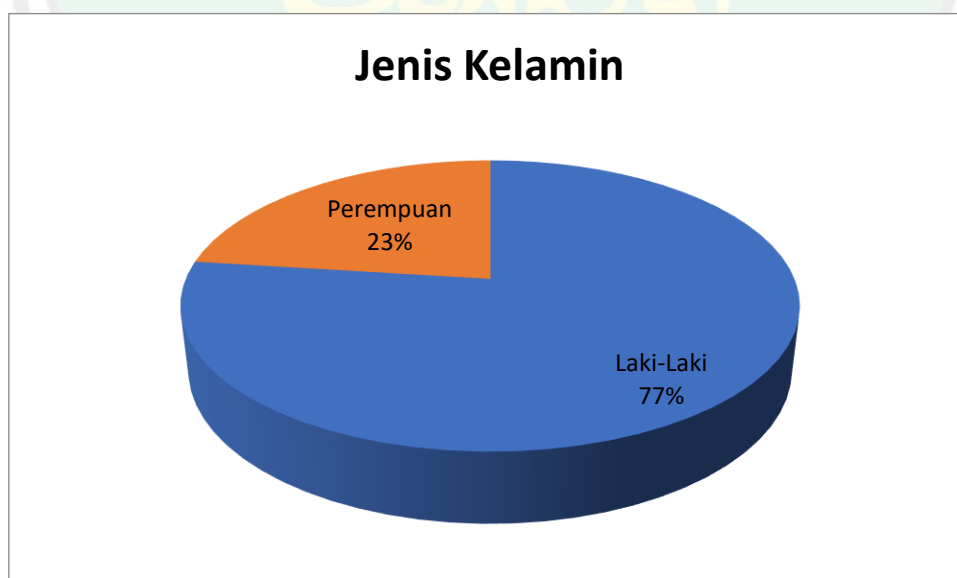
4.1.2 Analisis Hasil Penelitian

Pada penelitian ini responden yang diambil merupakan pelanggan yang menggunakan jasa PDAM Mojokerto. Kemudian prosedur penelitian yaitu dengan menyebarkan kuesioner kemudian meminta responden untuk mengisi kuesioner yang telah disiapkan. Berikut dijelaskan karakteristik responden berdasarkan beberapa faktor yaitu:

1. Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin

Gambar 4.1

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Data Diolah

Berdasarkan grafik 4.1 dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 77% atau 77 orang. Kemudian sisanya berjenis kelamin perempuan sejumlah 23 orang atau 23%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki yang menggunakan jasa PDAM Mojokerto.

2. Karakteristik responden berdasarkan pendidikan

Gambar 4.2

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan



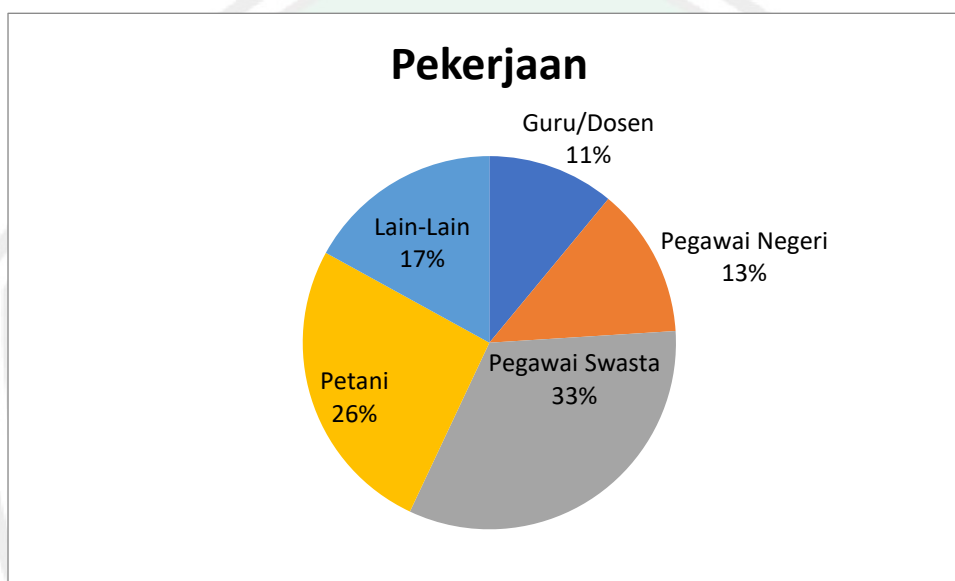
Sumber: Data Diolah

Berdasarkan grafik 4.2 diatas dapat diketahui bahwa mayoritas responden memiliki pendidikan terakhir <SLTA yaitu sebanyak 73% atau 73 orang, kemudian sebanyak 21% atau 21 orang berpendidikan Strata 1 dan sisanya 6% atau 6 orang berpendidikan Diploma 3.

3. Karakteristik responden berdasarkan pekerjaan

Gambar 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



Sumber: Data Diolah

Berdasarkan grafik 4.3 diatas dapat diketahui bahwa responden yang berstatus sebagai pegawai negeri swasta sebesar 33% atau 33 orang, petani sebanyak 26% atau 26 orang, kemudian pegawai negeri sipil sebanyak 13% atau 13 orang dari keseluruhan responden dan sisanya mempunyai pekerjaan lain-lain sebanyak 17% atau 17 orang.

4.1.3 Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian

Tabel 4.1

Uji Validitas dan Reliabilitas

Kelompok	Item	Validitas		Cronbach's Alpha	Keterangan
		Korelasi (r)	Probabilitas (sig.)		
X1	X1.1	0,346	0,000	0,698	Valid dan Reliabel
	X1.2	0,285	0,004		
	X1.3	0,343	0,000		
	X1.4	0,475	0,000		
	X1.5	0,362	0,000		
	X1.6	0,404	0,000		
	X1.7	0,631	0,000		
	X1.8	0,644	0,000		
	X1.9	0,543	0,000		
	X1.10	0,534	0,000		
	X1.11	0,275	0,006		
	X1.12	0,565	0,000		
	X1.13	0,388	0,000		
	X1.14	0,472	0,000		
	X1.15	0,409	0,000		
X2	X2.1	0,503	0,000	0,600	Valid dan Reliabel
	X2.2	0,585	0,000		

	X2.3	0,589	0,000		
	X2.4	0,688	0,000		
	X2.5	0,744	0,000		
Y	Y1.1	0,697	0,000	0,610	Valid dan Reliabel
	Y1.2	0,837	0,000		
	Y1.3	0,781	0,000		
	Y1.4	0,416	0,000		
	Y1.5	0,403	0,000		
	Y1.6	0,360	0,000		

Berdasarkan data dari tabel hasil perhitungan uji validitas dan reliabilitas diatas menunjukkan bahwa semua item pertanyaan untuk setiap variabel mempunyai nilai probabilitas lebih kecil dari 0,05 dan mempunyai nilai cronbach's alpha lebih besar dari 0,60. Dengan ini dapat disimpulkan bahwa seluruh item dalam penelitian ini sudah valid dan reliabel sehingga bisa dilanjutkan ke pengujian selanjutnya.

4.1.4 Hasil Analisis Data

4.1.4.1 Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda berguna untuk menganalisis pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Pada penelitian ini, analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel-variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk terhadap variabel terikat yaitu kepuasan konsumen (Y). Adapun hasil analisis regresi linier berganda pada penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.2

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Variabel	B	T	Signifikansi	Keterangan
Konstanta	11,442			
Kualitas Pelayanan	0,137	2,741	0,007	Signifikan
Kualitas Produk	0,337	3,416	0,001	Signifikan
α : 0,05 Adjusted R Square : 0,261 Std. Error of The Estimate : 2,65 F _{hitung} : 18,643 Sig. F : 0,000 N : 100				

Sumber: Data primer diolah, 2020

Adapun model persamaan regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

$$Y = 11,442 + 0,137 X_1 + 0,337 X_2$$

Berdasarkan persamaan regresi diatas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- Koefisien regresi kualitas pelayanan (X_1) sebesar 0,137 memiliki tanda positif yang menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan kepuasan konsumen (Y) memiliki hubungan searah. Apabila terdapat peningkatan dari

variabel kualitas pelayanan (X1) maka akan meningkatkan variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,137 dengan asumsi variabel lain bernilai konstan atau tetap.

- b. Koefisien regresi kualitas produk (X2) sebesar 0,337 memiliki tanda positif yang menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X2) dan kepuasan konsumen (Y) memiliki hubungan searah. Apabila terdapat peningkatan dari variabel kualitas produk (X2) maka akan meningkatkan variabel kepuasan konsumen (Y) sebesar 0,337 dengan asumsi variabel lain bernilai konstan atau tetap.

Nilai *Adjusted R Square* pada tabel diatas menunjukkan nilai sebesar 0,261 atau 26,1%. Menunjukkan bahwa kemampuan menjelaskan variabel independen yaitu kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap variabel dependen yaitu kepuasan konsumen sebesar 26,1% dan sisanya 73,9 dijelaskan oleh variabel lain diluar variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

4.1.4.2 Hasil Pengujian Hipotesis

1) Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara individual. Kriteria pengambilan keputusan dalam uji t adalah jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig\ t < \alpha$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Adapun hasil uji t (parsial) pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.3

Uji t (Parsial)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	11,442	2,665		4,293	,000
	X1	,137	,050	,271	2,741	,007
	X2	,337	,099	,337	3,416	,001

a. Dependent Variable: Y

Uji t atau uji parsial adalah uji yang digunakan untuk menguji hipotesis secara parsial, variabel bebas terhadap variabel terikat. Tabel diatas menunjukkan hasil perhitungan t_{hitung} dari setiap variabel X1 dan X2 dengan nilai $p > 0,05$ apakah berpengaruh secara signifikan terhadap perubahan nilai variabel terikat Y dengan cara membandingkan t_{tabel} dengan $N =$ jumlah sampel 100 dengan $\alpha = 0,05$ didapat t_{tabel} sebesar 1,660, maka disimpulkan sebagai berikut:

a. Variabel Kualitas Pelayanan

Uji t terhadap variabel kualitas pelayanan (X1) didapatkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($2,7421 > 1,660$) dan signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,007 < 0,05$), maka secara parsial variabel kualitas pelayanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Sehingga H_a diterima atau ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen diterima. Sedangkan hipotesis H_0 tidak ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen di PDAM Mojokerto ditolak.

b. Variabel Kualitas Produk

Uji t terhadap variabel kualitas produk (X2) didapatkan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} ($3,416 > 1,660$) dan signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,001 < 0,05$), maka secara parsial variabel kualitas produk (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y). Sehingga H_a diterima atau ada pengaruh yang signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen diterima. Sedangkan hipotesis H_0 tidak ada pengaruh yang

signifikan antara kualitas produk dengan kepuasan konsumen di PDAM Mojokerto ditolak.

2) Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah secara bersama-sama (simultan) koefisien variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) mempunyai pengaruh nyata atau tidak terhadap variabel terikat berupa kepuasan konsumen (Y). Uji F dilakukan dengan membandingkan nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ dengan signifikansi $F > 0,05$ (5%) maka H_a ditolak dan H_0 diterima. Adapun hasil uji F pada penelitian ini disajikan pada tabel berikut.

Tabel 4.4
Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	204,309	2	102,154	18,463	,000 ^b
	Residual	536,681	97	5,533		
	Total	740,990	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, diperoleh nilai $F_{hitung} 18,463 > F_{tabel} 3,09$ dan nilai signifikansi F sebesar $0,000 < 0,05$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya bahwa secara bersama-sama variabel bebas yang terdiri dari kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan konsumen (Y).

4.2 Pembahasan

4.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PDAM

Mojokerto

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini diketahui bahwa hasil uji simultan (uji f) sebesar $F_{hitung} 18,463 > F_{tabel} 3,09$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X1) dan kualitas produk (X2) terhadap kepuasan konsumen (Y). Hal ini menunjukkan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk yang dimiliki oleh PDAM Mojokerto.

Berdasarkan hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk secara bersama-sama mempengaruhi kepuasan konsumen pada PDAM Mojokerto. Hasil penelitian tersebut sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh Utami Sulistyaningrum dengan judul “Pengaruh kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan konsumen di restoran koki tappanyaki express” yang menemukan hasil bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara variabel kualitas produk dan layanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan pendapat Kotler dan Keller (2009: 138) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja sesuai ekspektasi, pelanggan akan puas dan begitupun sebaliknya. Berdasarkan pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen dapat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan kualitas produk.

Menurut Sadono (152: 2002) kepuasan dalam ekonomi islam dikenal dengan masalah dengan pengertian tepenuhi kebutuhan baik bersifat fisik maupun spiritual. Islam sangat mementingkan keseimbangan kebutuhan fisik dan non fisik yang didasarkan

atas nilai-nilai syariah. Seorang muslim untuk mencapai tingkat kepuasan harus mempertimbangkan beberapa hal, yaitu barang yang dikonsumsi adalah halal, baik secara zatnya maupun secara memperolehnya, tidak bersikap israf (royal) dan tabzir (sia-sia). Oleh karena itu, kepuasan seorang muslim tidak didasarkan banyak sedikitnya barang yang dikonsumsi, tetapi didasarkan atas berapa besar nilai ibadah yang didapatkan dari yang dikonsumsi. Untuk mengetahui kepuasan seorang konsumen dalam teori ekonomi, dapat diilustrasikan dalam bentuk total utility (nilai guna total) dan marginal utility (nilai guna tambahan)

Teori nilai guna (utility) apabila di analisis dari teori masalah, kepuasan bukan di dasarkan atas banyaknya barang di konsumsi tetap di dasarkan atas baik atau buruknya sesuatu itu dan lingkungannya. Jika mengonsumsi sesuatu mendapatkan kemafsadatan pada diri atau lingkungan maka tindakan itu harus di tinggalkan sesuai dengan kaidah:

درء المفسد أولى من جلب المنافع

“Menolak segala bentuk kemudhorotan lebih di utamakan dari pada menarik manfaat.”

Jadi, perilaku konsumsi seorang muslim harus mengacu pada tujuan syariat, yaitu memelihara masalah dan menghindari mudharat.

Islam mengajarkan pada umatnya untuk saling tolong menolong dalam hal kebaikan antara satu dengan yang lainnya dan islam melarang untuk saling tolong menolong dalam hal keburukan. Dalam Al-Maidah: 02 dijelaskan bahwa :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحِلُّوا شَعَائِرَ اللَّهِ وَلَا الشَّهْرَ الْحَرَامَ وَلَا الْهَدْيَ وَلَا الْقَلَائِدَ وَلَا آمِينَ
الْبَيْتِ الْحَرَامِ يَبْتَغُونَ فَضْلًا مِنْ رَبِّهِمْ وَرِضْوَانًا وَإِذَا حَلَلْتُمْ فَاصْطَادُوا وَلَا يَجْرِمَنَّكُمْ شَنَاٰنُ

قَوْمٍ أَنْ صَدُّوكُمْ عَنِ الْمَسْجِدِ الْحَرَامِ أَنْ تَعْبُدُوا وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ ۗ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

"Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu melanggar syi'ar-syi'ar Allah, dan jangan melanggar kehormatan bulan-bulan haram, jangan (mengganggu) binatang-binatang had-nya, dan binatang-binatang qalaa-id, dan jangan pula mengganggu orang-orang yang mengunjungi Baitullah sedang mereka mencari karunia dan keredhaan dari Tuhanya dan apabila kamu telah menyelesaikan ibadah haji, maka bolehlah berburu. Dan janganlah kelali-kali kebencianmu kepada sesuatu kaum karena mereka menghalang-halangi kamu dari masjidilharam, mendorongmu berbuat aniaya. Dan tolong menolonglah kamu dalam kebajikan dan takwa, dan jangan tolong menolong dalam berbuat dosa dan pelanggaran. Dan bertakwalah kamu kepada Allah, sesungguhnya Allah amat berat siksa-Nya".

Islam mengajarkan tidak semua barang dan jasa dapat dikonsumsi, seorang konsumen muslim diperbolehkan mengkonsumsi barang dan jasa yang halal. Bahkan jumlahnya pun dibatasi hanya untuk keperluan dan bersifat sederhana. Sebagaimana dalam firman Allah dalam Qs Al-A'raf ayat 31:

يَبْنِيٰٓ ءَادَمَ ۖ خُذُوْا زِينَتَكُمْ عِنْدَ كُلِّ مَسْجِدٍ وَكُلُوْا وَشَرِبُوْا وَلَا تُسْرِفُوْا ۗ إِنَّهُ لَا يُحِبُّ الْمُسْرِفِيْنَ

"Makanlah dan minumlah, namun janganlah berlebih lebihan sesungguhnya Allah itu tidak menyukai orang-orang yang berlebihan".

4.2.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Kepuasan

Konsumen Secara Parsial

4.2.2.1 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen secara parsial didapatkan nilai t_{hitung} 2,741 dengan signifikansi t sebesar $0,007 < 0,05$, dengan demikian H_a diterima. Maka secara parsial variabel kualitas pelayanan (X_1) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Berdasarkan hasil penelitian diatas sesuai dengan hasil penelitian dari Tri Ulfa Wardani yang melakukan penelitian tentang “Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada bisnis jasa transportasi Gojek” dan menemukan hasil bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan juga sesuai dengan pendapat dari Zethaml, (1990:22) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dipengaruhi oleh dua faktor utama, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal.

Al-Qur'anul Karim memberikan kepada kita petunjuk-petunjuk yang sangat jelas dalam hal konsumsi dan pemakaian. Kualitas merupakan hal terpenting dalam memproduksi suatu barang atau jasa. Karena dengan kualitas yang tinggi akan membuat konsumen berminat untuk membeli atau menggunakan produk yang diciptakan. Kualitas layanan merupakan prioritas utama dalam sebuah jasa. Dimana jasa jika tidak mempunyai

kualitas yang tinggi akan berdampak buruk sehingga tidak mempunyai daya saing di dalam pasar yang luas.

Dalam proses ini, Islam mengatur tentang kecepatan dan kemudahan proses dari layanan. Islam juga mengajarkan bahwa dalam melayani konsumen sebaiknya selalu diciptakan kejujuran, karena kejujuran akan mendatangkan keberkahan bagi pelaku usaha. Selalu diciptakan sikap tidak mencari keuntungan sebesar-besarnya (*ta'awun*) dalam artian misalnya dalam mengukur, menakar dan menimbang semuanya ditegakkan dengan kejujuran tanpa adanya curang sedikitpun (Fatkhayah, 2009:19). Oleh karena itu pelaku usaha yang jujur akan diridhai oleh Allah, karena melaksanakan perintah-Nya, yang tercantum dalam Al-Qur'an Surat An-Nahl: 90

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَائِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ

Artinya: “*Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat, dan Allah melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran*”.

Di dalam buku yang dikarang Soetari, Endang. (2000). Dalam hadits lain disebutkan:

الْمُسْلِمُ أَخُو الْمُسْلِمِ لَا يَظْلِمُهُ وَلَا يُسْلِمُهُ، وَمَنْ كَانَ فِي حَاجَةِ أَخِيهِ كَانَ اللَّهُ فِي حَاجَتِهِ،
وَمَنْ فَرَّجَ عَنْ مُسْلِمٍ كُرْبَةً فَرَّجَ اللَّهُ عَنْهُ كُرْبَةً مِنْ كُرْبَاتٍ يَوْمَ الْقِيَامَةِ، وَمَنْ سَتَرَ مُسْلِمًا سَتَرَهُ اللَّهُ
يَوْمَ الْقِيَامَةِ

Artinya: “Seorang muslim adalah saudara orang muslim lainnya. Ia tidak boleh menzhalimi dan tidak boleh membiarkannya di ganggu orang lain (bahkan ia wajib menolong dan membelanya)”.

4.2.2.2 Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) yang telah dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan konsumen secara parsial didapatkan nilai t_{hitung} 3,416 dengan signifikansi t sebesar $0,001 < 0,05$, dengan demikian H_a diterima. Maka secara parsial variabel kualitas produk (X_2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y).

Berdasarkan hasil penelitian diatas sesuai dengan hasil penelitian dari Ariadi Wibowo yang melakukan penelitian tentang “Analisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan” dan menemukan hasil penelitian bahwa secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan juga hasil penelitian ini sesuai dengan pendapat Kotler (2006:272) kualitas produk adalah salah satu sarana positioning utama pasar. Kualitas produk mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, oleh karena itu kualitas mempunyai hubungan yang sangat erat dengan nilai pelanggan.

Zainal, dkk (2014:380) menjelaskan produk pada Al-Qur’an dinyatakan dalam dua istilah, yaitu *al-tayyibat* dan *al-rizq*. *Al-tayyibat* merujuk pada suatu yang baik, suatu yang murni dan baik, sesuatu yang bersih dan murni, sesuatu yang baik dan menyeluruh serta makanan yang terbaik. *Al-rizq* merujuk pada makanan yang diberkahi tuhan, pemberian yang menyenangkan dan ketetapan Tuhan. Menurut Islam produk konsumen adalah berdaya guna, materi yang dapat dikonsumsi yang bermanfaat yang bernilai guna, yang menghasilkan perbaikan material, moral, spiritual bagi konsumen. Sesuatu yang tidak berdaya guna dan dilarang dalam Islam bukan merupakan produk dalam pengertian

Islam. Barang dalam ekonomi konvensional adalah barang yang dapat dipertukarkan. Tetapi barang dalam Islam adalah barang yang dapat dipertukarkan dan berdaya guna secara moral.

Islam banyak memberikan kebebasan individual kepada manusia dalam masalah konsumsi. Setiap individu diberi kebebasan sepenuhnya dalam pembelanjaan atas barang-barang dan jasa yang baik ketentuan tidak mendatangkan bahaya bagi konsumen dan kesejahteraan negara (Fatkhayah, 2009:19)

Produk yang dipasarkan merupakan senjata yang sangat bagus dalam memenangkan persaingan apabila memiliki mutu dan kualitas yang tinggi. Sebaliknya produk yang mutunya rendah akan sukar untuk memperoleh citra dari para konsumen. Oleh karena itu produk yang dihasilkan harus diusahakan mempunyai mutu yang baik.

Islam mengajarkan untuk mengonsumsi sesuatu yang baik dan bisa menghasilkan manfaat bagi tubuh, sebagaimana firman Allah SWT dalam Q.S. Al-Baqarah:168

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh nyata bagimu”.

4.2.3 Kualitas Produk Berpengaruh Dominan terhadap Kepuasan Konsumen

PDAM Mojokerto

Berdasarkan hasil analisis uji t dapat diketahui bahwa variabel kualitas produk memiliki nilai koefisien sebesar 0,337 lebih besar dibandingkan nilai koefisien kualitas pelayanan, hal ini mengindikasikan bahwa variabel kualitas produk berpengaruh paling

dominan terhadap kepuasan konsumen. Maka dapat disimpulkan bahwa untuk meningkatkan kepuasan konsumen pada PDAM Mojokerto perusahaan perlu untuk lebih memperhatikan kualitas produk yang disediakan dan juga tetap meningkatkan kualitas pelayanan bagi konsumen agar konsumen merasa puas terhadap jasa yang telah diberikan.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini menjelaskan pengaruh antara variabel bebas kualitas pelayanan dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen dengan studi kasus pada PDAM Mojokerto. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Secara simultan variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PDAM Mojokerto
2. Secara parsial variabel kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PDAM Mojokerto
3. Kualitas produk menjadi variabel yang berpengaruh paling dominan terhadap kepuasan konsumen pada PDAM Mojokerto.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian diatas yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen maka saran penulis untuk evaluasi selanjutnya yaitu :

1. PDAM Mojokerto
 - a) Dilihat dari hasil penelitian pada PDAM Mojokerto harus mempertahankan kualitas pelayanan dan kualitas produk nya karena dengan kedua variabel tersebut konsumen mendapatkan kepuasan dalam menggunakan jasa PDAM Mojokerto. Dan selanjutnya untuk terus meningkatkan lagi pelayanan yang diberikan agar konsumen menjadi puas, kemudian terus meningkatkan kualitas produk yang

diberikan kepada konsumen, dan terus memberikan inovasi terhadap produk-produk yang ada.

2. Peneliti Selanjutnya

- a) Bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan tema yang serupa, sebaiknya menambah variabel bebas lainnya selain kualitas pelayanan dan kualitas produk, seperti harga, tempat, promosi dan lain sebagainya dan menambahkan jumlah sampel yang diteliti agar hasil penelitian lebih akurat.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an & Terjemahan. Jakarta: Penerbit Wali
- Ahyari, Agus. (1985). *Perencanaan Sistem Produksi*. Yogyakarta: BPFE.
- Arikunto, S. (2006). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara
- Darmawan, Deni. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif. Cetakan Kedua*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Irawan, Handi. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elek Media Komputindo.
- Joko Subagyo. (2004). *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2006). *Prinsip-Prinsip Manajemen*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran buku I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran Buku I*. Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Ramba dan A. Hamdani. (2006). *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Machfudz, Masyhuri. (2014). *Metode Penelitian Ekonomi*. Malang: Genius Media.
- Nasution. (2005). *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rambat, Lupiyoadi. (2006). *Teknik Statistika Untuk Bisnis Dan Ekonomi*. Jakarta: Erlangga
- Sadono, Sukirno. (2002). *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. (2013). *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi.
- Soetari, Endang. (2000). *Ilmu Hadits Kajian Diriwayah dan Diriyah*. Bandung: Mimbar Pustaka
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, Fandi. (2000). *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.

Zainal, Veithzal Rivai. Muhammad Syafei Antoniu, Muliaman Darmansyah Hadad. (2014). *Islamic Business Management Praktik Manajemen Bisnis yang sesuai Syariah Islam*. Yogyakarta:BPFE.

Oardawi Yusuf. (1997). *Norma dan Etika Ekonomi Islam*. Jakarta:GIP

Karim Adiwarmarman. (2003). *Analisis Fiqih Dan Keuangan*. Jakarta:IIIT

Skripsi dan jurnal

Affandi, Herri. & Zaki, Muhammad. & Azmeri. (2017).

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Teknik Sipil Universitas Syiah Kuala*. Vol.6 No.3, 297-308.

Fatkhiyah, Elok. (2009). **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Honda Ahas 07819 Hamada Motor Ngoro Kabupaten Mojokerto,** *Skripsi*, Fakultas Tarbiyah, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.

Kareta, Laurensius Boro.

(2014). **Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Flores Timur.** *Jurnal Administrasi Publik dan Birokrasi* Vol. 1 No.3, 96-166

Panjaitan, Januar Efendi, & Yuliati, Ai

Lili. (2016). **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung.** *DeReMa Jurnal Manajemen* Vol.11 No.2, 265-289.

Putra, Ryan Amanda. (2014).

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Starbucks Coffee Ciputra World Surabaya, *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Jawa Timur, Surabaya.

Setyoningrum, Candra.

(2009). **Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kecamatan Trenggalek.** *Skripsi*. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Malang, Malang.

Sulistyaningrum, Utami. (2014). **Pengaruh Kualitas Produk dan**

Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Restoran Koki Tappanyaki Express, *Skripsi*. Fakultas Teknik, Universitas Negeri Yogyakarta.

Wardani, Tri Ulfa.

(2017). **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Bisnis Jasa Transportasi Gojek,** *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan.

Wibowo, Ariadi. (2009). **Analisis Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Perumahan Sembungharjo Permai Pengembang**

PT. Sindur Graha Tama), *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia*. Volume VIII, No. 2, halaman 173-186









Widyaningrum, Riny. (2014). **Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus di PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor)**, *Skripsi*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor, Bogor.

Masyhuri., Zainuddin. *Metodologi Penelitian pendekatan praktis dan aplikatif*. Diperoleh tanggal 10 September 2019 dari <http://gudangsurat.unisma.ac.id/index.php/s/LTj8MsdxIkxZK4H>



BUKTI KONSULTASI

Nama : Muhammad Atho'illah
 NIM/Jurusan : 15510189 / Manajemen
 Pembimbing : Dr. Ir. Masyhuri, MP
 Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Pdam Mojokerto

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1.	15 Juli 2019	Pengajuan Outline	1. 
2.	2 September 2019	Konsultasi BAB I, II, III	2. 
3.	15 September 2019	Konsultasi revisian BAB I, II, III	3. 
4.	4 November 2019	Konsultasi Draft Pertanyaan	4. 
5.	6 November 2019	ACC Draft Pertanyaan	5. 
6.	20 April 2020	Konsultasi BAB IV - V	6. 
7.	21 April 2020	Konsultasi revisian BAB IV, V, Daftar Pustaka, Abstrak	7. 
8.	24 April 2020	ACC	8. 

Malang, 24 April 2020

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Agus Sucipto, MM., CRA
 NIP 19670816 200312 1 001

Kuisisioner Penelitian



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG**

**FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**

Jalan Gajayana 50 Malang 65144 Telepon (0341) 570872, Faksimile (0341) 558881

A. Kata Pengantar

Yang terhormat saudara/i responden

Saya Muhammad Atho'illah (15510189), mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang pada saat ini sedang melaksanakan penyusunan tugas akhir atau skripsi yang berjudul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PDAM MOJOKERTO”**. Sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan tugas akhir tersebut peneliti membutuhkan data-data untuk proses analisis, segala informasi yang diberikan dalam kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata dan akan dijaga kerahasiaannya. Oleh karena itu peneliti sangat berharap kepada saudara/saudari untuk berkenan mengisi seluruh pertanyaan atau pernyataan dalam kuesioner ini sesuai dengan keyakinan saudara/saudari. Setiap jawaban saudara/saudari merupakan bantuan yang tidak ternilai bagi penelitian ini, untuk itu saya ucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya.

Petunjuk :

1. Berilah tanda checklist (✓) pada jawaban yang anda pilih
2. Hanya bagi konsumen PDAM Mojokerto

B. Identitas Responden

1. Nama :
2. Saya merupakan konsumen PDAM Mojokerto
 : Ya : Tidak
3. Jenis Kelamin : : Laki-laki : Perempuan

4. Pendidikan : : SLTA kebawah : Diploma 3
 : Strata 1 : Strata 2
 : Strata 3
5. Jenis Pekerjaan : : Pelajar/Mahasiswa : Guru/Dosen
 : Pegawai Negri : Pegawai Swasta
 : Petani : Lain-lain

C. Pernyataan Kuesioner

Bacalah pernyataan dibawah ini dengan cermat, kemudian berilah tanda checklist (✓) untuk setiap pernyataan pada kolom penilaian yang telah disediakan, sesuai dengan keyakinan, pendapat, pengetahuan, dan pengalaman saudara/sudari.

Skala Penelitian

Jawaban	Skor
Sangat Baik (SB)	5
Baik (B)	4
Cukup Baik (CB)	3
Kurang Baik (KB)	2
Tidak Baik (TB)	1

Form kuisisioner

NO	PENILAIAN	Tingkat kinerja				
		SB	B	CB	KB	TB
	VARIABEL KUALITAS PELAYANAN					
	Daya Tanggap Karyawan					
1	Kecepatan karyawan terhadap pelayan pelanggan baru					
2	Kecepatan petugas dalam mengatasi keluhan					
3	Sikap satpam terhadap pelanggan yang datang					
4	Kepekaan petugas penerima keluhan maupun pengaduan terhadap kebutuhan informasi					

5	Sikap petugas teknik dalam bertugas					
Kehandalan						
6	Kemudahan dalam pembayaran di loket PDAM					
7	kemudahan administrasi pelanggan baru					
Jaminan						
8	Keterampilan karyawan non Teknik					
9	Keahlian petugas Teknik					
10	Penampilan karyawan					
Perhatian Individu atau Pribadi						
11	Keramahan dan kesopanan petugas di loket pembayaran					
12	Keramahan dan kesopanan petugas penerima keluhan					
Fasilitas						
13	Tersedia halaman parkir					
14	Tersedia kamar mandi pelanggan					
15	Ruang tunggu disertai kursi untuk pelanggan					
VARIABEL KUALITAS PRODUK						
Keistimewaan						
16	Kualitas air					
17	Kuantitas air					
18	Kontinuitas aliran air					
Kehandalan						
19	Adanya keluhan selama menjadi konsumen PDAM					
Daya Tahan Produk						
20	Ketahanan produk PDAM dapat digunakan					
VARIABEL KEPUASAN KONSUMEN						
Konfirmasi Harapan						

21	Kesesuaian produk air yang didapat dengan harapan konsumen					
22	Konsumen mengharapkan PDAM Mojokerto tetap menjaga kualitasnya seperti sekarang					
Pembelian Ulang						
23	Konsumen memutuskan untuk tetap menjadi pelanggan PDAM Mojokerto					
Ketidakpuasan Konsumen						
24	Pelanggan akan melakukan komplain apabila tidak puas dengan pelayanan karyawan PDAM Mojokerto					
25	Pelanggan akan melakukan komplain apabila tidak puas dengan produk PDAM Mojokerto					
26	PDAM Mojokerto memberikan garansi terhadap produk maupun pelayanannya					

Terimakasih kepada saudara/i atas kesediaannya untuk mengisi kuesioner ini, semoga Allah membalas kebaikan saudara/i semua dan semoga semua urusan saudara/i dimudahkan oleh-Nya. Amin

Barakallahu Lakum 😊

Lampiran 3

DATA MENTAH PENELITIAN

demografi			kualitas pelayanan (x1)													kualitas produk (x2)					kepuasan konsumen (Y)														
jk	pendidikan	pekerjaan	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	X1	1	2	3	4	5	X2	1	2	3	4	5	6	Y				
1	1	1	6	3	4	5	5	1	5	3	4	5	4	1	5	5	5	4	5	9	4	5	5	2	3	1	9	4	5	5	5	5	4	2	8
2	1	3	3	5	3	5	5	3	4	4	5	3	4	4	5	5	5	2	6	2	4	4	3	5	4	2	0	3	4	4	4	5	4	2	4
3	1	1	5	5	5	5	1	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	2	6	4	5	4	1	5	4	1	9	4	5	5	3	5	4	2	6
4	2	1	4	5	5	3	4	4	5	5	2	5	4	5	5	5	5	4	6	6	4	5	5	2	3	1	9	4	5	5	5	5	4	2	8
5	1	1	5	5	5	4	4	5	5	4	2	5	3	4	5	5	4	4	6	4	5	5	5	4	4	2	3	4	3	4	5	5	3	2	4
6	1	1	6	5	5	3	5	4	5	5	4	5	3	4	4	3	4	5	6	4	4	4	4	4	5	2	1	5	5	5	5	4	5	2	9
7	1	1	5	5	5	3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	6	7	4	5	5	2	3	1	9	4	4	4	5	4	5	2	6
8	1	1	5	5	5	1	5	1	5	5	2	5	5	4	4	3	4	5	5	9	4	4	4	4	5	2	1	5	5	5	5	4	5	2	9
9	1	1	6	5	2	5	2	4	5	5	5	1	4	4	3	5	4	5	5	9	5	5	5	4	3	2	2	4	3	4	3	4	5	2	3
10	2	1	6	5	5	3	5	4	5	5	5	3	4	4	5	5	5	1	6	4	4	5	5	2	3	1	9	4	4	4	5	4	5	2	6
11	2	3	2	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	2	6	8	5	5	5	2	1	1	8	2	5	5	3	5	4	2	4
12	1	1	4	5	5	2	5	4	5	5	5	3	5	5	3	5	4	5	6	6	5	2	5	4	3	1	9	4	3	4	5	4	5	2	5
13	1	1	5	3	4	5	5	1	5	3	4	5	4	5	5	4	5	2	6	0	5	5	5	2	1	1	8	1	5	5	5	4	5	2	5
14	1	1	4	4	4	5	3	4	5	5	2	5	3	5	5	5	5	4	6	4	5	3	2	2	4	1	6	4	4	4	5	5	5	2	7
15	1	1	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	7	0	4	5	5	2	3	1	9	4	4	4	5	5	5	2	7

16	1	2	3	5	5	3	5	4	5	5	2	5	4	3	5	5	4	5	65	4	5	5	2	4	20	3	5	5	3	5	5	26
17	1	3	3	5	5	5	2	4	5	5	5	3	5	5	3	4	4	5	65	5	5	5	2	1	18	2	5	5	5	5	4	26
18	1	1	4	4	4	5	5	5	2	4	4	5	4	5	4	5	4	5	65	5	4	4	1	4	18	3	5	5	5	5	4	27
19	1	1	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	3	4	5	3	4	5	66	4	4	4	2	5	19	5	5	5	2	5	4	26
20	1	2	2	5	3	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	2	64	5	4	4	2	4	19	4	5	5	3	5	4	26
21	1	1	5	5	2	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	67	5	3	4	2	5	19	5	4	5	4	5	3	26
22	1	1	4	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	69	4	5	5	2	3	19	4	4	4	5	4	5	26
23	2	1	4	5	5	4	4	5	2	5	5	5	5	5	1	5	4	5	65	5	5	4	3	5	22	5	4	5	4	5	2	25
24	1	1	4	5	5	4	4	5	2	5	5	5	4	4	5	5	5	2	65	4	4	3	5	4	20	4	5	5	4	5	5	28
25	1	3	3	4	4	5	5	4	5	3	3	5	4	3	5	5	4	5	64	4	5	5	2	3	19	4	4	4	4	3	4	23
26	1	1	5	5	5	3	5	4	5	2	2	5	3	5	5	5	2	4	60	5	3	3	2	4	17	4	5	5	5	5	4	28
27	1	1	4	5	5	5	1	4	5	5	5	3	5	5	4	4	4	3	63	4	5	4	3	5	21	2	3	5	4	5	4	23
28	1	3	3	2	4	5	4	4	5	5	5	3	5	4	3	5	4	3	61	4	4	4	2	5	19	5	5	5	3	5	4	27
29	1	1	5	5	3	5	5	4	5	5	2	5	4	3	5	5	4	5	65	4	5	5	2	3	19	4	4	4	4	3	4	23
30	1	1	5	5	5	3	5	5	4	2	3	5	2	3	5	5	5	4	61	5	3	2	5	4	19	3	4	4	4	2	4	21
31	2	1	4	3	4	5	5	3	3	4	4	5	3	5	5	4	4	5	62	5	5	5	4	4	23	4	5	5	4	2	4	24
32	2	1	4	5	5	2	5	4	5	4	5	3	4	4	2	5	4	5	62	5	4	4	2	2	17	5	5	5	4	5	4	28
33	1	1	5	5	5	5	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	3	67	5	5	5	4	3	22	4	3	4	3	4	5	23	
34	1	3	3	5	2	5	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	64	2	5	5	2	3	17	4	5	5	3	4	5	26
35	1	1	5	5	5	3	5	5	2	5	5	3	4	4	2	4	4	5	61	5	4	4	3	5	21	5	5	5	2	4	3	24
36	1	3	3	2	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	64	4	4	4	2	2	16	2	4	4	3	4	5	22
37	1	1	5	5	5	1	5	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	2	62	5	4	4	2	4	19	4	5	5	5	5	5	29
38	2	1	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	2	5	69	5	4	4	2	4	19	4	5	4	5	5	5	28
39	1	1	5	4	4	5	4	5	1	5	5	4	4	4	2	5	4	5	61	4	5	3	5	4	21	3	5	3	3	3	3	20

40	1	1	6	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	70	4	5	4	3	5	21	5	4	5	4	5	4	27
41	1	1	4	4	4	5	5	1	5	3	4	5	4	1	5	5	5	4	60	4	5	5	2	3	19	4	5	5	5	5	4	28	
42	1	1	4	3	5	5	5	2	5	1	3	5	4	3	5	5	5	4	60	5	3	2	5	4	19	3	4	4	4	2	4	21	
43	1	1	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	68	4	4	4	2	2	16	5	5	5	4	5	4	28	
44	1	1	4	4	4	5	3	5	1	5	5	4	4	4	2	5	4	5	60	5	5	5	2	2	19	3	5	3	3	4	5	23	
45	1	1	5	5	5	2	5	4	5	5	5	3	5	5	3	4	4	5	65	5	5	5	5	4	24	4	5	5	3	4	3	24	
46	2	2	2	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	2	5	69	5	5	5	2	2	19	3	5	5	5	5	5	5	28	
47	2	1	6	5	3	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	65	4	5	5	2	3	19	4	4	4	5	5	5	27	
48	2	3	3	5	5	1	5	3	5	4	5	5	4	4	5	5	5	3	64	5	5	5	4	3	22	4	3	5	4	5	4	25	
49	1	1	5	5	5	3	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	1	4	64	3	2	5	2	1	13	4	5	5	5	5	4	28	
50	1	1	6	5	5	3	5	5	4	5	5	4	4	4	3	5	4	3	64	4	4	4	2	5	19	5	5	5	3	5	4	27	
51	1	1	4	3	5	5	5	3	5	4	5	3	5	5	4	4	4	5	65	5	5	5	4	4	23	4	5	5	4	2	4	24	
52	2	2	2	5	3	5	4	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	4	68	5	3	2	5	4	19	4	5	5	4	2	4	24	
53	1	3	2	5	5	5	3	5	3	5	5	4	5	5	3	5	4	5	67	5	2	2	5	4	18	3	4	4	4	2	4	21	
54	2	1	6	3	5	5	5	3	4	1	3	5	3	5	5	5	5	3	60	4	4	2	2	4	16	4	5	5	5	5	4	28	
55	1	1	5	5	5	3	5	4	5	5	2	5	4	5	5	5	1	4	63	4	2	4	2	5	17	5	4	5	4	5	1	24	
56	1	1	4	5	5	5	4	4	5	5	2	5	3	5	5	5	5	2	65	5	5	5	2	1	18	2	5	5	5	4	5	26	
57	1	1	4	5	5	1	5	3	4	2	3	5	3	5	5	5	3	5	59	5	4	4	2	4	19	4	5	4	5	5	5	28	
58	1	1	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	65	4	4	4	1	4	17	4	5	4	5	5	5	28	
59	1	1	5	5	5	5	4	5	1	5	5	5	5	5	4	4	4	3	64	5	5	4	3	5	22	2	3	5	4	5	4	23	
60	1	3	3	5	3	5	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	66	5	4	5	2	2	18	2	5	5	5	5	4	26	
61	2	1	6	4	4	5	4	5	2	5	5	4	5	5	3	5	4	4	64	5	3	3	5	4	20	3	4	4	4	5	4	24	
62	1	1	4	5	5	4	5	4	5	5	5	1	5	5	3	5	4	5	66	5	5	5	4	4	23	4	3	4	4	5	4	24	
63	1	1	3	5	5	5	4	4	5	5	5	3	5	4	3	5	4	5	67	4	5	4	5	4	22	4	5	5	4	1	4	23	

64	2	1	5		5	5	2	5	5	2	5	5	3	4	4	2	5	4	5	61	5	4	4	3	5	21	5	5	5	3	5	4	27
65	1	1	6		3	5	5	5	3	5	5	5	3	5	4	3	5	4	5	65	4	4	4	2	2	16	5	5	5	4	5	4	28
66	1	3	6		5	5	4	5	5	2	5	5	5	5	5	4	1	5	4	65	5	3	4	3	5	20	5	4	5	4	5	3	26
67	1	1	4		3	5	5	5	3	4	4	5	3	5	4	3	5	4	5	63	4	4	4	2	2	16	2	3	5	4	5	3	22
68	1	1	5		2	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	2	5	65	4	4	3	5	4	20	4	5	5	4	5	5	28
69	2	3	2		5	3	5	2	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	63	5	5	4	3	5	22	5	5	5	2	3	5	25
70	1	1	5		5	5	5	5	2	5	1	3	5	3	5	5	5	5	4	63	5	5	5	4	4	23	4	3	4	5	5	5	26
71	2	3	2		5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	69	4	5	5	2	3	19	4	4	4	4	3	4	23
72	2	1	4		5	1	5	5	4	5	3	4	5	4	5	5	5	5	4	65	5	3	2	2	4	16	4	4	5	4	5	4	26
73	1	3	3		5	5	2	5	5	4	2	2	5	3	5	5	5	4	5	62	4	5	5	2	4	20	3	5	5	3	5	4	25
74	1	1	4		4	4	5	5	4	5	5	5	5	1	3	5	5	3	5	64	5	4	3	5	4	21	4	5	5	4	1	4	23
75	1	1	4		4	4	5	4	4	5	5	3	5	2	5	5	4	4	5	64	4	5	5	2	4	20	4	5	5	5	5	4	28
76	1	1	5		5	5	3	4	5	4	4	5	5	5	5	2	4	4	4	64	5	3	3	2	4	17	4	5	5	4	4	3	25
77	2	1	4		4	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	4	2	5	4	65	5	3	4	2	5	19	5	4	5	4	5	3	26
78	1	1	4		2	4	5	3	5	3	4	4	5	5	5	3	5	4	5	62	5	2	3	5	4	19	4	5	5	4	5	3	26
79	1	1	5		1	4	5	5	3	2	4	5	3	5	5	3	5	4	4	58	5	3	3	5	4	20	4	5	5	4	5	3	26
80	1	1	6		5	5	1	5	5	2	5	2	5	5	5	4	4	4	5	62	4	4	4	1	4	17	5	4	3	3	3	5	23
81	1	1	4		5	5	5	4	5	4	5	3	5	5	4	4	4	5	3	66	4	4	4	2	4	18	3	5	3	3	3	3	20
82	1	3	4		3	4	5	5	2	5	2	2	5	3	5	5	5	5	4	60	5	3	2	2	4	16	4	4	4	5	5	5	27
83	1	3	4		5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	70	4	5	5	2	3	19	4	4	4	4	3	4	23
84	1	1	6		5	2	5	2	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	65	5	5	5	4	4	23	4	5	5	4	5	4	27
85	1	1	4		5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	68	4	5	5	2	4	20	4	5	5	4	5	4	27
86	2	3	2		5	5	3	5	4	5	4	5	3	5	4	3	5	4	3	63	4	4	4	2	2	16	2	5	5	5	5	4	26
87	2	1	6		5	5	5	2	5	3	5	4	5	5	5	2	4	5	2	62	5	4	1	5	4	19	4	5	5	3	5	4	26

88	1	1	4	5	5	5	1	4	5	5	1	5	3	5	5	5	5	4	63	1	3	3	2	4	13	4	5	5	5	5	4	28
89	1	1	4	5	5	5	4	4	5	5	1	5	3	5	5	5	5	4	66	5	3	2	5	4	19	4	5	5	3	4	3	24
90	1	3	2	5	1	5	5	4	5	5	2	5	5	5	4	4	4	5	64	4	4	4	1	4	17	5	4	3	3	3	3	21
91	1	3	3	2	4	5	5	3	4	4	5	5	5	5	4	1	5	4	61	5	3	4	3	5	20	5	4	5	4	5	3	26
92	2	1	6	5	5	3	5	4	5	2	2	5	3	5	5	5	2	4	60	5	5	5	4	4	23	4	3	4	5	5	2	23
93	1	1	6	5	3	5	1	4	5	5	1	5	3	5	5	5	5	4	61	2	5	5	2	2	16	5	5	5	5	5	5	30
94	1	3	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	1	4	64	3	3	3	2	4	15	4	4	4	5	5	5	27
95	2	1	6	5	5	2	5	5	2	4	5	4	5	5	3	5	4	5	64	5	3	3	5	4	20	3	5	5	3	5	5	26
96	1	2	2	4	4	5	3	5	1	5	5	5	5	5	4	4	4	3	62	5	5	4	3	5	22	2	3	5	4	5	4	23
97	1	2	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	71	5	3	2	5	4	19	4	5	5	4	1	4	23
98	2	3	2	5	3	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	66	5	5	5	2	2	19	1	5	5	3	5	4	23
99	1	1	4	5	5	5	4	4	5	5	5	1	5	5	3	5	4	4	65	5	3	3	5	4	20	4	5	5	4	5	3	26
100	1	1	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	66	5	4	4	1	4	18	5	3	4	5	4	5	26

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

UJI VALIDITAS

Correlations

		X1
Item 1	Pearson Correlation	,346**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100
Item 2	Pearson Correlation	,285**

	Sig. (2-tailed)	0,004
	N	100
Item 3	Pearson Correlation	,343**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100
Item 4	Pearson Correlation	,475**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100
Item 5	Pearson Correlation	,362**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100
Item 6	Pearson Correlation	,404**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100
Item 7	Pearson Correlation	,631**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100

	N	100
Item 8	Pearson Correlation	,644**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100
Item 9	Pearson Correlation	,543**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100
Item 10	Pearson Correlation	,534**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100
Item 11	Pearson Correlation	,275**
	Sig. (2-tailed)	0,006
	N	100
Item 12	Pearson Correlation	,565**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100
Item 13	Pearson Correlation	,388**
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100

Item 14	Pearson	,472**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100
Item 15	Pearson	,409**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100
X1	Pearson	1
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	
	N	100

Correlations

		X2
Item 1	Pearson	,503**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100
Item 2	Pearson	,585**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100

Item 3	Pearson	,589**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100
Item 4	Pearson	,688**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100
Item 5	Pearson	,744**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100
X2	Pearson	1
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	
	N	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

	Y
--	---

Item 1	Pearson	,697**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100
Item 2	Pearson	,837**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100
Item 3	Pearson	,781**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100
Item 4	Pearson	,416**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100
Item 5	Pearson	,403**
	Correlation	
	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100
Item 6	Pearson	,360**
	Correlation	

	Sig. (2-tailed)	0,000
	N	100
Y	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

UJI RELIABILITAS

X1

Reliability

Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,698	15

X2

Reliability

Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,600	5

Y

Reliability

Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,610	6

Lampiran 5

ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

UJI F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	204,309	2	102,154	18,463	,000 ^b
	Residual	536,681	97	5,533		
	Total	740,990	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

UJI T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		

1	(Constant)	11,442	2,665		4,293	,000
	X1	,137	,050	,271	2,741	,007
	X2	,337	,099	,337	3,416	,001

a. Dependent Variable: Y

KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,525 ^a	,276	,261	2,35219

a. Predictors: (Constant), X2, X1





BIODATA PENELITI

Nama Lengkap : Munhammad Atho'illah
Tempat, Tanggal Lahir : Mojokerto, 28 Agustus 1996
Alamat Asal : Dsn. Kecapangan, Desa Ngoro, Kec. Ngoro, Kab. Mojoketo
Alamat di Malang : Jln.
No. Telp : 0822-2862-9733
E-Mail :

Riwayat Pendidikan:

1. TK Masyithoh
2. SDI Masyithoh
3. MTs. Pesantren Al-Amin Mojokerto
4. MA. Pesantren Al-Amin Mojokerto