

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
KECAMATAN SUMBUL DESA
TANJUNG BERINGIN**

(Studi kasus: PDAM Tirta Nciho Sidikalang)

SKRIPSI

OLEH:

SAMUEL MM SITUNGKIR

198320408



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 8/5/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id) 8/5/24

**PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI
KECAMATAN SUMBUL DESA
TANJUNG BERINGIN
(STUDI KASUS: PDAM Tirta Nciho Sidikalang)**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarajana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area

OLEH :

**SAMUEL MM SITUNGKIR
198320408**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2024**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 8/5/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area
Access From (repository.uma.ac.id) 8/5/24

HALAMAN PENGESAHAN


Judul Skripsi Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kecamatan Sumbul Desa Tanjung Beringin (Studi Kasus: PDAM Tirta Nciho Sidikalang)

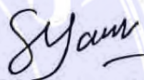
Nama **SAMUEL MM SITUNGKIR**
NPM 198320408
Fakultas/prodi Ekonomi & Bisnis/Manajemen

Disetujui Oleh :

Komisi Pembimbing


Pemanding


(Drs. Muslim Wijaya, M.Si)


(Dr. Wan Suryani, SE, M.Si)

Mengetahui :


(Ahmad Rafiqi, BBA (Hons), MMgt, Ph.D.CIMA)
Dekan


(Dr. Indawati Lestari, SE, M.Si)
Ka. Prodi Manajemen

Tanggal/Bulan/Tahun Lulus: 03/April/2024

HALAMAN PERNYATAAN ORISINILITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi-sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila dikemudian hari adanya ditemukan plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 03 April 2024



Samuel MM Situngkir
NPM : 198320408

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Samuel MM Situngkir
NPM : 198320408
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Jenis Karya : Skripsi

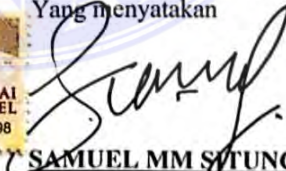
Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area **Hak Bebas Royalti Non-eksklusif (*Non exclusive Royalti-Free Right*)** atas karya ilmiah yang berjudul "Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kecamatan Sumbul Desa Tanjung Beringin (Studi kasus: PDAM Tirta Nciho Sidikalang).

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalty Non-eksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat dan memublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

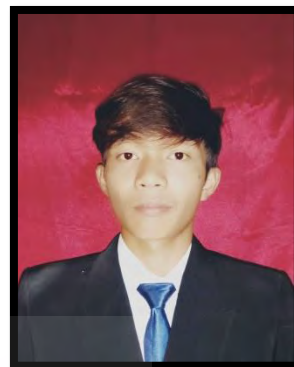
Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada Tanggal : 03 April 2024
Yang menyatakan




SAMUEL MM SITUNGKIR
NPM : 198320408

RIWAYAT HIDUP



Nama	Samuel MM Situngkir
NPM	198320408
Tempat, Tanggal Lahir	Sorek 1 Pekanbaru, 14 November 1999
Nama Orang Tua :	
Ayah	Rajendra Situngkir
Ibu	Rustan Siagian
Riwayat Pendidikan :	
SD	SDN 030339 Tanjung Beringin
SMP	SMPN 2 Sumbul
SMA	SMAN 1 Sumbul
Riwayat Studi di UMA	Mahasiswa S1 Manajemen
Pengalaman Pekerjaan	-
No. HP/WA	082275952124
Email	Samuel7tungkir@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of product quality and service on customer satisfaction at the PDAM Tirta Nciho Sidikalang. This type of research is quantitative research which aims to test the hypothesis, where researchers conducted research by distributing questionnaires to 60 customers of PDAM Tirta Nciho Sidikalang as respondents. The analysis technique in this research is validity test, reliability test, classical assumption test, and hypothesis testing through multiple linear regression analysis and t test (partial). The results of this study indicate that product quality has a positive and significant effect on increasing customer satisfaction for PDAM Tirta Nciho Sidikalang as indicated by the calculated T value of 2.068 > T table value of 2.0247 and a significance value of 0.043 < 0.05. Thus the results of Service Quality have a positive and significant impact on increasing customer satisfaction at the PDAM Tirta Nciho Sidikalang as indicated by the calculated T value of 2.311 > T table value of 2.00247 and a significance value of 0.024 < 0.05. Based on the results of the F test product quality and service have a significance value of 0,004 < 0,05 and show the value of F count > F table where 6,019 > 3,153 which means that simultaneously product quality and service a positive and significant effect on customer satisfaction at the PDAM Tirta Nciho Sidikalang.

Kerwords : Produk Quality, Service, Customer Satisfaction

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Tirta Nciho Sidikalang. Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis, yang dimana peneliti melakukan penelitian dengan menyebarkan kuesioner kepada 60 orang pelanggan PDAM Tirta Nciho Sidikalang sebagai responden. Teknik Analisis pada penelitian ini yaitu uji validitas, uji realibilitas, uji asumsi klasik, dan Pengujian hipotesis melalui uji Analisis regresi linear berganda dan uji t (Parsial). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Tirta Nciho Sidikalang yang ditunjukkan dengan nilai T hitung $2,068 >$ nilai T Tabel sebesar 2.00247 dan nilai signifikansinya sebesar $0,043 < 0,05$. Demikian hasil Pelayanan berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Tirta Nciho Sidikalang yang ditunjukkan dengan nilai T hitung sebesar $2.311 >$ nilai T Tabel sebesar 2.00247 dan nilai signifikansinya sebesar $0,024 < 0,05$. Berdasarkan hasil uji F Kualitas produk dan Pelayan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,004 < 0,05$ dan menunjukkan nilai F hitung $> F$ tabel dimana $6,019 > 3,153$ yang berarti bahwa secara simultan Kualitas Produk dan Pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Tirta Nciho Sidikalang.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala karuniaNya sehingga skripsi ini berhasil diselesaikan. Judul yang dipilih dalam penelitian ini ialah **“Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kecamatan Sumbul Desa Tanjung Beringin (Studi kasus: PDAM Tirta Nciho Sidikalang)”**.

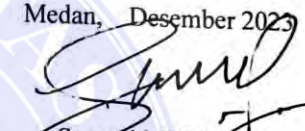
Tujuan dari penulisan ini merupakan persyaratan untuk menempuh program sarjana Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area. Selama menyusun skripsi ini, peneliti telah mendapatkan bimbingan, dukungan, dan bantuan berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng., M.Si., selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA., M.Mgt., P.hd., CIMA., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Dr. Indawati Lestari, SE, M.Si Ketua Program Studi Manajemen Universitas Medan Area.
4. Bapak Drs. Muslim Wijaya, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah meluangkan waktu untuk memberi arahan dan membimbing penulis hingga selesainya skripsi ini.
5. Ibu Dr. Wan Suryani, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan masukan berupa saran dan kritik sehingga terbentuknya skripsi ini.

6. Ibu Dr. Siti Alhamra Salqaura, SE, M.Si selaku Dosen Sekretaris Pembimbing yang telah memberikan masukan dalam hal penulisan terhadap skripsi ini hingga dapat terbentuk dan layak.
7. Seluruh Dosen Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area yang telah membekali berupa ilmu pengetahuan kepada penulis.
8. Seluruh pegawai Universitas Medan Area yang telah mempermudah dalam melakukan pengurusan administrasi Universitas Medan Area.
9. Bapak Jonedi Situngkir selaku Kepala Cabang PDAM Tirta Nciho Sidikalang Kecamatan Sumbul yang telah membantu penulis mengumpulkan data penelitian.
10. Kepada Orang tua yang penulis hormati dan cintai, Bapak Rajendra Situngkir dan Ibu Rustan Siagian yang telah memberikan dukungan moril, materil beserta doa yang tidak ternilai harganya demi kelancaran dan keberhasilan penulis dalam menyelesaikan pendidikan.
11. Kepada seluruh keluarga besar yang penulis sayangi atas doa dan dukungan berupa semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan.
12. Kepada seluruh teman teman penulis, Irmayusari Simanjourang, Surya Ganda, Asbrika Ria Leideni Br S, Sunianti Sirait, Selly Marsella Nasution, Meilly Cristina yang telah memberikan semangat, dukungan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa tugas skripsi ini masih memiliki kekurangan, oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat penulis harapkan demi kesempurnaan tugas skripsi ini. Penulis berharap tugas skripsi ini dapat bermanfaat baik untuk kalangan pendidikan maupun masyarakat. Akhir kata penulis ucapkan terimakasih.

Medan, Desember 2023


Samuel MM Situngkir
NPM: 198320408





DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Pertanyaan Penelitian	6
1.4. Tujuan Penelitian	6
1.5 Manfaat penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1. <i>Kepuasan Pelanggan</i>	8
2.1.1. Pengertian <i>Kepuasan Pelanggan</i>	8
2.1.2. Faktor yang mempengaruhi <i>Kepuasan Pelanggan</i>	9
2.1.3. Indikator <i>Kepuasan Pelanggan</i>	11
2.1.4. Prinsip-Prinsip Dasar <i>Kepuasan Pelanggan</i>	13
2.2. <i>Kualitas Produk</i>	14
2.2.1. Pengertian <i>Kualitas Produk</i>	14
2.2.2. Faktor yang mempengaruhi <i>Kualitas Produk</i>	15
2.2.3. Indikator <i>Kualitas Produk</i>	19
2.3. <i>Pelayanan</i>	20
2.3.1. Pengertian <i>Pelayanan</i>	20
2.3.2. Faktor yang mempengaruhi <i>Pelayanan</i>	23

2.3.3. Indikator <i>Pelayanan</i>	25
2.4. Penelitian Terdahulu	26
2.5. Kerangka Pemikiran.....	28
2.6. Hipotesis Penelitian.....	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	31
3.1. Jenis Penelitian.....	31
3.2. Lokasi Dan Waktu Penelitian	31
3.3. Defenisi Operasional Variabel.....	32
3.4. Populasi Dan Sampel.....	33
3.5. Metode Pengumpulan Data.....	38
3.6. Metode Analisi Data.....	40
3.6.1. Uji Instrumen Penelitian	40
3.6.2. Uji Asumsi Klasik.....	42
3.6.3 Uji Hipotesis.....	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Hasil penelitian	47
4.1.1. Gambaran umum PDAM Tirta Nciho Sidikalang	47
4.1.2. Visi dan Misi PDAM Tirta Nciho Sidikalang	48
4.1.3. Struktur Organisasi Di PDAM Tirta Nciho Sidikalang ..	49
4.1.4 Analisis Karakteristik Responden	50
4.1.5. Analisis Deskriptif.....	52
4.1.6. Deskriptif Variabel Penelitian	53
4.2. Uji Instrumen Penelitian.....	58
4.2.1. Uji Validitas	58
4.2.2. Uji Realibilitas.....	60
4.3. Uji Asumsi Klasik	61
4.3.1. Uji Normalitas	61
4.3.2. Uji Multikolonieritas.....	63

4.3.3. Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	64
4.4. Uji Regresi Linear Berganda Hipotesis.....	65
4.5. Uji Hipotesis	67
4.5.1. Uji Parsial (Uji – T)	67
4.5.2. Uji Simultan (Uji F).....	68
4.5.3. Koefisien Determinasi (Uji R ²).....	70
4.6. Pembahasan	70
4.6.1. Pengaruh Kualitas produk Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	70
4.6.2. Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	72
4.6.3. Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	73
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	75
5.1. Kesimpulan	75
5.2. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN	78

DAFTAR TABEL

No. Tabel	Judul	halaman
Tabel 2.1.	Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 3.1.	Waktu Pelaksanaan Penelitian	31
Tabel 3.2.	Defenisi Operasional Variabel	32
Tabel 3.3.	Data Pelanggan Aktif/non-aktif PDAM	33
Tabel 3.4.	Bobot Nilai Angket	40
Tabel 4.1.	Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin	50
Tabel 4.2.	Karakteristik responden berdasarkan usia	50
Tabel 4.3.	Karakteristik responden berdasarkan pendidikan terakhir	51
Tabel 4.4.	Karakteristik responden berdasarkan lama penggunaan	52
Tabel 4.5.	Analisis Deskriptif.....	53
Tabel 4.6.	Distribusi Variabel Berdasarkan Kualitas Produk	54
Tabel 4.7.	Distribusi Variabel Berdasarkan Pelayanan	55
Tabel 4.8.	Distribusi Variabel Berdasarkan Kepuasan Pelanggan	56
Tabel 4.9.	Uji Validitas Kualitas Produk	58
Tabel 4.10.	Uji Validitas Kualitas Pelayanan.....	59
Tabel 4.11.	Uji Realibilitas	60
Tabel 4.12.	Uji Normalitas	63
Tabel 4.13.	Uji Multikolinieritas	64
Tabel 4.14.	Uji Regresi Linier Berganda	66
Tabel 4.15.	Uji t.....	67
Tabel 4.16.	Uji F	68
Tabel 4.17.	Uji koefisien Determinasi	70

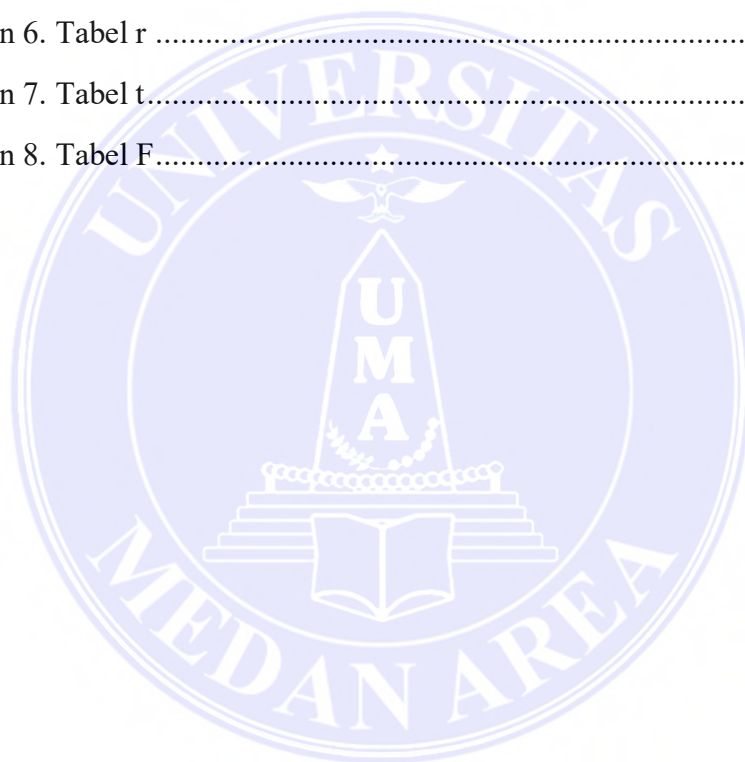
DAFTAR GAMBAR

No. Gambar	Judul	Halaman
Gambar 2.1.	Kerangka Konseptual.....	29
Gambar 4.1.	Struktur Organisasi PDAM	48
Gambar 4.2.	Histogram.....	61
Gambar 4.3.	Normal P-Plot.....	62
Gambar 4.4	Uji Heteroskedastisitas <i>Scatterplot</i>	65



DAFTAR LAMPIRAN

No. Lampiran	Judul	Halaman
Lampiran 1.	Kuesioner.....	79
Lampiran 2.	Rekapitulasi Data Responden	83
Lampiran 3.	Pilihan Jawaban Responden	86
Lampiran 4.	Hasil Olah Data.....	91
Lampiran 5.	Metode Analisis Data.....	102
Lampiran 6.	Tabel r	108
Lampiran 7.	Tabel t.....	110
Lampiran 8.	Tabel F.....	112



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Air merupakan salah satu sumberdaya alam yang memiliki fungsi sangat vital bagi kehidupan makhluk hidup yang ada di muka bumi. Untuk itu air perlu dilindungi agar dapat tetap bermanfaat bagi kehidupan manusia serta makhluk hidup lainnya. Pengertian tersebut menunjukkan bahwa air memiliki peran yang sangat strategis dan harus tetap tersedia dan lestari, sehingga mampu mendukung kehidupan dan pelaksanaan pembangunan di masa kini maupun di masa mendatang. Tanpa adanya air maka kehidupan tidak akan dapat berjalan.

Salah satu lembaga organisasi perangkat daerah adalah Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). BUMD dibentuk berdasarkan undang-undang' No. 5 Tahun 1962 tentang perusahaan daerah yang memiliki tujuan melaksanakan pembangunan daerah melalui pelayanan jasa kepada masyarakat, penyelenggaraan kemanfaatan umum dan meningkatkan penghasilan pemerintah daerah.

Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Nciho adalah perusahaan penyedia air minum bagi masyarakat, rangsangan semangat dan kepuasan kerja sangat dibutuhkan untuk menggerakkan karyawan memberikan pelayanan prima dalam menyalurkan air minum dengan mutu yang baik, bersih, murah, dan kontiniu. PDAM Tirta Nciho Sidikalang telah mengupayakan memberikan pelayanan yang optimal untuk memenuhi kebutuhan konsumen, namun dalam pelayanannya masih sering mendapat keluhan dari masyarakat atau pelanggan.

Adapun fenomena-fenomena atau keluhan yang terjadi pada pelanggan/masyarakat adalah

1. semakin sulitnya untuk mendapatkan air bersih, hal ini masih menjadi kendala yang masih belum dapat diatasi oleh pemerintah daerah dalam hal ini PDAM Tirta Nciho Sidikalang.
2. Di satu pihak permintaan masyarakat akan air bersih semakin meningkat, namun kualitas pelayanan yang diberikan belum sesuai dengan harapan masyarakat.
3. Di pihak lain pelayanan kepada pelanggan PDAM belum optimal dapat memenuhi kebutuhan akan air dengan baik dan tepat waktu.
4. Pelanggan masih mendapatkan masalah bahwa air belum tersalurkan setiap saat (kontinuitas air), kebersihan air yang masih belum sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan (terkadang air kotor, berwarna, berbau, dan tidak kontiniu).
5. Biaya rekening air yang sering melonjak tinggi karena pemeriksaan meteran pemakaian air belum optimal.
6. Kecepatan dan ketepatan waktu serta kemudahan pelayanan dalam mengatasi pengaduan pelanggan belum optimal.
7. Pelayanan prima sebagai harapan konsumen belum dapat diwujudkan sepenuhnya sesuai harapan pelanggan.

Pelayanan jasa adalah hal yang perlu diperhatikan oleh produsen jasa, mengingat yang memulai ketat diantara para jasa. Penyaluran jasa kebanyakan

bersifat langsung produsen kepada konsumen, misalnya PDAM. PDAM merupakan suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa, diantaranya untuk melayani masyarakat, perusahaan ini adalah hubungannya berperan memperlancar arus pelayanan yang baik barang dan jasa, untuk memperoleh hasil yang maksimal perusahaan harus bias melayani masyarakat melalui kualitas pelayanan sehingga bias mencapai tujuan perusahaan.

PDAM merupakan salah satu instansi yang sering mendapat keluhan dari masyarakat sebagai pelanggan mengenai kualitas pelayanannya. Di era perdagangan bebas, banyak perusahaan yang dipenuhi dengan permintaan konsumen yang semakin meningkat. Perusahaan harus memberikan pelayanan prima yang memuaskan pelanggan. Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan.

Strategi dan teknik penjualan yang bagus merupakan sebuah prinsip bagi perusahaan ketika menjual produknya sehingga barang atau jasa yang ditawarkannya dapat terjual dengan baik. Adapun salah satu penjualan yang dimaksud adalah terkait dengan bagaimana dan seberapa tinggi kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan merupakan kinerja terpenting perusahaan bagi kepuasan konsumen.

Pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterimanya. Kualitas pelayanan dapat ditentukan dengan membandingkan persepsi pelanggan terhadap pelayanan dengan pelayanan yang mereka terima. Kualitas produk adalah tingkat karakteristik yang dapat diukur sejauh mana suatu produk atau jasa dapat memenuhi selera dan

kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen dapat tercipta jika barang atau jasa dapat mencapai atau melebihi apa yang diharapkan pelanggan. Kualitas pelayanan yang efektif dan kualitas produk yang prima dapat memberikan kepuasan pelanggan.

Jasa harus dapat memuaskan keinginan dan kebutuhan konsumen karena tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun. Kegiatan jasa tidaklah terlepas dari produsen dan konsumen itu sendiri, jasa yang diberikan oleh produsen kepada konsumen akan bermanfaat apabila jasa yang diberikan dapat sampai kepada konsumen untuk memenuhi kebutuhannya.

Saat ini evaluasi kinerja memegang peranan penting dalam suatu perusahaan organisasi, baik itu instansi pemerintah maupun swasta dikarenakan dengan dilakukan evaluasi kinerja dapat diketahui efektivitas dari penetapan suatu strategi dan penerapannya dalam kurun waktu tertentu. Evaluasi kinerja dapat mendeteksi kelemahan dan kekurangan yang masih terdapat dalam perusahaan, untuk selanjutnya dilakukan perbaikan dimasa mendatang. Menurut Tri Widodo W, evaluasi kinerja adalah proses untuk mengukur prestasi kerja pegawai berdasarkan peraturan yang telah ditetapkan, dengan cara membandingkan sasaran (hasil kerjanya) dengan persyaratan deskripsi pekerjaan yaitu standar pekerjaan yang telah ditetapkan selama periode tertentu.

Berbagai informasi dikumpulkan agar pekerjaan yang dilakukan dapat dikendalikan dan dapat dipertanggungjawabkan. Hal ini dilakukan untuk mencapai efisiensi dan efektivitas pada seluruh proses bisnis perusahaan. Gambaran mengenai kinerja perusahaan bisa didapatkan dari dua sumber, yakni

informasi finansial dan informasi nonfinansial. Informasi finansial didapatkan dari penyusunan anggaran untuk mengendalikan biaya. Sedangkan informasi nonfinansial merupakan faktor kunci untuk menetapkan strategi yang dipilih guna melaksanakan tujuan yang telah ditetapkan.

Masyarakat sebagai konsumen tentu selalu mengharapkan adanya pelayanan yang baik dalam usaha memenuhi kebutuhan dan keinginannya, teknologi, dan daya pikir masyarakat konsumen pasti menyadari bahwa diri ini mempunyai hak untuk mendapatkan pelayanan yang baik serta biaya yang dikeluarkan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut harus diiringi oleh tingkat kepuasan.

Perusahaan jasa Air Minum (PDAM) adalah salah satu bidang jasa yang tidak terpisahkan dari pengelolaan kegiatan pemasaran. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai lebih dari yang diharapkan. Kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Oleh karena itu dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen terwujud.

Dengan kualitas layanan yang baik akan meningkatkan kepuasan, nilai, dan citra perusahaan. Kualitas pelayanan sebagai usaha untuk mewujudkan kenyamanan terhadap konsumen agar konsumen merasa mempunyai nilai yang lebih dari yang diharapkan. Kualitas layanan yang lebih dekat untuk kepuasan konsumen akan memberikan harapan lebih dan sebaliknya. Oleh karena itu

dengan adanya kualitas pelayanan yang telah diberikan, maka secara tidak langsung kepuasan konsumen akan terwujud.

Seiring dengan bergulirnya perdagangan bebas dimasyarakat dalam era globalisasi ini masalah kualitas merupakan salah satu bagian penting dan sangat perlu mendapat perhatian yang sangat serius bagi perusahaan untuk tetap bias bertahan dalam lingkungan bisnis.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas maka dirumuskan permasalahan antara lain:

1. Bagaimana pengaruh *kualitas produk dan pelayanan* terhadap *kepuasan pelanggan* PDAM Tirta Nciho Sidikalang di Kecamatan Sumbul Desa Tanjung Beringin
2. Bagaimana pengaruh *kualitas produk* terhadap *kepuasan pelanggan* PDAM Tirta Nciho Sidikalang di Kecamatan Sumbul Desa Tanjung Beringin
3. Bagaimana pengaruh *pelayanan* terhadap *kepuasan pelanggan* PDAM Tirta Nciho Sidikalang di Kecamatan Sumbul Desa Tanjung Beringin

1.3 Pertanyaan Penelitian

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan?

3. Apakah kualitas produk dan pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh strategi kualitas produk pada PDAM TIRTA NCIHO Sidikalang terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui kualitas pelayan terhadap kepuasan pelanggan di PDAM TIRTA NCIHO Sidikalang.
3. Untuk mengetahui kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PDAM TIRTA NCIHO Sidikalang.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Bagi perusahaan daerah air minum PDAM TIRTA NCIHO SIDIKALANG, Sebagai bahan masukan dan pertimbangan dalam rangka upaya meningkatkan kepuasan pelanggan
2. Bagi peneliti, sebagai bahan referensi penelitian selanjutnya dan perbandingan untuk menambah ilmu pengetahuan yang berhubungan dengan pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

BAB II

TINAJAUAN PUSTAKA

2.1 Kepuasan Pelanggan

2.1.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya (Oliver dalam Supranto, 2006). Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, apabila kinerja dibawah harapan maka pelanggan akan kecewa, bila kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan puas, sedangkan bila kinerja melebihi harapan dengan pelanggan maka sangat puas.

Kotler dan Keller (2012) mendefinisikan kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas dan senang. Penilaian pelanggan atas kinerja produk tergantung pada banyak faktor, terutama jenis hubungan loyalitas yang dimiliki pelanggan dengan sebuah merek.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan yang diharapkannya (Kotler dalam Rangakuti, 2006). Jadi, pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

Karena semakin baik kualitas produk atau jasa ini akan berperan penting untuk menarik konsumen yang berpeluang berkemungkinan besar pelanggan akan percaya dengan membutuhkan perusahaan (loyalitas).

Soelasih (2004) mengemukakan bahwa :

1. nilai harapan = nilai persepsi konsumen puas
2. nilai harapan < nilai persepsi maka konsumen sangat puas
3. nilai harapan > nilai persepsi maka konsumen tidak puas

Nilai harapan dibentuk melalui pengalaman masa lalu, komentar atau saran dari pengguna dan informasi dari pesaing. Adapun nilai persepsi adalah kemampuan perusahaan di dalam melayani memuaskan konsumen. Ada tiga harapan mengenai suatu produk atau jasa yang diidentifikasi oleh beberapa peneliti yaitu :

1. Kinerja yang wajar
2. Kinerja yang ideal
3. Kinerja yang diharapkan

2.1.2. Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Ratminto (2011) ukuran keberhasilan penyelenggara pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima pelayanan. Kepuasan penerima pelayanan memperoleh pelayanan sesuai dengan yang dibuthkan dan diharapkan (Kirom, 2019). Faktor-faktor kepuasan pelanggan ialah Nilai-nilai kerja, Semangat kerja, Kemampuan berkomunikasi dengan konsumen, Penguasaan teknologi informasi (*customer informations system*), Supervisi atasan terhadap

kinerja staf pelayanan dan kepuasan konsumen memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kinerja staf pelayanan dan kepuasan konsumen.

Terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh kepuasan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan menurut Zeithml dan Bitner dalam Deryanto (2010).

1. Kualitas produk, pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas, konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini, kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah konsumen.
2. Kualitas pelayanan, kualitas pelayanan terutama dibidang jasa pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli atau menggunakan produk tersebut pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk perusahaan.
3. Emosional, pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum terhadap dia menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai social yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap produk dan merek tersebut.

4. Harga, produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi terhadap pelanggannya.
5. Biaya, pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa yang cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

Menurut Kotler (2011) menyatakan bahwa kualitas berdampak langsung pada kinerja produk atau jasa, jadi kualitas sangat dekat hubungannya dengan penilaian pelanggan dan kepuasan pelanggan. Dengan demikian jika kualitas pelayanan terus ditingkatkan sehingga mencapai apa yang diharapkan oleh pelanggan, maka akan puas.

2.1.3. Indikator Kepuasan Pelanggan

Ada beberapa metode yang biasa digunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan. Kotler et al (dalam Tjiptono dan Chandra, 2007) mengidentifikasi empat metode yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

- a. Sistem keluhan dan saran

Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan perlu menyediakan kesempatan dan akses yang mudah dan nyaman bagi para pelanggannya guna menyampaikan saran, kritik, pedapat, dan keluhan mereka, biasanya menggunakan metode kotak saran, kartu komentar saluran telepon khusus bebas pulsa, websites, dll.

b. Kemudahan mengakses produk

Perusahaan mempekerjakan beberapa orang ghost shoppers untuk berperan sebagai pelanggan potensial produk perusahaan dan pesaing mereka berinteraksi dengan staf penyedia jasa dan menggunakan produk/jasa perusahaan. Kemudian mereka diminta melaporkan temuan-temuan berkenaan dengan kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing.

c. Lost costumers analysis

Perusahaan menghubungi para pelanggan yang berhenti membeli atau telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal itu terjadi agar dapat mengambil kebijakan perbaikan.

d. Survey kepuasan pelanggan

Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:

1) *Directly reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan dengan menggunakan item-item spesifik yang menyangkan langsung tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.

2) *Derived satisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal yang utama:

- a) Tingkat harapan atau ekspektasi pelanggan terhadap kinerja produk atau perusahaan pada atribut-atribut relevan.

b) Persepsi pelanggan terhadap kinerja actual produk atau perusahaan bersangkutan.

3) *Problem analysis*

Responden diminta mengungkapkan masalah-masalah yang mereka hadapi yang berkaitan terhadap produk/jasa perusahaan dan saran-saran perbaikannya.

4) *Importance-performance analysis*

Teknik ini pertama kali dikemukakan oleh Martilla dan James (1997), dalam teknik ini responden diminta untuk menilai kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan pada masing-masing atribut tersebut. Kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut dan kinerja perusahaan akan dianalisis dalam importance-performance matrix.

2.1.4. Prinsip-Prinsip Dasar Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan harapan pelanggan. Sebuah perusahaan perlu mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan terhadap produksi air minum diantaranya adalah sebagai berikut.

1. Kebutuhan dan keinginan, yaitu berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan oleh pelanggan saat pelanggan sedang mencoba melakukan transaksi dengan perusahaan. Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginan terhadap produksi air minum yang ditawarkan oleh perusahaan air minum sangat

besar, maka harapan- harapan pelanggan yang berkaitan dengan kualitas produk dan layanan perusahaan akan tinggi pula, begitu jug sebaliknya.

2. Pengalaman masa lalu (terdahulu) ketika mengkonsumsi produk dan layanan, baik dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
3. Pengalaman teman-teman, cerita teman pelanggan tentang kualitas produk dan layanan perusahaan yang akan didapat oleh pelanggan.
4. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran atau persepsi yang timbul dari *image* periklanan dan pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan.

2.2 Kualitas produk

2.2.1 Pengertian Kualitas Produk

Menurut Kotler dan Amstrong (2010) mengemukakan tentang “kualitas produk yaitu mempunyai pengaruh yang bersifat langsung terhadap kepuasan pelanggan sehingga dengan meningkatkan kemampuan suatu produk maka akan tercipta keunggulan bersaing sehingga pelanggan menjadi semakin puas“.

Maka dengan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas produk adalah suatu kondisi dinamis yang saling berhubungan meskipun dapat memiliki definisi yang berbeda tetapi produk pada intinya memiliki suatu spesifikasi terhadap suatu barang atau jasa yang dapat menimbulkan kepuasan yang memenuhi atau melebihi harapan bagi konsumen yang menggunakannya.

Dengan menciptakan produk yang berkualitas, perusahaan akan mendapatkan predikat yang dimata pelanggan. Bahkan tidak menutup kemungkinan produk akan cepat berekspansi kepasar global. Kualitas menjadi

kunci utama agar produk dikenal dan dipercaya masyarakat luas. alasan kenapa kualitas produk penting bagi perusahaan adalah:

1. Meningkatkan reputasi perusahaan

Dengan menciptakan produk yang berkualitas perusahaan akan mendapatkan predikat produk yang bagus.

2. Kesempatan mewujudkan cost reduction

Dengan menghasilkan produk yang berkualitas berarti perusahaan mampu melakukan kegiatan produksi dengan efektif dan efisien.

3. Menjadi kunci untuk mendapat loyalitas pelanggan

Kualitas menjadi kunci utama agar produk dikenal dan dipercaya dimasyarakat luas.

4. Untuk mencari hati konsumen

Konsumen yang paling utama dalam memasarkan produk agar adanya daya ketertarikan terhadap pembelian.

5. Dampak internasional

Bila suatu organisasi dapat menawarkan produk atau jasa yang berkualitas, maka selain dikenal dipasar local, produk atau jasa yang ditawarkan juga akan diterima di pasar internasional.

6. Menurunkan biaya

Produk yang dihasilkan dengan kebutuhan dan harapan pelanggan.

2.2.2 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Produk

Kualitas produk secara langsung dipengaruhi oleh 9 bidang dasar atau 9M.

Pada masa sekarang ini industry setiap bidang bergantung pada sejumlah besar

kondisi yang membebani produksi melalui suatu cara yang tidak pernah dialami periode sebelumnya. Menurut Sofjan Assauri (2010) mengatakan bahwa:

1. *Market* (pasar)

Jumlah produk baru dan baik yang ditawarkan dipasar terus bertumbuh pada laju yang eksplosif. Konsumen diarahkan untuk memercayai bahwa ada sebuah produk yang dapat memenuhi hampir setiap kebutuhan. Pada masa sekarang konsumen meminta dan memperoleh produk yang lebih baik memenuhi ini. Pasar menjadi lebih besar ruang lingkungannya dan secara fungsional lebih terspesialisasi di dalam barang yang ditawarkan. Dengan bertambahnya perusahaan, pasar menjadi bersifat internasional dan mendunia. Akhirnya bisnis harus lebih fleksibel dan mampu berubah arah dengan cepat.

2. *Money* (uang)

Meningkatnya persaingan dalam banyak bidang bersamaan dengan fluktuasi ekonomi dunia telah menurunkan batas (margin) laba. Pada waktu yang bersamaan, kebutuhan akan otomatisasi dan pemekanisan mendorong pengeluaran biaya yang besar untuk proses dan perleengkapan yang baru. Penambahan investasi pabrik, harus dibayar melalui naiknya produktivitas, menimbulkan kerugian yang besar dalam memproduksi disebabkan oleh barang afkiran dan pengulang kerjaan yang sangat serius. Kenyataan ini memfokuskan perhatian pada manajer pada bidang biaya kualitas sebagai salah satu dari “titik lunak” tempat biaya operasi dan kerugian dapat diturunkan untuk memperbaiki laba. Tanggung jawab

kualitas telah didistribusikan antara beberapa kelompok khusus. Sekarang bagian pemasaran melalui fungsi perencanaan produknya, harus membuat persyaratan produk.

Bagian perencanaan bertanggung jawab merancang produk yang akan memenuhi persyaratan itu. Bagian produksi mengembangkan dan memperbaiki kembali proses untuk memberikan kemampuan yang cukup dalam membuat produk sesuai dengan spesifikasi rancangan.

3. *Management* (manajemen)

Tanggung jawab kualitas telah didistribusikan antara beberapa kelompok khusus. Sekarang bagian pemasaran melalui fungsi perencanaan produknya, harus membuat persyaratan produk. Bagian perancangan bertanggungjawab merancang produk yang akan memenuhi persyaratan itu. Bagian produksi mengembangkan dan memperbaiki kembali proses untuk memberikan kemampuan yang cukup dalam membuat produk sesuai dengan spesifikasi rancangan.

4. *Man* (Manusia)

Pertumbuhan yang cepat dalam pengetahuan teknis dan penciptaan seluruh bidang baru seperti elektronika computer menciptakan suatu permintaan yang besar akan pekerja dengan pengetahuan khusus. Pada waktu yang sama situasi ini menciptakan permintaan akan ahli teknik sistem yang akan mengajak semua bidang spesialisasi untuk bersama merencanakan, menciptakan dan mengoperasikan berbagai sistem yang akan menjamin suatu hasil yang diinginkan.

5. *Motivation* (Motivasi)

Penelitian tentang motivasi manusia menunjukkan bahwa sebagai hadiah tambahan uang, para pekerja masa kini memerlukan sesuatu yang memperkuat rasa keberhasilan di dalam pekerjaan mereka dan pengakuan bahwa mereka secara pribadi memerlukan sumbangan atas tercapainya tujuan perusahaan. Hal ini membimbing kearah kebutuhan yang tidak ada sebelumnya yaitu pendidikan kualitas dan komunikasi yang lebih baik tentang kesadaran kualitas.

6. *Material* (Bahan)

Disebabkan oleh biaya produksi dan persyaratan kualitas, para ahli teknik memilih bahan dengan batasan yang lebih ketat dari pada sebelumnya. Akibatnya spesifikasi bahan menjadi lebih ketat dan keanekaragaman bahan menjadi lebih besar.

7. *Machine and mechanization* (mesin dan mekanik)

Permintaan perusahaan untuk mencapai penurunan biaya dan volume produksi untuk memuskan pelanggan telah terdorong penggunaan perlengkapan pabrik yang menjadi lebih rumit dan tergantung pada kualitas bahan yang dimasukkan ke dalam mesin tersebut. Kualitas yang baik menjadi faktor yang kritis dalam memelihara waktu kerja mesin agar fasilitasnya dapat digunakan sepenuhnya.

8. *Modern information metode* (metode informasi modern)

Evolusi teknologi computer membuka kemungkinan untuk mengumpulkan, menyimpan, mengambil kembali, memanipulasi

informasi pada skala yang tidak terbayangkan sebelumnya. Teknologi informasi yang baru ini menyediakan cara untuk mengendalikan mesin dan proses selama proses produksi dan mengendalikan produk bahkan setelah produk sampai ke konsumen.

9. *Mounting product requirement* (persyaratan proses produksi)

Kemajuan yang pesat dalam perangan produk memerlukan pengendalian yang lebih ketat pada seluruh proses pembuatan produk. Meningkatnya persyaratan prestasi yang lebih tinggi bagi produk menekankan pentingnya keamanan dan kehandalan produk.

2.2.3 Indikator Kualitas Produk

Terdapat beberapa tolak ukur kualitas produk menurut Garvin yang dikutip oleh Tjiptono (2012) kualitas produk memiliki indikator-indikator yaitu sebagai berikut:

- a) Kinerja (*performance*) merupakan karakteristik operasi dan produk inti (*core product*) yang dibeli, misalnya kecepatan, kemudahan dan kenyamanan dalam penggunaan.
- b) Ketahanan (*durability*) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan suatu produk. Secara teknis ketahanan suatu produk didefinisikan sebagai jumlah kegunaan yang diperoleh seorang belum mengalami penurunan kualitas. Secara ekonomis, ketahanan diartikan sebagai usia ekonomis suatu produk dilihat melalui jumlah kegunaan yang

diperoleh sebelum terjadi kerusakan dan keputusan untuk mengganti produk.

- c) Keandalan (*realibility*) mengalami keadaan tidak berfungsi pada suatu periode. Keandalan suatu produk yang menandakan tingkat kualitas sangat berarti bagi bagi pelanggan dalam memilih produk.
- d) *Serviceability* (kemampuan pelayanan), meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang juga mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.

2.3 Pelayanan

2.3.1. Pengertian Pelayanan

Dalam Ratminto dan Atik ciri pokok pelayanan adalah tidak kasat mata (tidak dapat dirab) dan melibatkan upaya manusia (karyawan) atau peralatan lain yang disediakan oleh perusahaan penyelenggara pelayanan. Menurut Arianto (2018:83) kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan.

Menurut Tjipto (2012) kualitas pelayanan adalah suatu keadaan dinamis yang berkaitan erat dengan prouk, jasa, sumber daya manusia. Seerta proses dan lingkungan yang seidaknya dapat memenuhi atau malah dapat melebihi kualitas pelayanan yang diharapkan. Adapun kualitas pelayanan yang baik antara lain:

- a) Ketetapan pelayanan
- b) Akurasi pelayanan
- c) Sopan santun dan keramahan
- d) Kemudahan mendapatkan pelayanan
- e) Kenyamanan konsumen

Setiap konsumen akan merasa puas ketika ia dilayani dengan baik dan setiap konsumen akan kebutuhannya mampu dipahami oleh tenaga-tenaga ahli yang disediakan perusahaan konsumen akan mempersepsikan didalam dirinya terhadap kualitas yang diberikan oleh perusahaan, bagaimana pelayanan yang diberikan perusahaan.

Kualitas pelayanan akan menjadi dasar bagi kepuasan seorang konsumen (*customer satisfaction*). *Customer satisfaction* merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan dan dikelola dengan baik karena akan berpengaruh terhadap perilaku konsumen baik itu untuk jangka pendek ataupun jangka panjang. Menurut Parasuraman dkk dalam Nanang Tasunar (2006) kualitas pelayanan adalah sebagai suatu konsep yang secara tepat mewakili inti dari kinerja suatu pelayanan, yaitu perbandingan terhadap *excellence* (keterandalan) dan *sales ecouter* yang dilakukan oleh konsumen. Sedangkan Bitner dkk dalam Sienny Thio 2001, menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan keseluruhan kesan konsumen terhadap inferioritas atau superioritas organisasi beserta jasa yang ditawarkan. Kualitas jasa mengacu pada penilaian – penilaian *customer* tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan. Sebagiaian besar masyarakat sekarang ini mulai menampakkan tuntutan

terhadap adanya pelayanan prima, mereka bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu akan tetapi mereka lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan (Roesanto, 2000 dalam Nanang Tasunar, 2006).

Dalam membangun kepuasan konsumen , maka suatu perusahaan harus mampu menciptakan *customer delivered value* untuk konsumennya. *Customer delivered value* adalah selisih dari total customer value dan total customer cost (Kotler). Yang dimaksud dengan *total customer value* adalah serangkaian nilai yang memberikan benefit yang diharapkan konsumen dari produk atau jasa yang diperoleh. *Total customer cost* adalah biaya yang dikeluarkan agar dapat menikmati produk atau jasa tertentu yang berupa biaya moneter , biaya waktu, biaya fisik, dan biaya pikiran.

Dimensi kualitas jasa menurut Zeithamal dan Bitnar (1996) yang merupakan dasar dari SERVQUAL (*service quality*) adalah :

1. *Tangible* (bukti yang dapat dilihat secara langsung/diraba)

Tangible didefinisikan sebagai variabel pelayanan yang menitikberatkan pada elemen – elemen yang mewakili pelayanan secara fisik. Seperti contohnya: fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan saran komunikasi

2. *Reliability* (kehandalan)

Reliability merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan perusahaan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Hal ini menyangkut memegang janji – janji seperti janji tentang pengiriman, harga, penanganan keluhan dan lain – lain.

3. *Responsiveness* (daya tanggap)

Responsiveness merupakan keinginan para staff atau karyawan untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan yang tanggap. Variabel ini menekankan perilaku personel jasa untuk lebih perhatian terhadap permintaan pelanggan, pertanyaan dan keluhannya.

4. *Assurance* (jaminan)

Assurance mencakup pengetahuan dan kemampuan untuk menghargai kepercayaan dan kerahasiaan, kesopanan karyawan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staff atau karyawan, bebas dari bahaya, resiko atau keragu – raguan.

2.3.2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam usaha mencapai keunggulan bersaing untuk mencapai kualitas pelayanan yang diinginkan perusahaan melakukan pemenuhan kebutuhan pelanggan.

Menurut Tjiptono dan Chandra (2012) kualitas jasa terbentuk oleh beberapa factor yaitu:

- a) Kinerja (*performance*)
- b) Fitur (*features*)
- c) Reliabilitas (*reability*)
- d) Konfirmasi (*conformance*)
- e) Daya tahan (*durability*)
- f) Service
- g) Estetika

h) Persepsi terhadap kualitas

Berikut ini akan dijelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan secara satu persatu:

- a) Kinerja yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti yang dibeli misalnya kecepatan, konsumsi bahan bakar jumlah penumpang yang diangkut kemudahan dan kenyataan mengemudi dan sebagainya.
- b) Fitur yaitu karakteristik sekunder atau lengkap, misalnya kelengkapan interior dan eksterior
- c) Reliabilitas yaitu kemungkinan kecil akan melakukan kegagalan atau kesalahan.
- d) Konfirmasi yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi standar yang telah ditentukan sebelumnya.
- e) Daya tahan yaitu berkaitan dengan berapa lama produk ini dapat terus digunakan.
- f) *Serviceability* yaitu meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan mudah serta penanganan keluhan yang memuaskan.
- g) Estetika yaitu daya tarik produk terhadap panca indra
- h) Persepsi terhadap kualitas yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadap.

Pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Kata kualitas mengandung banyak defenisi dan makna, masing-masing orang akan

mengartikannya secara berlainan tetapi dari beberapa defenisi yang dapat kita jumpai memiliki beberapa kesamaan walaupun hanya cara penyampaianya saja biasanya terdapat pada elemen sebagai berikut:

1. Kualitas meliputi usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan
2. Kualitas mencakup produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan.
3. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

2.3.3 Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Kirom, kualitas pelayanan dapat diukur dengan melihat tingkat kesenjangan antara harapan atau keinginan konsumen dengan persepsi mereka terhadap kinerja produk atau perusahaan yang diterima oleh konsumen yang dapat dijelaskan dalam skala *service quality*.

Menurut Rambat dan Hamdani terdapat lima indikator SERVQUAL yaitu:

1. Keadaan (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
2. Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.
3. Jaminan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya

para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*communication*), kredibilitas (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*competence*), dan sopan santun (*courtesy*).

4. Empaty (*emphaty*), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

2.4. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1
Ringkasan Penelitian Terdahulu

No	Nama	Judul	Hasil penelitian
1	Frinakurniasari, wahyudien, widiartanto, Sarilistyorini (2015)	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan sebagai variabel intervening	Berdasarkan hasil analisis regresi dua tahap menunjukkan bahwa variabel kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara parsial maupun simultan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Z)
2	Lilik trianah, diah pranitasari, siti zahrani marichs (2017)	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan (studi kasus pada pelanggan D'besto mangun jaya 2 tambun selatan)	Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan. Variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan tetapi tidak signifikan. Variabel kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan tetapi tidak signifikan. Secara gabungan variabel kualitas produk dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan

NO	Nama	Judul	berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan Hasil Penelitian
3	Udin lestiyoo (2018)	Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada konsumen Cv. Multi usaha raya jepara	Hasil penelitian menemukan bahwa (1) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (2) kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. (3) kualitas produk dan kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
4	Wulandari, R. (2019)	Pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PT smartfren telecom tbk cabang sukabumi	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa secara parsial kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT smartfren telecom tbk cabang sukabumi, dan kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT smartfren telecom tbk cabang sukabumi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan lebih dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen pada PT smartfren telecom tbk cabang sukabumi. Kualitas produk dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen pada PT samrtfren telecom tbk cabang sukabumi.
5	Pratiwi, anggi (2020)	Pengaruh kualitas pelayanan, lokasi dan kualitas produk terhadap kepuasan konsumen rumah makan pak uniang di kecamatan tanjung batu kabupaten oganilir sumatera selatan.	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Lokasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pasien. Secara simultan kualitas pelayanan, lokasi dan kualitas produk secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

2.5. Kerangka Konseptual

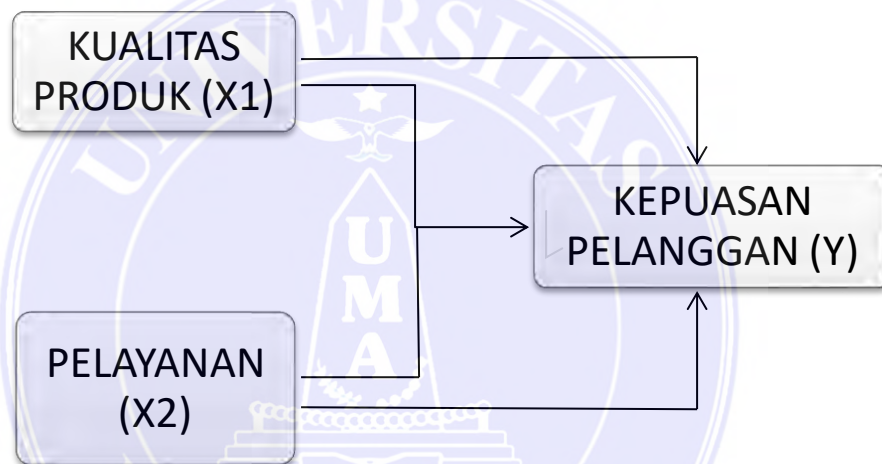
PDAM menyediakan layanan air bersih kepada pelanggan melalui lima dimensi yang dapat menentukan kualitas layanan tersebut. Lima dimensi tangible (bukti langsung), reliability (keandalan), responsiveness (daya tanggap), assurance (jaminan), empathy (empati), dari kelima dimensi yang diberikan PDAM kepada pelanggannya, akan diperoleh tanggapan dari pelanggan yang tercermin dari tingkat kepentingan (harapan) dan tingkat kinerja (pelaksanaan). Dengan membandingkan penerapan pelayanan yang diterima/diberikan pdam dengan harapan manfaat yang diharapkan pelanggan, maka dapat diperoleh tingkat kepuasan.

Produk adalah segala sesuatu yang diberikan kepada pasar atau konsumen untuk menarik perhatian, pembelian, penggunaan dan konsumsi serta dapat memenuhi kebutuhan. Produk dengan kondisi baik yang akan memuaskan konsumen, sebaliknya produk dengan kondisi yang buruk akan menimbulkan ketidakpuasan konsumen. Semakin tinggi tingkat kualitas yang memuaskan pelanggan, hal ini juga akan menimbulkan kepuasan pelanggan yang tinggi.

Kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian yang cukup besar, hanya dengan memuaskan kepuasan pelanggan perusahaan dapat memperoleh loyalitas dari pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas layanan memainkan peran penting dalam pembentukan kepuasan pelanggan bagi perusahaan. Kepuasan pelanggan merupakan faktor terpenting dalam berbagai aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan

adalah tanggapan pelanggan terhadap evaluasi perbedaan yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja produk yang dirasakan. Tingkat kepatuhan ini akan meningkatkan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam urutan prioritas. Untuk mendapatkan skor pada grafik Cartesian, terlebih dahulu dihitung nilai rata-rata evaluasi kinerja dan nilai rata-rata evaluasi kepentingan.

Gambar 1.
Kerangka Konseptual



2.6. Hipotesis Penelitian

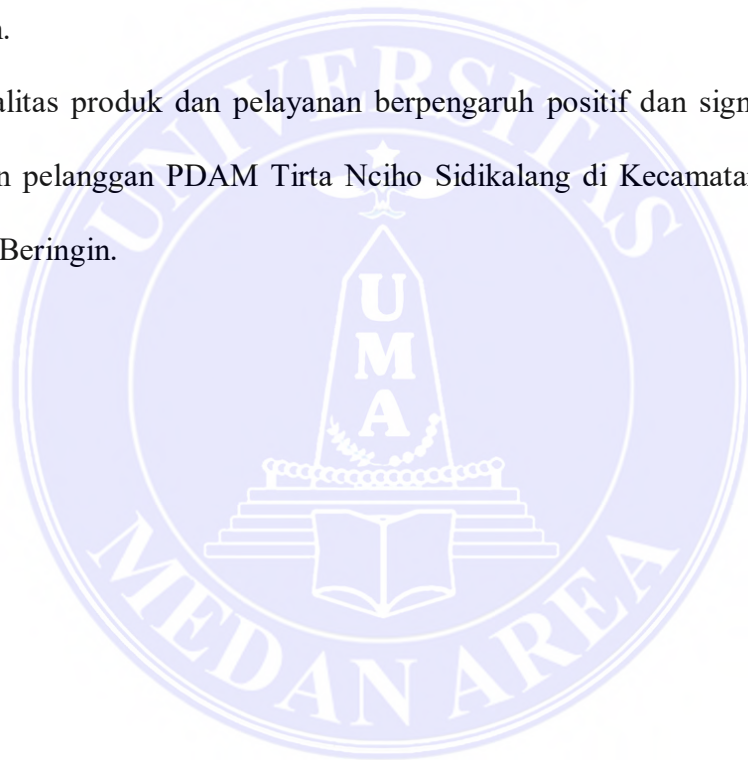
Hipotesis ini merupakan suatu ide yang digunakan untuk memperoleh fakta yang harus dikumpulkan. Menurut Sugiyono (2014) menyatakan bahwa hipotesis ini merupakan jawaban yang sementara terhadap rumusan masalah suatu penelitian yang dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan.

Berdasarkan pengertian hipotesis, maka hipotesis penelitian ini adalah:

H1: Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Nciho Sidikalang di Kecamatan Sumbul Desa Tanjung Beringin.

H2: Pelayanan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Nciho Sidikalang di Kecamatan Sumbul Desa Tanjung Beringin.

H3: Kualitas produk dan pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Nciho Sidikalang di Kecamatan Sumbul Desa Tanjung Beringin.



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk menguji hipotesis. Penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, sebagai metode ilmiah atau scientific karena telah memenuhi kaidah ilmiah secara konkrit atau empiris, objektif, terukur, rasional, dan sistematis. Metode kuantitatif bertujuan untuk meneliti pada objek maupun sampel yang telah ditentukan.

Berdasarkan teknik pengumpulan data, penelitian ini menggunakan metode survei atau penyebaran koesioner untuk memperoleh data dalam penelitian skripsi ini.

3.2 Lokasi Dan Waktu Penelitian

3.2.1. Lokasi Penelitian

Penelitian dilakukan di cabang kantor PDAM Tirta Nciho Sidikalang daerah Sumbul dan di desa Tanjung Beringin

3.2.2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian direncanakan sebagai berikut:

No	Kegiatan										
		Jul	Ags	Sep	Oct	Nov	Des	Jan	Feb		
1	Penyusunan proposal										
2	Seminar proposal										
3	Pengumpulan data										
4	Analisis data										

5	Seminar hasil							
6	Pengajuan meja hijau							
7	Meja hijau							

3.3 Definisi Operasional Variabel dan Instrumen Penelitian

Definisi operasional variabel adalah sebuah pengertian yang diberikan kepada sebuah variabel dengan memberikan arti atau menjelaskan suatu operasional yang dibutuhkan untuk mengukur suatu variabel tersebut lain (Sugiyono, 2018).

Untuk lebih jelas peneliti memberikan definisi operasional penelitian ditunjukkan pada Tabel sebagai berikut :

Tabel 3.2
Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator	Skala
1	Kualitas Produk (X1)	Kualitas produk merupakan proses evaluasi kepada pelanggan atas perbaikan kinerja suatu produk. Menurut Mowen (2012:61)	1.Kinerja(Performance) 2.Ketahanan(Durability) 3.Keandalan(Realibility) 4.Serviceability(Kemampuan pelayanan)	Likert
2	Pelayanan(X2)	Kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai berfokus pada memenuhi kebutuhan dan persyaratan, pada ketetapan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Menurut Arianto(2018:83)	1.Berwujud(Tangible) 2.Kehandalan(Reliability) 3.Ketanggapan(Responsiveness) 4.Jaminan kepastian(Assurance) 5.Empaty(Emphaty)	Likert
3	Kepuasan pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi, pelanggan akan puas. Menurut Kotler dan Keller(2012:138-139)	1.Sistem keluhan dan saran 2.Kemudahan mengakses produk 3.Lost costumers analysis 4.Survey kepuasan pelanggan	Likert

3.4 Populasi Dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.

Dalam penelitian ini populasinya adalah konsumen yang menggunakan jasa PDAM di desa Tanjung Beringin sebanyak 150 orang sebagai pelanggan tetap.

Table 3.3
DATA STAND METER METER AIR PELANGGAN PDAM TIRTA
NCIHO SIDIKALANG CAB.SUMBUL
OKTOBER 2023

NO	NAMA PELANGGAN	NO. SAMBUNGAN	STATUS
DUSUN 1			
1	BONAR SIGALINGGING	18.01.00001	A
2	DERMAWAN SITUNGKIR	18.01.00002	A
3	SMP NEGERI 2	18.01.00003	A
4	SUWINLY PANDIANGAN	18.01.00004	A
5	TUNGGUL SIGALINGGING	18.01.00005	A
6	PENDI PURBA	18.01.00006	A
7	SARASI P.SIBORO	18.01.00007	A
8	LOBE SIHALOHO	18.01.00008	A
9	PILU GURNING	18.01.00009	A
10	TOGAR SIGALINGGING	18.01.00010	A
11	JAYAKIN SIJABAT	18.01.00011	A
12	MAJU SILALAH	18.01.00012	A
13	DINCON SIHALOHO	18.01.00013	A
14	PARULIAN SIMBOLON	18.01.00014	A
15	ERWIN BOANGMANALU	18.01.00015	A
16	SARASI SIBORO	18.01.00016	A
17	MAJU SAMOSIR	18.01.00017	A
18	JANASI GURNING	18.01.00018	A
DUSUN II			
1	RASMAULI SIMANJORANG	18.02.00001	A

2	ROHANI GIRSANG	18.02.00002	A
3	JONTUA NAINGGOLAN	18.02.00003	A
4	H.P SIBARANI	18.02.00004	NA
5	DJAPINUS MATANARI	18.02.00005	A
6	MARDI MANDALAH	18.02.00006	A
7	POLIN GURNING	18.02.00007	A
8	AKIM PURBA	18.02.00008	A
9	JAPANTAS DAMANIK	18.02.00009	A
10	JUNEDI SIGALINGGING	18.02.00010	A
11	ANGGIAT MALAU	18.02.00011	A
12	PUSKESMAS T.BERINGIN	18.02.00012	A
13	JAULUNG SAGALA	18.02.00013	A
14	LEMAN MANJORANG	18.02.00014	A
15	JANGELAK GURNING	18.02.00015	A
16	HKBP TANJUNG BERINGIN	18.02.00016	A
17	DEDIK SIGIRO	18.02.00017	A
18	ESRON PURBA	18.02.00018	A
19	BANGSAH PADANG	18.02.00019	A
20	MARINGAN SIMBOLON	18.02.00020	A
21	LENNY H SITOANG	18.02.00021	A
22	ALIWIKKER SIAHAAN	18.02.00022	NA
23	TONGGO R BOANGMANALU	18.02.00023	A
24	HERMAS SIBORO	18.02.00024	A
25	TUMBUR PARASIAN SIANTURI	18.02.00025	A
26	CANDRA P.MANULLANG	18.02.00026	A
27	ERLINA BR.MANJORANG	18.02.00027	A
28	BISTOK SIAHAAN	18.02.00028	A
29	BERTIN SIJABAT	18.02.00029	A
30	LARIA SIHALOHO	18.02.00030	NA
31	ARNOL MATANARI	18.02.00031	A
32	ROSMIDAWATY SIPAYUNG	18.02.00032	A
DUSUN III			
1	ELFIN GIRSANG	18.03.00001	A
2	SAMSON TONDANG	18.03.00002	A
3	SD 030356	18.03.00003	A
4	OMRAN TP.BOLON	18.03.00004	A
5	MARTINUS GIRSANG	18.03.00005	A
6	RENTAULI SITUNGKIR	18.03.00006	A
7	RAMOT TONDANG	18.03.00007	A
8	RADIUN SIMBOLON	18.03.00008	A
9	BAGIAN MANIHURUK	18.03.00009	NA
10	GKPS GUNUNG MULIA	18.03.00010	A
11	PESTOL PINTUBATU	18.03.00011	A
12	SANNARIA MANIHURUK	18.03.00012	A

13	MARLON LIMBONG	18.03.00013	A
14	WALSON TONDANG	18.03.00014	A
15	BENNI KARO – KARO	18.03.00015	A
16	KASMEN SIMARMATA	18.03.00016	A
17	MIDA SIANTURI	18.03.00017	A
18	ANTONI SIHOMBING	18.03.00018	A
19	RISALLY BOANG MANALU	18.03.00019	A
20	SAUT MARTUA PINAYUNGAN	18.03.00020	A
DUSUN IV			
1	SELAMAT T. SILALAH	18.04.00001	A
2	PANDUS SIMANJORANG	18.04.00002	A
3	BRISDEN SIGIRO	18.04.00003	A
4	SAHMAN GIRSANG	18.04.00004	A
5	PARULIAN GIRSANG	18.04.00005	A
6	ELTIN GIRSANG	18.04.00006	NA
7	EDISON SITUMORANG	18.04.00007	A
8	SANGAP PURBA	18.04.00008	A
9	JABONAR SIMARMATA	18.04.00009	A
10	JOHANNES SIMARMATA 01	18.04.00010	A
11	JOHANNES SIMARMATA 02	18.04.00011	A
12	MESTA SIMARMATA	18.04.00014	A
13	KTR KEPALA DESA	18.04.00015	A
14	JHON SIMANJORANG	18.04.00016	A
15	SAPMAINIM SITUNGKIR	18.04.00017	A
16	DARMANHOT SIBORO	18.04.00018	A
17	AMPERA PURBA	18.04.00019	A
18	JABATAN BARUS	18.04.00020	A
19	JAHAMIN MUNTHE	18.04.00021	NA
20	MARDO SOLIN	18.04.00022	A
21	TIONI SAMOSIR	18.04.00023	A
22	JONEDI SITUNGKIR	18.04.00024	A
23	SALOME SIBORO	18.04.00025	A
24	TUNGGUL MALAU	18.04.00026	A
DUSUN V			
1	MAWEN KUDADIRI I	18.05.00001	A
2	JANSEN SILALAH	18.05.00002	A
3	RAJENRA SITUNGKIR	18.05.00003	A
4	AMAT MUNTHE	18.05.00004	A
5	MARTUA MUNTHE	18.05.00005	NA
6	DARPIN TARIGAN	18.05.00006	A
7	DIMERIA GIRSANG	18.05.00007	A
8	PERDI TONDANG	18.05.00008	A
9	EDWARD SIMANJORANG	18.05.00009	A
10	MARULITUA SOLIN	18.05.00010	A

11	LESMAN SITANGGANG	18.05.00011	A
12	ESDI SITUNGKIR	18.05.00012	A
13	SANGAP SIMARMATA	18.05.00013	A
14	JANTI SIMARMATA	18.05.00014	NA
15	NIHOT NORRIS SIMARMATA	18.05.00015	A
16	SADAR MALAU	18.05.00016	A
17	JEKSON SIPAYUNG	18.05.00017	A
18	ROSNI SIMARMATA	18.05.00018	A
19	ERINNA MANIHURUK	18.05.00019	A
20	OMPINA SIMANJORANG	18.05.00020	A
21	LIKBER SITUNGKIR	18.05.00021	A
22	DAFITSON LUMBANGAOL	18.05.00022	A
23	JANORMAN GIRSANG	18.05.00023	A
24	JARUANDI GIRSANG	18.05.00024	A
25	MARULITUA GIRSANG	18.05.00025	A
26	MAWEN KUDADIRI II	18.05.00026	A
27	RIKI GIRSANG	18.05.00027	NA
28	ERY NAPAACK SITUNGKIR	18.05.00028	A
29	WERDIMAN SIMAIBANG	18.05.00029	A
30	KIPEN SIPAYUNG	18.05.00031	A
DUSUN AMAN			
1	KATARINA SIMANJORANG	18.07.00001	A
2	MULA ASI SIMARMATA	18.07.00002	A
3	MARUS MANJORANG	18.07.00003	A
4	RUSMAN MANIHURUK	18.07.00004	A
5	KALIAMAN GIRSANG	18.07.00005	NA
6	RISDA LUMBANBATU 03	18.07.00006	A
7	JUNIVER SIMANJORANG	18.07.00007	A
8	LENTINA MANIHURUK	18.07.00008	A
9	HOTMATUA SIMANJORANG	18.07.00009	A
10	JESI MANIHURUK	18.07.00010	A
11	NURTIOLINE MUNTHE	18.07.00011	A
12	ROSMA MANIHURUK	18.07.00012	A
13	ESRON SINAGA	18.07.00013	A
14	SAUT F. MANJORANG	18.07.00015	A
15	RAMLAN SIREGAR	18.07.00016	A
16	ROSIDA PURBA	18.07.00017	NA
17	NURLITA SIMAMORA	18.07.00018	A
18	CHRISTIAN MANIHURUK	18.07.00019	A
19	EDWARD SIREGAR	18.07.00020	A
20	RUSTAM EFENDI GIRSANG	18.07.00021	A
21	MANUEL SAGALA	18.07.00022	A
22	FRENSUS SIDABARIBA	18.07.00023	NA
23	JANNIUS SITUNGKIR	18.07.00024	NA

24	LERSIMAN SIHALOHO	18.07.00025	NA
25	ANTONIUS PURBA	18.07.00026	NA
26	ROLINSON SIREGAR	18.07.00027	A
27	DEMANSON SIDABUTAR	18.07.00028	A
28	RUPIDA PINTUBATU	18.07.00029	A
29	RASLINA BONARIA SIMARMATA	18.07.00030	A
30	JISMAN SINAGA	18.07.00031	A
31	MAJU MATIAS SIJABAT	18.07.00032	A
32	SUDARMO TONDANG	18.07.00033	A
33	ARBEN TONDANG	18.07.00034	A
34	ROLIANNA MUNTHE	18.07.00035	A
35	GURIMAN GIRSANG	18.07.00036	A
36	DARMAN TONDANG	18.07.00037	A
37	KASMIN SINAGA	18.07.00038	A
38	JUSUF MUNTHE	18.07.00039	A
39	WARMEN MUNTHE	18.07.00040	A
40	SARIAMAN TUA SINAGA	18.07.00041	A
41	EDDY SINAGA	18.07.00042	A

Data pelanggan aktif dan non-aktif PDAM TIRTA NCIHO SIDIKALANG

3.4.2 Sampel

Menurut Sugiyono (2014) menyatakan bahwa, sampel adalah bagian dari jumlah dan ciri yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Dari data table 3.1 penelitian ini penulis sudah mengetahui secara langsung jumlah sampel yang akan digunakan untuk mendapatkan data yang akurat tentang jumlah populasi, Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampel Quota sampling dimana pengambilan data dari konsumen pada populasi dilakukan dengan menentukan sampel dalam kuota. Kemudian menetapkan setiap strata populasi sesuai dengan tanda-tanda yang memiliki pengaruh dominan terhadap variabel yang akan diteliti. Populasi dalam teknik ini tidaklah homogen, sehingga populasi perlu diseleksi terlebih dahulu kedalam kategori strata.

Nantinya setiap strata akan diberikan jatah sampel agar sampel tersebut dapat mewakili semua strata.

Adapun sampel dalam penelitian ini mengacu pada rumus slovin. Untuk mengetahui sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya adalah dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

Dimana:

n = jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = standar error (0,1)

Maka sampel yang dijadikan responden dalam penelitian ini yaitu:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2} \qquad n = \frac{150}{1+150(0,1)^2}$$

$$n = \frac{150}{2,5} \qquad n = 60$$

Jadi sampel yang didapat dalam penelitian ini berjumlah 60 responden.

3.5 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara, beberapa teknik pengumpulan data dapat melalui wawancara, kuisioner, pengamatan atau gabungan dari ketiganya. Pada penelitian ini digunakan metode pengumpulan data primer dan sekunder, pada teknik pengumpulan data primer melalui kuisioner, yaitu pengumpulan data melalui formulir yang berusu pertanyaan-pertanyaan tertulis yang diberikan kepada responden untuk

mendapatkan jawaban (Sugiyono, 2018). Sedangkan untuk pengumpulan dengan menyalin data yang sudah tersedia yang telah dibuat oleh pihak pengelola. Sumber data sekunder biasanya dari buku, laporan perusahaan, jurnal, internet, dan lain sebagainya.

Teknik pengumpulan data ini merupakan suatu cara yang harus dilakukan agar peneliti dapat memperoleh data dari berbagai sumber. Dalam teknik pengumpulan data yang akan peneliti gunakan dalam penelitian ini yaitu :

1. Observasi langsung

Dengan melakukan observasi langsung ke cabang PDAM TIRTA NCHIHO Di Desa Tanjung Beringin inilah yang akan dilakukan oleh peneliti pertama kali. Dengan metode observasi ini peneliti akan mencatat data-data dan juga gambaran-gambaran umum dari data perusahaan.

2. Wawancara

Dengan adanya wawancara langsung di kantor PDAM TIRTA NCIHO SIDIKALANG maka peneliti akan secara langsung berdiskusi dengan para pekerja dan juga kepala kantor PDAM TIRTA NCIHO SIDIKALANG untuk menanyakan data-data yang belum didapatkan setelah melakukan observasi langsung di tempat.

3. Koesioner

Menurut Sugiyono (2014). Menyatakan bahwa koesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan yang secara tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

Dalam penelitian ini peneliti akan melakukan pengumpulan data dengan menggunakan koesioner maka dari itu harus disiapkan daftar-daftar pertanyaan dalam bentuk angket akan diberikan kepada responden konsumen atau pelanggan PDAM TIRTA NCIHO, dimana jika jawaban yang mendukung pertanyaan akan diberikan nilai yang tinggi, sedangkan yang menjawab yang tidak atau kurang maka akan diberikan nilai yang rendah, dan disetiap pertanyaan akan diberikan 5 opsi sebagai berikut :

Table 3.4
Bobot Nilai Angket

Pertanyaan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

3.6 Metode Analisis Data

3.6.1 Uji Instrumen Penelitian

a) Validitas

Validitas alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini adalah validasi muka dengan mempertimbangkan *output cronbach alpha* pada kolom *coorelated item total coorelation*. Adapun pengertian validitas muka seperti yang diungkapkan oleh Nazir yaitu validitas berhubungan

penilaian para ahli terhadap suatu alat ukur jika ahli-ahli berpendapat bahwa unsur-unsur dalam skala dapat mengukur masalah yang diteliti secara baik, maka skala itu mempunyai validitas yang tinggi. (Mohammad Nazir 2003).

Pengujian validitas alat ukur dimaksudkan untuk mengetahui apakah alat ukur yang digunakan dalam penelitian ini dapat mengukur variabel penelitian. Validitas alat ukur yang digunakan yaitu validitas muka, validitas muka adalah yaitu melakukan konsultasi dengan pihak terkait yang ahli dalam masalah validitas alat ukur, terutama kepada pembimbing karya tulis ilmiah akhir.

Menurut pernyataan Nazir suatu alat ukur disebut mempunyai reabilitas tinggi atau dapat dipercaya, jika alat ukur itu mantap. Validitas adalah suatu ukur yang menunjukkan tingkat suatu alat ukur atau instrument penelitian. Validitas menunjukkan seberapa baik suatu instrument yang dibuat mengukur konsep tertentu yang ingin diukur. Alat pengukur yang akan mempunyai validitas yang tinggi, begitu pula sebaliknya.

Pengujian validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur yang dirancang dalam bentuk kuesioner benar-benar dapat dapat menjalankan fungsinya. Dalam pengujian validitas bertujuan untuk mengetahui apakah pernyataan yang telah diterapkan dalam kuesioner dapat mengukur variabel yang telah ada. Pengujian validitas ini dilakukan

dengan mengkolerasi skor jawaban responden dari setiap pernyataan. Nilai r hitung dibandingkan dengan r tabel, apabila r hitung $>$ r tabel maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut valid.

b) Reliabilitas

Menurut Nazir “Reabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau dapat diandalkan”, pengujian reabilitas adalah suatu kemampuan instrument guna mengukur secara konsisten terhadap fenomena yang dirancang untuk diukur. Sugiono menyatakan bahwa *instrument* yang reabilitas adalah instrument yang bila digunakan beberapa kali untuk mengukur objek yang sama dan menghasilkan data yang sama. Pengujian reabilitas alat ukur menggunakan teknik uji koefisien (Mohammad Nazir,2003).

Dalam melakukan pengujian reabilitas, peneliti dibantu dengan menggunakan program *statistical product and service solution* atau *statistical package for the social science* (SPSS) dengan berpatokan pada nilai cronbach alphanya yang lebih dari 0,60 atau sama dengan 0,60 maka dapat dikatakan realibel, begitupun sebaliknya.

3.6.2 Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam modal regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal seperti diketahui

bahwa uji T dan F mengasumsikan bahwa nilai residual mengikuti distribusi normal. Jika asumsi ini dilanggar maka uji statistic menjadi tidak valid untuk jumlah sampel kecil.

Dengan melihat normal *probability plot* yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal, normalitas residual akan terlihat. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal, jika distribusi data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya.

Selain itu uji statistic lain yang dapat digunakan untuk menguji normalitas residual adalah uji statistic *non-parametric kolmogrov-smimov* (K-S), jika signifikan dari pengujian *kolmogrov-smimov* lebih besar dari 0,005 berarti data normal Imam Ghozali (2011)

b) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya kolerasi antar variabel bebas (*independen*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi kolerasi diantara variabel *independen*. Nilai *tolerance* yang rendah sama dengan nilai variance inflation factor (VIF) tinggi (Karena $VIF = 1/tolerance$). Nilai *cuoff* yang umum dipakai untuk menunjukkan adanya multikolinearitas adalah nilai *tolerance* $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai VIF ≥ 10 (Iman Ghozali, 2011).

3.6.3 Uji Hipotesis

a) Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda merupakan teknik analisis data yang digunakan dalam menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, dimana:

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

Keterangan :

Y = Kepuasan Konsumen

α = Konstanta

$\beta_1 \beta_2 \beta_3$ = Koefisien Variabel Independen

X_1 = Kualitas produk

X_2 = Kualitas pelayanan

b) Uji Parsial (Uji-T)

Uji statistic T pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Uji T dilakukan dengan cara membandingkan perbedaan antara nilai 2 nilai rata-rata dengan standard error dari perbedaan rata-rata tiga sampel (Imam Gozali, 2011).

Dasar pengambilan keputusan untuk uji T parsial analisis regresi sebagai berikut:

1) Berdasarkan nilai T hitung dan T tabel

a) jika nilai T hitung $>$ T tabel maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

b) jika nilai T hitung $<$ T tabel maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

2) Berdasarkan nilai signifikansi

a. jika nilai Sig. $<$ 0,05 variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat

b. jika nilai Sig. $>$ 0,05 maka variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

c) Uji Simultan (Uji F)

Uji statistic F pada dasar digunakan untuk menunjukkan apakah variabel independen (X) secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen, pengujian ini dilakukan dengan signifikan level 0,05 ($\alpha = 5\%$).

Kriteria dalam uji F :

a). hipotesis akan diterima jika F hitung $>$ F tabel, artinya variabel independen (X) secara simultan mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

b). hipotesis akan ditolak jika $F \text{ hitung} < F \text{ tabel}$, artinya variabel independen (X) secara simultan tidak mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen (Y).

d) Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variabel-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi-variasi dependen. Namun penggunaan koefisien determinasi memiliki kelemahan yaitu bias terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam model, setiap tambahan satu variabel independen maka R^2 pasti meningkat tidak peduli apakah variabel tersebut berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Oleh karena itu banyak penelitian untuk menggunakan nilai adjusted R^2 saat mengevaluasi model regresi terbaik (Imam Gozali 2011).

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil yang dilakukan kepada 60 orang responden menggunakan uji statistic dengan metode regresi linier berganda dapat diisimpulkan bahwa:

1. Berdasarkan hasil pengujian masing-masing variabel, Kualitas Produk dan Pelayanan berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum PDAM Tirta Nciho Sidikalang. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji T Variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan yang menunjukkan nilai T hitungnya $>$ nilai T tabel dan nilai tingkat signifikansinya $<$ 0,05. Artinya jika Perusahaan Daerah Air Minum PDAM Tirta Nciho Sidikalang memiliki Kualitas Produk yang yang baik maka kepuasan pelanggan akan semakin baik dan kuat.
2. Berdasarkan hasil pengujian masing-masing variabel, Pelayanan berpengaruh Positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum PDAM Tirta Nciho Sidikalang. Hal ini dibuktikan berdasarkan hasil uji T Variabel Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan yang menunjukkan nilai T hitungnya $>$ nilai T tabel dan nilai tingkat signifikansinya $<$ 0,05. Artinya jika Perusahaan Daerah Air Minum PDAM Tirta Nciho Sidikalang memiliki Pelayanan yang baik kepada pelanggan, maka Kepuasan Pelanggan akan semakin baik dan kuat.

3. Berdasarkan hasil pengujian, kualitas produk dan Pelayanan memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini berdasarkan hasil persamaan regresi, semua variabel bebas Kualitas Produk dan Pelayanan memperoleh F hitung sebesar $6.019 >$ nilai F tabel sebesar 3.153, dan nilai signifikansinya sebesar $0,004 > 0.05$.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil analisis, adapun saran dari penelitian yaitu:

1. Bagi Perusahaan Daerah Air Minum PDAM Tirta Nciho Sidikalang untuk memberi meteran air dengan kualitas dan ketahanan yang baik kepada pelanggan serta memberikan Pelayanan yang tanggap ketika terjadi keluhan pelanggan terhadap meteran air. Oleh karena itu pihak Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Nciho Sidikalang bisa melakukan pelatihan terhadap para teknisi lapangan agar bisa lebih tanggap dalam penanganan meteran air.
2. Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum PDAM Tirta Nciho Sidikalang perlu dipertahankan dan terus ditingkatkan karena Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum PDAM Tirta Nciho Sidikalang termasuk dalam sangat baik.
3. Bagi peneliti selanjutnya, ada baiknya mempertimbangkan variabel lain yang dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Peneliti yang melakukan penelitian serupa dapat mengembangkannya dengan menambah variabel lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Apsari, Putri dewi. (2017).Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan Di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mangutama Bandung, *Jurnal Ekonomi dan Bisnis* ,12 (6) : 15-20. .
- Gultom, Dedek Kurniawan, (2017) Pengaruh Harga dan Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian serta Dampaknya pada Loyalitas konsumen Handphone Blackberryn pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Muammadiyah Sumatera Utara *Jurnal Ilmiah Kohesi*, 1 (1): 81-94
- Irawan, Handi. (2019). Kepuasan pelanggan. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo
- Lubis, Akram Ashal, 2015. Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Suara Barisan Hijau Harian Orbit Medan, *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 16 (2) : 1-11
- Susistyawaati, Ni Made Arie Dan Ni Ketut Seminari (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Indus Ubud Gianyar. *E-Jurnal Manajemen.Universitas Udayana Bali*. Vol.4. No.8. ISSN:2302-8912
- Retna, D. W., & Sulistiono, A. (2014). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor. *Jurnal Ilmiah Manajemen Kesatuan*, 2(3), 220-228.
- Affandi, H., Zaki, M., & Azmeri, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Teknik Sipil*, 6(3), 297-308.
- Kereta, L. B. (2014). Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan daerah air minum (PDAM) Kabupaten Flores Timur. *Jurnal Administrasi Publik dan Birokrasi*, 1(3), 72463.

- Jasin, H., & Sriwahyuni, I. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Air Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan Medan. *Ekonomikawan: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Studi Pembangunan*, 14(1).
- Pahlawan, M. R., Nurlia, N., Laba, A. R., Pakki, E., & Hardiyono, H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Kota Makassar. *Journal of applied business administration*, 3(2), 228-244.
- Ulfa, M., & Mayliza, R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Kota Padang.
- Anggarawati, I. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Tirta Marta Yogyakarta. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, 2(01), 40-49.
- Anandar, A. P. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan jasa PDAM Tirta Kencana kota Samarinda terhadap kepuasan pelanggan diwilayah kelurahan sungai Pinang dalam Kecamatan Sungai Pinang. *Universitas Mulawarman*.
- Ardianto, Y., Yanti, A., & Sidanti, H. (2019, September). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Responsivitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pdam. In *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis, dan Akuntansi* (Vol. 1).



UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 8/5/24

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah

3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)8/5/24

LAMPIRAN 1. KUESIONER**KUESIONER****PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN DI KECAMATAN SUMBUL
DESA TANJUNG BERINGIN****(Studi Kasus : PDAM TIRTA NICHOSIDIKALANG)****1. IDENTITAS RESPONDEN**

Nama :
 Usia : Tahun
 Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan
 Pendidikan Terakhir :
 Lama Berlangganan :

2. PETUNJUK PENGISIAN DAFTAR PERTANYAAN

- a. Pilihlah jawaban dibawah ini sesuai dengan kondisi yang sebenarnya.
- b. Responden dapat memberikan tanda (\surd) pada kolom yang telah disediakan untuk memilih jawaban yang paling tepat.
- c. Berikut nilai dari keterangan jawaban yang akan dipilih :
 - STS: Sangat Tidak Setuju = 1
 - TS : Tidak Setuju = 2
 - KS : Kurang Setuju = 3
 - S : Setuju = 4
 - SS : Sangat Setuju = 5

Pertanyaan yang tertera dalam kuesioner ini hanya untuk data penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir (skripsi) pada program Sarjana (S1), dan jawaban yang akan anda berikan atau tertera dalam kuesioner ini akan sangat bermanfaat untuk menyusun tugas akhir ini. Atas bantuannya saya ucapkan terima kasih.

Jawablah pertanyaan dibawah ini sesuai dengan petunjuk yang

diberikan diatas.

No	Pertanyaan KUALITAS PRODUK (X1)	Penilaian				
		SS	S	KS	TS	STS
Kinerja (<i>performance</i>)						
1	Pegawai diperusahaan Air minum PDAM dapat menyelesaikan pekerjaan dengan baik dan teliti					
2	pegawai cepat dalam bertindak jika terjadi permasalahan atau kerusakan terhadap pelanggan					
Ketahanan (<i>durability</i>)						
1	Meteran air yang digunakan PDAM memiliki ketahanan yang baik bagi produk					
2	produk air minum PDAM memiliki ketahanan yang baik untuk dikonsumsi hingga bertahun-tahun					
Keandalan (<i>realibility</i>)						
1	Pelayanan air bersih dilakukan selama 24 jam setiap harinya					
2	Selalu berlaku adil dan cepat dalam melayani pelanggan baik dari loket pembayaran tagihan rekening maupun tagihan secara online					
Kemampuan pelayanan (<i>serviceability</i>)						
1	Saya merasa tidak ada keluhan selama menggunakan produk (Air) PDAM					
2	Berlangganan dengan perusahaan air minum PDAM memudahkan saya dalam memperoleh air bersih					

No	Pertanyaan	Penilaian				
	PELAYANAN (X2)	SS	S	KS	TS	STS
Kehandalan (<i>realibility</i>)						
1	Karyawan melayani sesuai dengan yang dijanjikan perusahaan bagi pelanggan Air minum PDAM					
2	Jenis pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang ditawarkan oleh karyawan perusahaan PDAM					
Katanggapen (<i>responsiveness</i>)						
1	Petugas PDAM cepat dalam melayani permohonan sambungan baru					
2	Petugas PDAM selalu siap dalam menangani keluhan pelanggan					
Jaminan Kepastian (<i>assurance</i>)						
1	Petugas PDAM memberikan pelayanan secara tuntas dan menyeluruh					
2	PDAM memberikan jaminan kepada pelanggan berdasarkan ketentuan-ketentuan yang diberlakukan					
Empati (<i>emphaty</i>)						
1	Bersikap ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan					
2	Mampu memberikan penjelasan atau berkomunikasidengan baik kepada palanggan					

No	Pertanyaan	Penilaian				
	KEPUASAN PELANGGAN (Y)	SS	S	KS	TS	STS
Sistem keluhan dan saran						

1	Memberikan kesempatan dalam menyampaikan keluhan, pendapat, dan saran pelanggan					
2	Menyediakan kotak saran bagi pelanggan yang ingin menyampaikan saran dan keluhannya terhadap kualitas produk dan pelayanan yang diberikan					
Kemudahan mengakses produk						
1	PDAM menggunakan baca meter untuk memudahkan pelanggan mengetahui jumlah pembayarannya					
2	Perusahaan memiliki kontak khusus yang akan dihubungi jika terjadi kebocoran pipa, tidak mendapatkan air hingga melonjaknya pembayaran secara tiba-tiba					
Lost customer analysis						
1	Seluruh pegawai PDAM mampu mengatasi dan memberikan solusi dalam permasalahan yang dialami pelanggan					
2	Memberikan pelayanan yang baik terhadap pelanggan					
Survey kepuasan pelanggan						
1	Karyawan melakukan survey kepada pelanggan agar PDAM menciptakan kualitas yang semakin bagus untuk produknya					
2	Pihak perusahaan sering mempertanyakan langsung kepada pelanggan mengenai kepuasannya dalam menggunakan Air minum PDAM					

LAMPIRAN 2**REKAPITULASI DATA RESPONDEN**

IDENTITAS RESPONDEN				
RESP.	JENIS KELAMIN	USIA	PENDIDIKAN TERAKHIR	LAMA BEKERJA
1	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	< 1
2	Laki-Laki	31-40 Tahun	SMP	> 11 Tahun
3	Perempuan	> 41 Tahun	SMA	6 – 10 Tahun
4	Laki-Laki	> 41 Tahun	SARJANA	> 11 Tahun
5	Laki-Laki	18-25 Tahun	SARJANA	< 1
6	Perempuan	26-30 Tahun	SMA	6 – 10 Tahun
7	Laki-Laki	26-30 Tahun	SARJANA	1-5 Tahun
8	Perempuan	> 41 Tahun	Tidak Bersekolah	6 – 10 Tahun
9	Laki-Laki	31-40 Tahun	Sarjana	1-5 Tahun
10	Perempuan	31-40 Tahun	SMA	1-5 Tahun
11	Laki-Laki	31-40 Tahun	SMA	6 – 10 Tahun
12	Perempuan	26-30 Tahun	SARJANA	6 – 10 Tahun
13	Laki-Laki	26-30 Tahun	SMA	> 11 Tahun
14	Laki-Laki	31-40 Tahun	SARJANA	6 – 10 Tahun
15	Perempuan	26-30 Tahun	SARJANA	1-5 Tahun
16	Perempuan	> 41 Tahun	SMP	> 11 Tahun

17	Laki-Laki	26-30 Tahun	SARJANA	1-5 Tahun
18	Perempuan	31-40 Tahun	SMA	< 1
19	Laki-Laki	31-40 Tahun	SARJANA	> 11 Tahun
20	Laki-Laki	> 41 Tahun	SD	1-5 Tahun
21	Perempuan	18-25 Tahun	SARJANA	> 11 Tahun
22	Laki-Laki	31-40 Tahun	Tidak Bersekolah	> 11 Tahun
23	Laki-Laki	18-25 Tahun	SD	1-5 Tahun
24	Perempuan	31-40 Tahun	SMA	> 11 Tahun
25	Laki-Laki	31-40 Tahun	SARJANA	1-5 Tahun
26	Perempuan	26-30 Tahun	SMP	> 11 Tahun
27	Laki-Laki	> 41 Tahun	Tidak Bersekolah	6 – 10 Tahun
28	Laki-Laki	31-40 Tahun	SARJANA	1-5 Tahun
29	Perempuan	26-30 Tahun	SARJANA	6 – 10 Tahun
30	Laki-Laki	> 41 Tahun	Tidak Bersekolah	> 11 Tahun
31	Laki-Laki	31-40 Tahun	SMA	> 11 Tahun
32	Perempuan	18-25 Tahun	SARJANA	< 1
33	Laki-Laki	26-30 Tahun	SARJANA	6 – 10 Tahun
34	Perempuan	31-40 Tahun	SMA	6 – 10 Tahun
35	Laki-Laki	> 41 Tahun	Tidak Bersekolah	> 11 Tahun
36	Perempuan	26-30 Tahun	SARJANA	< 1
37	Laki-Laki	31-40 Tahun	SMA	6 – 10 Tahun
38	Perempuan	31-40 Tahun	SMP	< 1
39	Laki-Laki	31-40 Tahun	SMA	1-5 Tahun
40	Perempuan	18-25 Tahun	SARJANA	< 1

41	Laki-Laki	31-40 Tahun	SMA	6 – 10 Tahun
42	Perempuan	31-40 Tahun	SARJANA	> 11 Tahun
43	Laki-Laki	26-30 Tahun	SARJANA	> 11 Tahun
44	Perempuan	31-40 Tahun	SMP	1-5 Tahun
45	Laki-Laki	31-40 Tahun	SMA	> 11 Tahun
45	Perempuan	> 41 Tahun	Tidak Bersekolah	6 – 10 Tahun
46	Laki-Laki	26-30 Tahun	SMA	> 11 Tahun
47	Perempuan	> 41 Tahun	SARJANA	6 – 10 Tahun
48	Perempuan	> 41 Tahun	SMP	1-5 Tahun
49	Laki-Laki	18-25 Tahun	SARJANA	> 11 Tahun
50	Laki-Laki	26-30 Tahun	SMA	> 11 Tahun
51	Perempuan	31-40 Tahun	SARJANA	< 1
52	Perempuan	26-30 Tahun	SMP	6 – 10 Tahun
53	Perempuan	> 41 Tahun	SARJANA	> 11 Tahun
54	Laki-Laki	31-40 Tahun	Tidak Bersekolah	6 – 10 Tahun
55	Perempuan	31-40 Tahun	SARJANA	1-5 Tahun
56	Laki-Laki	26-30 Tahun	SARJANA	6 – 10 Tahun
57	Perempuan	18-25 Tahun	SMA	1-5 Tahun
58	Laki-Laki	31-40 Tahun	Tidak Bersekolah	6 – 10 Tahun
59	Perempuan	31-40 Tahun	SMA	> 11 Tahun
60	Laki-Laki	18-25 Tahun	SMA	< 1

LAMPIRAN 3

PILIHAN JAWABAN RESPONDEN

NO. RESP.	Kualitas Produk (X1)								TOTAL	RATA-RATA
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8		
1	5	4	4	5	4	4	4	4	34	4.25
2	4	4	4	4	4	5	5	5	35	4.375
3	5	5	5	5	4	5	5	5	39	4.875
4	4	4	4	4	5	5	5	4	35	4.375
5	5	5	5	5	4	5	4	4	37	4.625
6	5	3	4	4	4	5	5	4	34	4.25
7	5	5	5	5	5	4	4	5	38	4.75
8	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4.125
9	4	4	4	4	4	4	5	5	34	4.25
10	5	5	5	5	5	4	4	4	37	4.625
11	4	4	4	4	4	5	5	4	34	4.25
12	4	4	4	4	5	5	3	5	34	4.25
13	3	4	3	3	4	4	5	3	29	3.625
14	4	4	4	4	4	5	3	5	33	4.125
15	4	5	4	4	4	4	4	4	33	4.125
16	4	4	4	4	5	4	5	4	34	4.25
17	5	5	5	5	5	5	5	4	39	4.875
18	5	5	5	5	4	4	5	5	38	4.75
19	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4.125
20	5	4	5	4	4	4	5	4	35	4.375
21	5	4	4	5	5	5	2	5	35	4.375
22	4	3	4	4	4	4	4	5	32	4
23	4	4	4	5	4	5	5	4	35	4.375
24	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4.125
25	4	4	4	5	4	4	4	5	34	4.25
26	5	5	4	4	5	5	5	4	37	4.625
27	4	4	4	2	4	4	4	4	30	3.75
28	5	5	4	4	5	4	5	5	37	4.625
29	4	4	5	4	4	4	4	5	34	4.25
30	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4.125
31	5	5	5	5	5	5	4	5	39	4.875
32	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4.125
33	5	5	5	5	4	4	4	4	36	4.5
34	4	4	4	4	4	5	4	5	34	4.25
35	5	5	5	4	5	4	5	4	37	4.625

36	4	5	5	5	5	5	4	5	38	4.75
37	5	5	5	5	5	4	4	4	37	4.625
38	3	4	4	5	5	4	3	4	32	4
39	4	4	4	4	4	4	4	3	31	3.875
40	3	4	4	4	4	4	4	4	31	3.875
41	4	4	4	4	4	4	4	5	33	4.125
42	4	5	5	5	5	4	4	5	37	4.625
43	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4.125
44	5	5	5	5	4	5	3	4	36	4.5
45	5	4	5	5	5	5	5	5	39	4.875
46	4	5	5	5	5	5	4	4	37	4.625
47	5	3	4	4	5	5	4	4	34	4.25
48	4	2	4	4	4	4	2	5	29	3.625
49	5	3	3	4	4	4	4	4	31	3.875
50	4	4	4	5	5	5	5	5	37	4.625
51	4	4	4	4	4	5	5	4	34	4.25
52	5	5	5	5	4	4	3	5	36	4.5
53	4	4	4	4	5	4	5	4	34	4.25
54	4	5	5	5	4	5	4	5	37	4.625
55	5	5	4	4	5	4	5	4	36	4.5
56	4	5	5	5	4	4	3	4	34	4.25
57	5	4	5	4	5	4	5	5	37	4.625
58	5	4	4	4	5	4	5	5	36	4.5
59	4	5	5	5	5	5	4	4	37	4.625
60	4	5	5	5	4	4	4	5	36	4.5

NO. RESP.	Pelayanan (X2)								TOTAL	RATA-RATA
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8		
1	5	5	4	5	5	5	5	4	38	4.75
2	4	4	4	5	5	4	4	5	35	4.375
3	4	3	4	3	3	5	5	3	30	3.75
4	4	4	5	4	4	3	5	4	33	4.125
5	5	5	5	4	4	5	4	4	36	4.5
6	4	4	4	5	5	5	4	4	35	4.375
7	4	4	4	5	5	5	5	4	36	4.5
8	4	5	5	5	4	5	5	4	37	4.625
9	5	4	5	5	4	4	4	5	36	4.5
10	4	5	4	4	4	5	5	4	35	4.375
11	5	5	5	4	5	4	4	4	36	4.5
12	5	4	5	5	5	5	4	3	36	4.5

13	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4.125
14	5	5	4	5	4	4	4	4	35	4.375
15	4	4	3	4	4	4	4	4	31	3.875
16	3	4	4	4	5	5	5	4	34	4.25
17	4	5	5	4	5	5		5	38	4.75
18	3	4	4	5	4	4	4	5	33	4.125
19	3	5	4	5	5	5	4	4	35	4.375
20	4	5	5	5	5	5	4	5	38	4.75
21	3	4	5	3	5	5	5	4	34	4.25
22	3	4	4	5	3	4	4	4	31	3.875
23	5	5	4	5	5	5	5	5	39	4.875
24	4	4	4	4	5	4	4	4	33	4.125
25	4	4	4	5	5	4	4	4	34	4.25
26	4	5	5	5	5	5	5	4	38	4.75
27	5	5	4	5	5	5	5	3	37	4.625
28	4	4	5	5	4	5	4	4	35	4.375
29	4	4	4	3	4	5	4	4	32	4
30	4	4	4	5	4	5	4	5	35	4.375
31	4	3	5	5	3	4	5	3	32	4
32	3	4	4	3	4	4	4	4	30	3.75
33	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4.125
34	4	4	5	4	4	3	4	4	32	4
35	4	3	4	4	4	4	4	4	31	3.875
36	5	5	5	4	5	4	4	5	37	4.625
37	4	5	5	5	5	4	3	5	36	4.5
38	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4.125
39	4	4	4	4	4	4	4	5	33	4.125
40	4	3	3	4	2	3	5	4	28	3.5
41	3	4	4	3	4	4	4	4	30	3.75
42	4	4	4	4	4	4	5	5	34	4.25
43	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
44	5	5	5	5	5	5	5	4	39	4.875
45	4	4	5	4	5	5	5	5	37	4.625
46	4	4	4	4	4	5	5	5	35	4.375
47	3	4	4	4	4	4	4	4	31	3.875
48	4	4	5	4	4	5	5	5	36	4.5
49	5	5	5	5	5	4	4	4	37	4.625
50	5	5	5	4	5	4	4	4	36	4.5
51	4	4	4	4	4	3	4	5	32	4
52	4	5	4	4	4	4	4	5	34	4.25
53	5	4	5	5	5	4	5	5	38	4.75
54	4	5	5	4	4	4	4	4	34	4.25
55	4	4	4	5	4	5	5	5	36	4.5
56	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4.125

57	5	5	3	5	5	5	5	4	37	4.625
58	4	4	4	4	4	5	5	5	35	4.375
59	4	4	5	4	4	5	5	4	35	4.375
60	4	4	4	4	4	4	4	5	33	4.125

NO. RESP.	Kepuasan Pelanggan (Y1)								TOTAL	RATA-RATA
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8		
1	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4.125
2	4	4	4	5	4	4	4	4	33	4.125
3	4	4	5	5	4	5	4	5	36	4.5
4	4	4	4	4	4	5	4	5	34	4.25
5	5	4	5	4	5	5	5	5	38	4.75
6	5	5	4	5	4	4	4	4	35	4.375
7	4	4	5	5	4	5	4	5	36	4.5
8	3	4	4	4	5	4	5	4	33	4.125
9	4	4	4	4	4	5	4	5	34	4.25
10	5	4	5	5	4	2	4	5	34	4.25
11	5	4	5	5	5	3	5	5	37	4.625
12	5	4	4	5	4	4	4	4	34	4.25
13	4	3	4	4	4	4	4	3	30	3.75
14	5	4	5	5	5	4	5	4	37	4.625
15	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4.125
16	4	5	5	5	5	4	4	4	36	4.5
17	5	4	5	5	5	5	4	5	38	4.75
18	4	4	5	5	4	4	5	5	36	4.5
19	4	4	4	4	4	4	5	5	34	4.25
20	4	4	5	4	4	4	5	4	34	4.25
21	4	4	4	5	5	4	4	5	35	4.375
22	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4.125
23	4	4	4	4	4	4	4	5	33	4.125
24	4	4	4	4	4	3	4	5	32	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
26	4	4	5	5	4	4	4	4	34	4.25
27	3	3	4	4	4	5	4	5	32	4
28	4	4	4	4	4	4	3	4	31	3.875
29	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4.125
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
31	4	4	5	5	5	4	4	4	35	4.375
32	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4

33	4	4	4	4	4	4	4	3	31	3.875
34	5	4	4	4	4	4	4	4	33	4.125
35	4	5	5	5	4	3	4	4	34	4.25
36	3	3	4	4	4	4	5	4	31	3.875
37	5	5	5	5	5	4	5	4	38	4.75
38	4	4	5	5	5	5	4	5	37	4.625
39	4	3	5	5	4	4	4	4	33	4.125
40	4	4	4	4	4	4	4	3	31	3.875
41	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
42	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4.125
43	4	3	4	4	4	4	4	4	31	3.875
44	5	5	5	4	5	4	5	4	37	4.625
45	4	5	5	5	5	4	5	4	37	4.625
46	4	4	4	4	4	5	4	5	34	4.25
47	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
48	4	4	4	4	4	3	4	3	30	3.75
49	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5
50	4	5	5	5	5	4	5	4	37	4.625
51	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
52	3	4	4	4	5	4	5	4	33	4.125
53	5	5	5	5	5	4	5	4	38	4.75
54	4	4	5	5	4	4	4	4	34	4.25
55	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
56	4	4	5	5	4	5	4	5	36	4.5
57	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4
58	5	3	4	4	4	4	4	4	32	4
59	4	4	5	4	4	4	4	4	33	4.125
60	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4

LAMPIRAN 4

HASIL OLAH DATA

Teknik Analisis Data

1. Karakteristik Responden

JENIS KELAMIN

Frequency		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	32	53.3	53.3
	Perempuan	28	46.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0

UMUR

Frequency		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	31-40 Tahun	25	41.7	41.7
	> 41 Tahun	12	20.0	61.7
	18-25 Tahun	8	13.3	75.0
	26-30 Tahun	15	25.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0

PENDIDIKAN TERAKHIR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sarjana	1	1.7	1.7	1.7
	SARJANA	24	40.0	40.0	41.7
	SD	2	3.3	3.3	45.0
	SMA	18	30.0	30.0	75.0
	SMP	7	11.7	11.7	86.7
	Tidak Bersekolah	8	13.3	13.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

LAMA BERLANGGANAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1	8	13.3	13.3	13.3
	> 11 Tahun	20	33.3	33.3	46.7
	1-5 Tahun	14	23.3	23.3	70.0
	6 – 10 Tahun	18	30.0	30.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Descriptive Statistics

N		Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation	Variance
Kualitas Produk	60	1.25	3.63	4.88	261.13	4.3521	0.30661	0.094
Pelayanan	60	1.38	3.50	4.88	258.38	4.3063	0.31169	0.097
Kepuasan Pelanggan	60	1.25	3.75	5.00	254.25	4.2375	0.28809	0.083
Valid N (listwise)	60							

2. Distribusi Variabel

a. Variabel X1

X1.1

Frequency		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	3	5.0	5.0
	Setuju	33	55.0	60.0
	Sangat Setuju	24	40.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0

X1.2

Frequency		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.7	1.7
	Kurang Setuju	4	6.7	8.3
	Setuju	32	53.3	61.7
	Sangat Setuju	23	38.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0

X1.3

Frequency		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	2	3.3	3.3
	Setuju	33	55.0	58.3
	Sangat Setuju	25	41.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0

X1.4

Frequency		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.7	1.7
	Kurang Setuju	1	1.7	3.3
	Setuju	33	55.0	58.3
	Sangat Setuju	25	41.7	100.0

	Total	60	100.0	100.0	
--	--------------	-----------	--------------	--------------	--

X1.5

	Frequency		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	36	60.0	60.0	60.0
	Sangat Setuju	24	40.0	40.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X1.6

	Frequency		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	36	60.0	60.0	60.0
	Sangat Setuju	24	40.0	40.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X1.7

			Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	3.3	3.3	3.3
	Kurang Setuju	6	10.0	10.0	13.3
	Setuju	27	45.0	45.0	58.3
	Sangat Setuju	25	41.7	41.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X1.8

	Frequency		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	2	3.3	3.3	3.3
	Setuju	33	55.0	55.0	58.3
	Sangat Setuju	25	41.7	41.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

b. Variabel X2**X2.1**

	Frequency		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	8	13.3	13.3	13.3
	Setuju	37	61.7	61.7	75.0
	Sangat Setuju	15	25.0	25.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X2.2

	Frequency		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	6.7	6.7	6.7
	Setuju	36	60.0	60.0	66.7
	Sangat Setuju	20	33.3	33.3	100.0

	Total	60	100.0	100.0	
--	--------------	-----------	--------------	--------------	--

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	3	5.0	5.0	5.0
	Setuju	34	56.7	56.7	61.7
	Sangat Setuju	23	38.3	38.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	5	8.3	8.3	8.3
	Setuju	30	50.0	50.0	58.3
	Sangat Setuju	25	41.7	41.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.7	1.7	1.7
	Kurang Setuju	3	5.0	5.0	6.7
	Setuju	32	53.3	53.3	60.0

	Sangat Setuju	24	40.0	40.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	6.7	6.7	6.7
	Setuju	28	46.7	46.7	53.3
	Sangat Setuju	28	46.7	46.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	1.7	1.7	1.7
	Setuju	33	55.0	55.0	56.7
	Sangat Setuju	26	43.3	43.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	6.7	6.7	6.7
	Setuju	36	60.0	60.0	66.7

	Sangat Setuju	20	33.3	33.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

3. Variabel Y

Y1.1

Frequency		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	6.7	6.7
	Setuju	43	71.7	78.3
	Sangat Setuju	13	21.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0

Y1.2

Frequency		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	6	10.0	10.0
	Setuju	45	75.0	85.0
	Sangat Setuju	9	15.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0

Y1.3

Frequency		Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	34	56.7	56.7

	Sangat Setuju	26	43.3	43.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Y1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	36	60.0	60.0	60.0
	Sangat Setuju	24	40.0	40.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Y1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Setuju	44	73.3	73.3	73.3
	Sangat Setuju	16	26.7	26.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Y1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	1.7	1.7	1.7
	Kurang Setuju	4	6.7	6.7	8.3
	Setuju	44	73.3	73.3	81.7
	Sangat Setuju	11	18.3	18.3	100.0

	Total	60	100.0	100.0	
--	--------------	-----------	--------------	--------------	--

Y1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	1.7	1.7	1.7
	Setuju	41	68.3	68.3	70.0
	Sangat Setuju	18	30.0	30.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Y1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	6.7	6.7	6.7
	Setuju	38	63.3	63.3	70.0
	Sangat Setuju	18	30.0	30.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

LAMPIRAN 5**Metode Analisis Data****1. Uji Instrumen Penelitian****a. Uji Validitas****Correlations**

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

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

Correlations

Y1.1		Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	TotalY	RATAY
Y1.1	Pearson Correlation	1	.364**	.336* *	.360* *	.266* *	-0.103	0.097	0.111	.527**
	Sig. (2-tailed)		0.004	0.009	0.005	0.040	0.435	0.459	0.399	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y1.2	Pearson Correlation	.364* *	1	.385* *	.397* *	.470* *	-0.075	.286* *	0.018	.605**
	Sig. (2-tailed)	0.004		0.002	0.002	0.000	0.568	0.027	0.892	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y1.3	Pearson Correlation	.336* *	.385**	1	.659* *	.461* *	0.050	0.251	0.237	.730**
	Sig. (2-tailed)	0.009	0.002		0.000	0.000	0.702	0.053	0.069	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y1.4	Pearson Correlation	.360* *	.397**	.659* *	1	.431* *	0.000	0.084	.268* *	.691**
	Sig. (2-tailed)	0.004	0.002	0.000		0.000	0.702	0.053	0.069	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60

	Sig. (2-tailed)	0.005	0.002	0.000		0.001	1.000	0.524	0.039		0.000
		60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y1.5	Pearson Correlation	.266*	.470**	.461* *	.431* *	1	0.113	.501* *	0.153	.719**	.719**
	Sig. (2-tailed)	0.040	0.000	0.000	0.001		0.391	0.000	0.244	0.000	0.000
		60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y1.6	Pearson Correlation	- 0.103	-0.075	0.050	0.000	0.113	1	0.026	.366**	.321**	.321**
	Sig. (2-tailed)	0.435	0.568	0.702	1.000	0.391		0.846	0.004	0.012	0.012
		60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y1.7	Pearson Correlation	0.097	.286*	0.251	0.084	.501* *	-0.026	1		.475**	.475**
	Sig. (2-tailed)	0.459	0.027	0.053	0.524	0.000	0.846		0.630	0.000	0.000
		60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
Y1.8	Pearson Correlation	0.111	0.018	0.237	.268*	0.153	.366* *	0.063	1	.514**	.514**
	Sig. (2-tailed)	0.399	0.892	0.069	0.039	0.244	0.004	0.630		0.000	0.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
TotalY	Pearson Correlation	.527* *	.605**	.730* *	.691* *	.719* *	.321* *	.475* *	.514**	1	1.000**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.012	0.000	0.000		0.000
		60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
RATAY	Pearson	.527* *	.605**	.730* *	.691* *	.719* *	.321* *	.475* *	.514**	1.000*	1

	Correlation	*		*	*	*		*	**	*	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.012	0.000	0.000	0.000	
	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

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

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

b. Uji Reliabilitas

1) X1

Case Processing Summary

Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,601	8

2) X2

Case Processing Summary

Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,619	8

3) Y

Case Processing Summary

Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0,619	8

2. Analisis regresi berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
					B	Std. Error
1 (Constant)	2.068	0.627	3.297	0.002		
Kualitas Produk	0.239	0.115	2.068	0.043	0.959	1.043
Kualitas Layanan	0.262	0.114	2.311	0.024	0.959	1.043

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

N	60	
Normal Parameters ^a , b	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0.26177358
Most Extreme Differences	Absolute	0.095
	Positive	0.095
	Negative	-0.050
Test Statistic	0.095	

Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}
------------------------	---------------------

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance

4. Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.068	0.627			
	Kualitas Produk	0.239	0.115	0.254	0.959	1.043
	Kualitas Layanan	0.262	0.114	0.284	0.959	1.043

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

5. Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin - Watson
1	.418 ^a	0.174	0.145	0.26633	1.887

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

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

6. Uji T

Coefficients^a

	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.068	0.627		3.297	0.002
	Kualitas Produk	0.239	0.115	0.254	2.068	0.043
	Kualitas Layanan	0.262	0.114	0.284	2.311	0.024

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

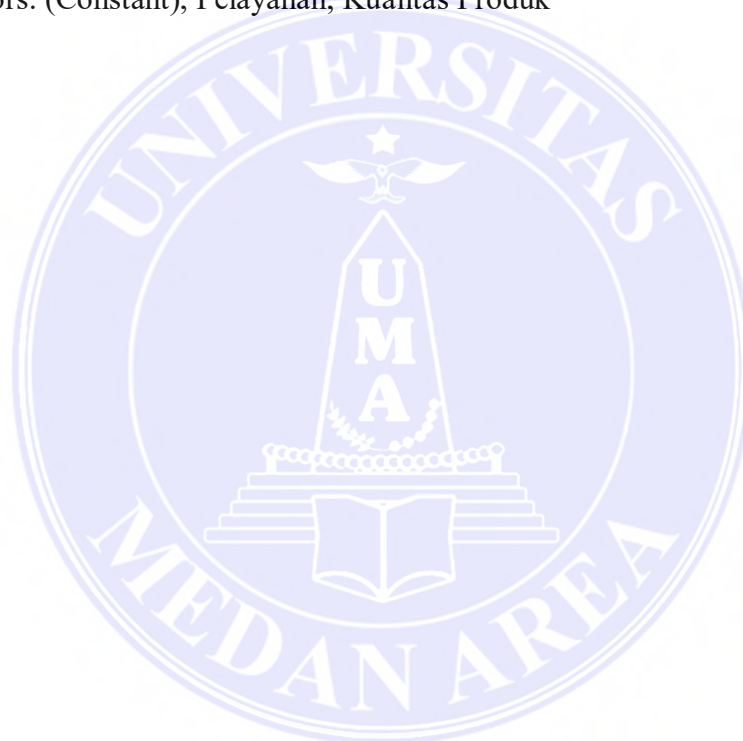
7. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	0.854	2	0.427	6.019	.004 ^b
	Residual	4.043	57	0.071		
	Total	4.897	59			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

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



Lampiran 6 : Tabel r

df=(N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2761	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176

58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110

df=(N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4108
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Lampiran 7 : Tabel t

Pr	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
Df							
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69961	1.37218	1.81246	2.22614	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89623	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68895	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68835	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421

60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22920


Pr	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
Df	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.28432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67798	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99348	2.37926	2.64585	3.21733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.68571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67786	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67728	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98828	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17480
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374

Lampiran 8 : Tabel F

$\alpha=0,05$	$df_1=k-1$							
$df_2=(n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161.448	199.500	215.707	224.583	230.162	233.986	236.768	238.883
2	18.513	19.000	19.164	19.247	19.296	19.330	19.353	19.371
3	10.128	9.552	9.277	9.117	9.013	8.941	8.887	8.845
4	7.709	6.994	6.591	6.388	6.256	6.163	6.094	6.041
5	6.608	5.786	5.409	5.192	5.050	4.950	4.876	4.818
6	5.987	5.143	4.757	4.534	4.387	4.284	4.207	4.147
7	5.591	4.737	4.347	4.120	3.972	3.866	3.787	3.726
8	5.318	4.459	4.066	3.838	3.687	3.581	3.500	3.438
9	5.117	4.256	3.863	3.633	3.482	3.374	3.293	3.230
10	4.965	4.103	3.708	3.478	3.326	3.217	3.135	3.072
11	4.844	3.982	3.587	3.357	3.204	3.095	3.012	2.948
12	4.747	3.885	3.490	3.259	3.106	2.996	2.913	2.849
13	4.667	3.806	3.411	3.179	3.025	2.915	2.832	2.767
14	4.600	3.739	3.344	3.112	2.958	2.848	2.764	2.699
15	4.543	3.682	3.287	3.056	2.901	2.790	2.707	2.641
16	4.494	3.634	3.239	3.007	2.852	2.741	2.657	2.591
17	4.451	3.592	3.197	2.965	2.810	2.699	2.614	2.548
18	4.414	3.555	3.160	2.928	2.773	2.661	2.577	2.510
19	4.381	3.522	3.127	2.895	2.740	2.628	2.544	2.477
20	4.351	3.493	3.098	2.866	2.711	2.599	2.514	2.447
21	4.325	3.467	3.072	2.840	2.685	2.573	2.488	2.420
22	4.301	3.443	3.049	2.817	2.661	2.549	2.464	2.397
23	4.279	3.422	3.028	2.796	2.640	2.528	2.442	2.375
24	4.260	3.403	3.009	2.776	2.621	2.508	2.423	2.355
25	4.242	3.385	2.991	2.759	2.603	2.490	2.405	2.337
26	4.225	3.369	2.975	2.743	2.587	2.474	2.388	2.321
27	4.210	3.354	2.960	2.728	2.572	2.459	2.373	2.305
28	4.196	3.340	2.947	2.714	2.558	2.445	2.359	2.291
29	4.183	3.328	2.934	2.701	2.545	2.432	2.346	2.278
30	4.171	3.316	2.922	2.690	2.534	2.421	2.334	2.266
31	4.160	3.305	2.911	2.679	2.523	2.409	2.323	2.255
32	4.149	3.295	2.901	2.668	2.512	2.399	2.313	2.244
33	4.139	3.285	2.892	2.659	2.503	2.389	2.303	2.235
34	4.130	3.276	2.883	2.650	2.494	2.380	2.294	2.225
35	4.121	3.267	2.874	2.641	2.485	2.372	2.285	2.217
36	4.113	3.259	2.866	2.634	2.477	2.364	2.277	2.209
37	4.105	3.252	2.859	2.626	2.470	2.356	2.270	2.201
38	4.098	3.245	2.852	2.619	2.463	2.349	2.262	2.194
39	4.091	3.238	2.845	2.612	2.456	2.342	2.255	2.187
40	4.085	3.230	2.839	2.606	2.449	2.336	2.249	2.180
41	4.079	3.226	2.833	2.600	2.443	2.330	2.243	2.174
42	4.073	3.220	2.827	2.594	2.438	2.324	2.237	2.168
43	4.067	3.214	2.822	2.589	2.432	2.318	2.232	2.163
44	4.062	3.209	2.816	2.584	2.427	2.313	2.226	2.157
45	4.057	3.204	2.812	2.579	2.422	2.308	2.221	2.152
46	4.052	3.200	2.807	2.574	2.417	2.304	2.216	2.147
47	4.047	3.195	2.802	2.570	2.413	2.299	2.212	2.143
48	4.043	3.191	2.798	2.565	2.409	2.295	2.207	2.138
49	4.038	3.187	2.794	2.561	2.404	2.290	2.203	2.134
50	4.034	3.183	2.790	2.557	2.400	2.286	2.199	2.130
51	4.030	3.179	2.786	2.553	2.397	2.283	2.195	2.126
52	4.027	3.175	2.783	2.550	2.393	2.279	2.192	2.122
53	4.023	3.172	2.779	2.546	2.389	2.275	2.188	2.119
54	4.020	3.168	2.776	2.543	2.386	2.272	2.185	2.115
55	4.016	3.165	2.773	2.540	2.383	2.269	2.181	2.112
56	4.013	3.162	2.769	2.537	2.380	2.266	2.178	2.109
57	4.010	3.159	2.766	2.534	2.377	2.263	2.175	2.106
58	4.007	3.156	2.764	2.531	2.374	2.260	2.172	2.103

59	4.004	3.153	2.761	2.528	2.371	2.257	2.169	2.100
60	4.001	3.150	2.758	2.525	2.368	2.254	2.167	2.097
61	3.998	3.148	2.755	2.523	2.366	2.251	2.164	2.094

$\alpha=0,05$	$df_1=k-1$							
$df_2=(n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
62	3.996	3.145	2.753	2.520	2.363	2.249	2.161	2.092
63	3.993	3.143	2.751	2.518	2.361	2.246	2.159	2.089
64	3.991	3.140	2.748	2.515	2.358	2.244	2.156	2.087
65	3.989	3.138	2.746	2.513	2.356	2.242	2.154	2.084
66	3.986	3.136	2.744	2.511	2.354	2.239	2.152	2.082
67	3.984	3.134	2.742	2.509	2.352	2.237	2.150	2.080
68	3.982	3.132	2.740	2.507	2.350	2.235	2.148	2.078
69	3.980	3.130	2.737	2.505	2.348	2.233	2.145	2.076
70	3.978	3.128	2.736	2.503	2.346	2.231	2.143	2.074
71	3.976	3.126	2.734	2.501	2.344	2.229	2.142	2.072
72	3.974	3.124	2.732	2.499	2.342	2.227	2.140	2.070
73	3.972	3.122	2.730	2.497	2.340	2.226	2.138	2.068
74	3.970	3.120	2.728	2.495	2.338	2.224	2.136	2.066
75	3.968	3.119	2.727	2.494	2.337	2.222	2.134	2.064
76	3.967	3.117	2.725	2.492	2.335	2.220	2.133	2.063
77	3.965	3.115	2.723	2.490	2.333	2.219	2.131	2.061
78	3.963	3.114	2.722	2.489	2.332	2.217	2.129	2.059
79	3.962	3.112	2.720	2.487	2.330	2.216	2.128	2.058
80	3.960	3.111	2.719	2.486	2.329	2.214	2.126	2.056
81	3.959	3.109	2.717	2.484	2.327	2.213	2.125	2.055
82	3.957	3.108	2.716	2.483	2.326	2.211	2.123	2.053
83	3.956	3.107	2.715	2.482	2.324	2.210	2.122	2.052
84	3.955	3.105	2.713	2.480	2.323	2.209	2.121	2.051
85	3.953	3.104	2.712	2.479	2.322	2.207	2.119	2.049
86	3.952	3.103	2.711	2.478	2.321	2.206	2.118	2.148
87	3.951	3.101	2.709	2.476	2.319	2.205	2.117	2.047
88	3.949	3.100	2.708	2.475	2.318	2.203	2.115	2.045
89	3.948	3.099	2.707	2.474	2.317	2.202	2.114	2.044
90	3.947	3.098	2.706	2.473	2.316	2.201	2.113	2.043
91	3.946	3.097	2.705	2.472	2.315	2.200	2.112	2.042
92	3.945	3.095	2.704	2.471	2.313	2.199	2.111	2.041
93	3.943	3.094	2.703	2.470	2.312	2.198	2.110	2.040
94	3.942	3.093	2.701	2.469	2.311	2.197	2.109	2.038
95	3.941	3.092	2.700	2.467	2.310	2.196	2.108	2.037
96	3.940	3.091	2.699	2.466	2.309	2.195	2.106	2.036
97	3.939	3.090	2.698	2.465	2.308	2.194	2.105	2.035
98	3.938	3.089	2.697	2.465	2.307	2.193	2.104	2.034
99	3.937	3.088	2.696	2.464	2.306	2.192	2.103	2.033
100	3.936	3.087	2.696	2.463	2.305	2.191	2.103	2.032



UNIVERSITAS MEDAN AREA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 79B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas :ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 928 / FEB /01.1/ X / 2023 18 Oktober 2023
Lamp : -
Perihal : Izin Research / Survey

Kepada Yth,
PDAM Tirta Nciho Sidikalang

Dengan hormat,
Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara saudari , Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :


Nama : Samuel MM Situngkir
NPM : 198320408
Program Studi : Manajemen
Judul : **Pengaruh Kualitas Produk Dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kecamatan Sumbul Desa Tanjung Beringin (Studi Kasus : PDAM Tirta Nciho Sidikalang)**

Untuk diberi izin mengambil data pada perusahaan yang sedang Bapak / Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritahukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.


Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bidang,
Inovasi, Kemahasiswaan Dan Alumni



Rana Fathinah Ananda, SE, M. Si

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertiinggal



PEMERINTAH KABUPATEN DAIRI
PERUSAHAAN UMUM DAERAH AIR MINUM LAE NCIHO
CABANG SUMBUL
 Jl. Pelita Atas Kelurahan Pegagan Julu I
 Kecamatan Sumbul



Sumbul, 20 Desember 2023

No. : 045/PERUMDA-AM/SBL/XII/2023
 Lamp. : ---
 Hal : Keterangan Selesai Penelitian

Kepada Yth :

Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian dan Pengabdian Masyarakat
Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area
 Di,-
 Tempat

Dengan Hormat.

Yang bertandatangan di bawah ini yaitu :

Nama : JONEDI SITUNGKIR
 NIPP : 197912164
 Jabatan : Kepala Cabang Sumbul
 Alamat : Jln. Pelita Atas Kelurahan Pegagan Julu I Kecamatan Sumbul Kabupaten Dairi

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : SAMUEL MM SITUNGKIR
 NPM : 198320408

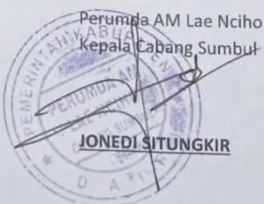
Telah selesai melaksanakan penelitian di Perumda Air Minum Lae Nciho Kabupaten Dairi wilayah pelayanan Cabang Sumbul tepatnya wilayah idpel kode 18 Desa Tanjung Beringin Kecamatan Sumbul Kabupaten Dairi.

Dengan judul : Pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Kecamatan Sumbul Desa Tanjung Beringin.

Studi Kasus : Perumda AM Lae Nciho Sidikalang

Demikian surat keterangan penelitian ini dibuat dengan sebenarnya dan agar dapat dipergunakan seperlunya.

Hormat kami
 Perumda AM Lae Nciho
 Kepala Cabang Sumbul



JONEDI SITUNGKIR