



**ANALISIS FAKTOR–FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN PELANGGAN PDAM TIRTANADI
CABANG TAPANULI SELATAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Ekonomi Syariah*

Oleh

**RISKI MULIADI NASUTION
NIM. 12 230 0157**

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARI'AH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
2019**



**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN PELANGGAN PDAM TIRTANADI
CABANG TAPANULI SELATAN**

SKIRIPSI

*Diajukan Untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
dalam Bidang Manajemen Bisnis*

Oleh

RISKI MULIADI NASUTION
NIM. 12 230 0157

Pembimbing I

Dr. Darwis Harahap., S.HI., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

Pembimbing II

Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd
NIP. 19830317 201801 2 001

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN)
PADANGSIDIMPUAN
TAHUN 2019**

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, bahwa saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RISKI MULIADI NASUTION
NIM : 12 230 0157
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan

Dengan ini menyatakan bahwa saya menyusun skripsi ini sendiri tanpa meminta bantuan yang tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing, dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tentang Kode Etik Mahasiswa IAIN Padangsidempuan, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 19 Juni 2019
Pembuat Pernyataan,



RISKI MULIADI NASUTION
NIM. 12 230 0157

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan, Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riski Muliadi Nasution
Nim : 12 230 0157
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul, **"Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan"**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir. Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidempuan
Pada tanggal 10 Juni 2019
Yang menyatakan,



RISKI MULIADI NASUTION
NIM. 12 230 0157



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. H. Tongku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sibitang, Padangsidempuan 22733
Tel (0634) 22080 Fax (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **Riski Muliadi Nasution**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidempuan, 19 Juni 2019
Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Islam IAIN Padangsidempuan
di-
Padangsidempuan

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran untuk perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **Riski Muliadi Nasution** yang berjudul: **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan**. Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini telah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang Ekonomi Syariah Konsentrasi Manajemen Bisnis pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Untuk itu, dalam waktu yang tidak berapa lama kami harapkan saudara tersebut dapat dipanggil untuk mempertanggung jawabkan skripsinya dalam sidang munaqasyah.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Dr. Darwis Harahap., S.HI., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

PEMBIMBING II

Hamni Fadhlah Nasution, M.Pd
NIP. 19830317 201801 2 001



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
J. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sibitang,
Padangsidempuan 22733
Telp.(0634) 22080 Fax. (0634) 24022

DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Nama : RISKI MULIADI NASUTION
NIM : 12 230 0157
Fakultas/Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syari'ah-4
Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN PELANGGAN PDAM TIRTANADI CABANG
TAPANULI SELATAN

Ketua

Dr. Arbanur Rasyid, MA
NIP. 19730725 199903 1 002

Sekretaris

Delima Sari Lubis, MA
NIP. 19840512 201403 2 002

Anggota

Dr. Arbanur Rasyid, MA
NIP. 19730725 199903 1 002

Delima Sari Lubis, MA
NIP. 19840512 201403 2 002

Windari, SE., MA
NIP. 19830510 201503 2 003

Azwar Hamid, MA
NIP. 19860311 201503 1 005

Pelaksana Sidang Munaqasyah

Di : Padangsidempuan
Hari/Tanggal : Kamis/27 juni 2019
Pukul : 9.30 WIB s/d 12.30 WIB
Hasil/Nilai : LULUS / 70,87 (B)
IPK : 3,43
Predikat : Amat Baik



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4, Sititang, Padangsidempuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

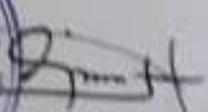
PENGESAHAN

Judul Skripsi : ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KEPUASAN PELANGGAN PDAM TIRTANADI CABANG
TAPANULI SELATAN
Nama : RISKI MULIADI NASUTION
NIM : 12 230 0157

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ekonomi Syariah

Padangsidempuan, Agustus 2019




Dr. Darwis Harahap, S.H., M.Si
NIP. 19780818 200901 1 015

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Puji syukur peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya, yang senantiasa mencurahkan kelapangan hati dan kejernihan pikiran sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Shalawat serta salam peneliti panjatkan kepada Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa ajaran Islam demi keselamatan dan kebahagiaan umat manusia di dunia dan akhirat kelak.

Untuk menyelesaikan perkuliahan di Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Padangsidempuan, maka menyusun skripsi merupakan salah satu tugas akhir yang harus diselesaikan untuk mendapat gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada bidang Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Skripsi ini berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMENGARUHI KEPUASAN PELANGGAN PDAM TIRTANADI CABANG TAPANULI SELATAN”**

Dalam menyusun skripsi ini peneliti banyak mengalami hambatan dan rintangan. Namun berkat bantuan dan bimbingan dari dosen pembimbing, keluarga dan rekan seperjuangan, baik yang bersifat material maupun in material, akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh sebab itu peneliti mengucapkan banyak terimakasih utamanya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL selaku Rektor IAIN Padangsidempuan, Bapak Dr. H. Muhammad Darwis Dasopang, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Dr. Anhar, M.A selaku Wakil Rektor Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan. Serta Bapak Dr. H. Sumper Mulia Harahap, M.Ag selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

2. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan, Bapak Dr. Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Sisebagai Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak Drs. Kamaluddin, M. Ag sebagai Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, serta Bapak Dr. Ikhwanuddin Harahap, M.Ag Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
3. Ibu Delima Sari Lubis, M.A. sebagai Ketua Prodi Ekonomi Syariah dan Ibu Rini Hayati, S.P.M.P selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah, serta seluruh civitas akademika IAIN Padangsidimpuan yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan dan bimbingan dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
4. Bapak Dr. Darwis Harahap, S.HI, M.Si sebagai dosen pembimbing I, saya ucapkan banyak terimakasih yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk memberikan bantuan, semangat, bimbingan dan pengarahan dalam penelitian skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah bapak berikan.
5. Ibu Hamni Fadlilah Nasution, M.Pd sebagai dosen pembimbing II, saya ucapkan banyak terimakasih, yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan, dan petunjuk yang sangat berharga bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT membalas setiap kebaikan yang telah ibu berikan.
6. Bapak Yusri Fahmi, M.A selaku kepala perpustakaan serta pegawai perpustakaan IAIN Padangsidimpuan yang telah memberikan kesempatan dan

fasilitas bagi peneliti untuk memperoleh buku-buku dalam menyelesaikan skripsi ini.

7. Bapak/Ibu Dosen IAIN Padangsidempuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, arahan dan masukan yang sangat bermanfaat bagi peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidempuan.
8. Teristimewa kepada keluarga tercinta (Ayahanda Muhammad Abdul Sattar Nasution dan Ibunda tercinta Nurmalia) yang telah membimbing dan selalu berdoa yang tiada henti-hentinya, serta berjuang demi anak-anaknya hingga bisa menjadi apa yang di harapkan. Terimakasih doa yang paling berjasa dalam hidup peneliti yang telah banyak berkorban serta memberikan dukungan moral dan material demi kesuksesan Peneliti. Do'a dan usahanya yang tidak mengenal lelah memberikan dukungan dan harapan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah senantiasa membalas perjuangan mereka dengan surga firdaus-Nya.
9. Serta teman-teman seperjuangan di Ekonomi Syariah-4 (Manajemen Bisnis) angkatan 2012 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Terutama untuk teman-teman saya, 5 CM (Amiruddin Panggabean, Andi Ramadan Harahap, Candra Parlindungan Harahap, Ilham Syaputra dan Rudi Hartono Nasution) dan tak lupa juga buat teman saya Putri Tara Nasution, Dili Veronika, Alina Putri Rangkuti dan Rudiansyah Siregar yang telah memberikan dukungan serta bantuan, semangat dan doa kepada peneliti agar tidak putus asa dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik. Dan terima kasih juga untuk persahabatan dan diskusinya selama ini serta

pihak-pihak yang tidak dapat saya tulis satu persatu yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.

Akhir kata, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini disebabkan oleh keterbatasan pengetahuan dan ilmu yang dimiliki peneliti serta kemampuan peneliti yang jauh dari cukup. Untuk itu, peneliti dengan segala kerendahan hati kritik dan saran yang sifatnya membangun demi kesempurnaan penulisan skripsi ini. Semoga Allah SWT memberi dan melindungi kita semua, dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Amin.

Padangsidempuan, Juli 2019

Peneliti,

RISKI MULIADI NASUTION
NIM: 12 123 0157

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

A. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	be
ت	Ta	T	te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ħa	ħ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	žal	ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	šad	š	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘.	Komaterbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	..’..	apostrof

ي	Ya	Y	Ye
---	----	---	----

B. Vokal

Vokal Bahasa Arab seperti vokal Bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

1. Vokal tunggal adalah vokal tunggal Bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
—	fathāh	A	a
—	Kasrah	I	i
— و	ḍommah	U	U

2. Vokal Rangkap adalah vokal rangkap Bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathāh dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathāh dan wau	Au	a dan u

3. *Maddah* adalah vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....	fathāh dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
.....و	ḍommah dan wau	ū	u dan garis di atas

C. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua, yaitu:

1. *Ta marbutah* hidup yaitu *ta marbutah* yang hidup atau mendapat harkat *fathah, kasrah, dan dummah*, transliterasinya adalah /t/.
2. *Ta marbutah* mati yaitu *ta marbutah* yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya *ta marbutah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka *ta marbutah* itu ditransliterasikan dengan ha (h).

D. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam system tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda *syaddah* atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda *syaddah* tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberitanda *syaddah* itu.

E. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu: ﺍﻝ . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah*.

1. Kata sandang yang diikuti huruf *syamsiah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *syamsiah* ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.

2. Kata sandang yang diikuti huruf *qamariah* adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf *qamariah* ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

F. Hamzah

Dinyatakan didepan daftar transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

G. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, maupun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

H. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf capital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf capital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf capital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal capital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf capital tidak dipergunakan.

I. *Tajwid*

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu *tajwid*. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman *tajwid*.

Sumber: Tim Puslitbang Lektor Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektor Pendidikan Agama.

ABSTRAK

Nama : Riski Muliadi Nasution

NIM : 12 230 0157

Judul Skripsi : Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan

PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan telah mengupayakan memberikan kepuasan dan pelayanan untuk memenuhi kebutuhan akan air bersih, namun dalam perjalanannya sering mendapatkan keluhan dari masyarakat atau pelanggan. Keluhan masyarakat tentang semakin sulitnya untuk mendapatkan air bersih dan air macet tampaknya masih menjadi kendala yang sepenuhnya belum dapat diatasi oleh pemerintah daerah dalam hal ini. Di satu pihak permintaan masyarakat akan air bersih semakin meningkat, namun kepuasan yang diberikan belum sebanding dengan pemenuhan permintaan masyarakat tersebut. Di pihak lain kepuasan kepada pelanggan yang sudah terpasang belum optimal.

Penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan tidak puas menjadi pelanggan yang puas. Proses penanganan keluhan yang efektif mulai diidentifikasi disertai dengan penentuan sumber yang menyebabkan pelanggan tidak puas dan mengeluh.

Penelitian ini dilakukan di PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan dengan tujuan mengetahui seberapa tinggi tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas produk, *responsiveness* dan harga PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan data primer dan sampel menggunakan rumus slovin menjadi sebanyak 77 responden. Adapun uji analisis yang digunakan antara lain adalah uji validitas dan reliabilitas, analisis deskriptif, uji asumsi dasar, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear berganda dan uji hipotesis. Proses pengolahan data menggunakan *SPSS versi 21*.

Hasil dari penelitian secara parsial (uji t) untuk variabel kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dibuktikan dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $2,990 > 1,993$ maka H_a diterima, untuk variabel *responsiveness* tidak ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dibuktikan dari nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ yaitu $0,824 < 1,993$ maka H_0 ditolak, untuk variabel harga memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dibuktikan dari nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu $3,874 > 1,993$ maka H_a diterima. Sedangkan secara simultan variabel kualitas produk, *responsiveness* dan harga secara bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($3,413 > 2,730$).

Kata Kunci : Kualitas Produk, *Responsiveness*, Harga dan Kepuasan Pelanggan.

DAFTAR ISI

Halaman Judul/Sampul	
Halaman Pengesahan Pembimbing	
Surat Pernyataan Pembimbing	
Surat Pernyataan Menyusun Skripsi Sendiri	
Berita Acara Ujian Munaqosyah	
Pengesahan Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN	vi
DAFTAR ISI	xi
BAB I : Pendahuluan	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Defenisi Operasional Variabel.....	9
E. Rumusan Masalah	11
F. Tujuan Penelitian	11
G. Manfaat Penelitian	11
H. Sistematika Pembahasan	12
BAB II : Landasan Teori	14
A. Kerangka Teori	14
1. Kepuasan Pelanggan	14
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan	14
b. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.....	18
c. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	20
2. Kualitas Produk	22
a. Pengertian Kualitas Produk.....	22
b. Indikator Kualitas Produk	25
3. Responsiveness	27
a. Pengertian Responsiveness.....	27
b. Indikator Responsiveness	29
c. Responsiveness Dalam Perspektif Islam	30
4. Harga	31
a. Pengertian Harga.....	31
b. Tujuan Penentuan Harga.....	33
c. Indikator Harga	34
5. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan	36
6. Hubungan Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan	37

7. Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	38
B. Penelitian Terdahulu.....	39
C. Kerangka Pikir	44
D. Hipotesis	45
BAB III : Metodologi Penelitian	47
A. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	47
B. Jenis Penelitian	47
C. Populasi dan Sampel.....	47
D. Instrumen Pengumpulan Data.....	49
E. Sumber Data	52
A. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	52
a. Uji Validitas	52
b. Uji Reliabilitas	53
F. Teknik Analisis Data	54
1. Statistik Deskriptif.....	54
2. Asumsi Dasar	55
a. Uji Normalitas.....	55
b. Uji Linearitas.....	55
3. Asumsi Klasik.....	56
a. Uji Multikolinearitas	56
b. Uji Heterokedasitas	56
c. Uji Autokorelasi.....	57
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	58
5. Uji Hipotesis	59
a. Uji Parsial (Uji t).....	59
b. Uji Simultan (Uji F)	60
c. Koefisien Determinasi (R^2).....	60
BAB IV : Hasil Penelitian.....	62
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian	62
1. Sejarah Singkat Berdirinya PDAM Tirtanadi	62
2. Visi dan Misi PDAM Tirtanadi.....	63
3. Struktur Organisasi PDAM Tirtanadi	64
4. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab.....	67
B. Hasil Estimasi.....	72
1. Uji Validitas dan Realibilitas	72
D. Teknik Analisis Data	78
1. Statistik Deskriptif.....	78
2. Uji Asumsi Dasar	79
a. Uji Normalitas.....	79
b. Uji Linearitas.....	80

3. Uji Asumsi Klasik	81
a. Uji Multikolinearitas	81
b. Uji Heterokedastitas	82
c. Uji Autokorelasi	83
4. Analisis Regresi Linear Berganda.....	85
5. Uji Hipotesis	86
a. Uji Parsial (Uji t)	86
b. Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)	88
c. Uji Koefisien Regresi Determinasi (R^2)	89
E. Pembahasan Hasil Penelitian	90
F. Keterbatasan Penelitian	92
BAB V : Penutup	93
A. Kesimpulan	93
B. Saran	94
Daftar Pustaka	
Daftar Riwayat Hidup	
Daftar Lampiran	

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirtanadi adalah perusahaan yang berstatus Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang bergerak dibidang pelayanan, yang bertujuan untuk memberikan kebutuhan yang profesional, efektif dan efisien sebagai pemberi layanan bagi masyarakat. PDAM Tirtanadi mempunyai tugas dan tanggung jawab, diantaranya: meningkatkan jangkauan pelayanan air bersih, meningkatkan persediaan air, menjaga sumber daya air dari kerusakan lingkungan, mengingat keberadaannya yang sangat minim, serta mengembangkan produk air bersih seperti air minum dalam kemasan, dan lain-lainnya.

Dalam upaya memberikan pelayanan bagi pelanggan, PDAM Tirtanadi dituntut untuk memberikan pelayanan yang memuaskan bagi masyarakat sebagai pelanggan. Perusahaan selalu dituntut untuk memberikan perhatian penuh pada pelanggan, karena pelanggan adalah orang terpenting yang menjadi sumber pendapatan perusahaan. Perusahaan sangat bergantung pada pelanggan untuk kelangsungan perusahaan. Pelanggan merupakan orang-orang yang kegiatannya membeli dan menggunakan suatu produk baik barang atau jasa secara terus-menerus. Pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan umumnya adalah masyarakat Kota Padangsidimpuan. Pelanggan ingin berhubungan dengan perusahaan yang mengerti akan penerapan cara pemenuhan kebutuhan serta harapan mereka secara memuaskan.

Terdapat keluhan yang disampaikan oleh pelanggan terhadap kinerja yang diberikan oleh PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan, diantaranya adalah berkaitan dengan air yang didistribusikan kepada pelanggan. Misalnya, mengenai Debit Air atau jumlah air yang dipindahkan dalam suatu satuan waktu pada titik tertentu di sungai atau saluran air. Berikut data keluhan pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan:

Tabel 1.1
Rekapitulasi Laporan Keluhan Pelanggan

No	Jenis Pengaduan	Januari	Februari	Maret	April	Mei	Juni	Jumlah
1	Air tidak mengalir	16	13	19	15	14	19	96
2	Kebocoran pipa persil	4	6	7	6	5	7	35
3	Kebocoran pipa dinas	5	4	6	5	6	2	28
4	Kebocoran pipa tertier/distribusi	2	4	3	3	5	4	21
5	Peningkatan pemakaian air pelanggan	9	9	8	10	13	14	63
6	Kerusakan water meter pelanggan	7	8	6	7	8	9	45
7	Lain-lain	7	7	8	6	7	7	42
								330

Sumber: PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan, 2018

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pelanggan lebih banyak memberikan laporan air tidak mengalir selama beberapa hari kepada perusahaan. Kondisi air tidak mengalir ini sudah hampir berulang kali menjadi keluhan pelanggan PDAM Tirtanadi.

Keluhan akan hal ini seringkali berkaitan dengan air yang macet atau aliran air yang didistribusikan kepada pelanggan mempunyai debit yang kecil, kebocoran air, baik yang terjadi pada pipa yang akan masuk kerumah pelanggan, ataupun pada pipa distribusi yang berada di jalan-jalan besar. Semuanya berdampak sangat merugikan pelanggan. Kualitas air yang tidak

sesuai dengan standart yang telah ditentukan. Kekerusuhan air adalah keluhan yang paling sering dilontarkan oleh pelanggan. Ketidaksesuaian angka meter air dengan jumlah pembayaran yang dibebankan kepada pelanggan, atau terjadinya salah perhitungan dengan jumlah yang seharusnya dibayarkan oleh pelanggan. Adanya kerusakan pada pipa jaringan distribusi, misalnya pipa rusak, pipa berlumut. Berkaitan dengan pelayanan non air yang diberikan oleh PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan, misalnya penanganan keluhan pelanggan terkesan lambat, pemasangan jaringan baru atau Sambungan Rumah (SR) mengalami prosedur yang berbelit-belit dan relatif lama.

Kenyataannya, pelayanan yang diberikan PDAM Tirtanadi dinilai masih belum memenuhi tuntutan dan harapan masyarakat. Berbagai keluhan baik yang disampaikan melalui media massa salah satunya berita dari media sosial maupun yang disampaikan kepada institusi pengawasan yang ada merupakan bukti akan hal tersebut.¹Maka tidaklah heran apabila masalah pelayanan mendapat perhatian besar dan berulang kali dibicarakan oleh masyarakat maupun manajemen itu sendiri, baik secara khusus atau dalam kaitannya dengan pokok usaha kegiatan organisasi.

Data jumlah pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan, sebagai berikut:

Tabel. 1.2
Jumlah Pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan

Tahun	Jumlah pelanggan
-------	------------------

¹ Agustina Putri Anandar (Jurnal Administrasi Negara, Volume 3, Nomor 4, Tahun 2015)

2015	742 Pelanggan
2016	845 Pelanggan
2017	837 Pelanggan
2018	996 Pelanggan

Sumber: PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan, 2018

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui jumlah pelanggan setiap tahunnya dari tahun 2015-2016 mengalami peningkatan, sedangkan dari tahun 2016-2017 mengalami penurunan. Hal ini disebabkan oleh beberapa hal sebagai mana wawancara yang dilakukan peneliti bersama salah seorang pelanggan yang berhenti di PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan.

Menurut Bapak Hilman tentang pelayanan yang diberikan PDAM Tirtanadi:

Merasa kurang puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan seperti: kecepatan penanganan yang kurang efektif sehingga membutuhkan waktu lebih dari yang diharapkan oleh pelanggan, kualitas air yang tidak memenuhi standar, debit aliran air yang belum mencukupi, Ketidaksesuaian harga dengan debit air yang didapatkan.²

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan peneliti di atas menunjukkan banyak keluhan-keluhan mengenai kualitas produk dan pelayanan yang diberikan PDAM Tirtanadi. Banyak pelanggan yang merasa kurang puas atas kualitas produk, harga dan pelayanan dari perusahaan.

Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.³ Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan yang diharapkan. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tingkat kepuasan yang umum. Kalau kinerja yang diharapkan tidak

² Wawancara bersama Bapak Hilman, pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan pada hari Selasa, tanggal 12 April 2018, jam 10.30 WIB,

³ Philip Kotler dan A.B Susanto, *Manajemen Pemasaran Indonesia* (Jakarta: Salemba Empat, 1999), hlm. 52.

sesuai pelanggan kecewa. Kalau kinerja sesuai harapan, pelanggan puas, kalau kinerja melebihi harapan, pelanggan sangat puas, senang atau gembira.

Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk dilandasi oleh faktor-faktor tertentu. Maka dalam penelitian ini, faktor-faktor tersebut akan menjadi variabel penelitian. Terdapat berbagai faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan diantaranya adalah kualitas produk, *responsiveness* dan harga. Dengan produk yang berkualitas, *responsiveness* (daya tanggap) yang baik dan harga yang sesuai dengan manfaat, tentunya PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan semakin disukai pelanggan.

Keputusan pelanggan berkaitan dengan kepuasan terhadap penilaian produk barang dan jasa. Kepuasan pelanggan tersebut terletak pada kemampuan pemasok dalam memahami kebutuhan, keinginan dan harapan pelanggan sehingga penyampaian produk, baik barang maupun jasa oleh pemasok sesuai dengan harapan pelanggan.

Pelayanan yang memuaskan terdiri dari tiga komponen dan semuanya mencerminkan citra perusahaan, ketiga komponen tersebut adalah kualitas produk dan layanan yang dihasilkan, cara perusahaan memberikan pelayanan pada pelanggan, dan hubungan antar pribadi yang terbentuk melalui pelayanan yang diberikan perusahaan.

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Oleh karenanya, apakah pelayanan dalam bidang lain seperti pelayanan dalam pembayaran loket, pengaduan gangguan,

pemasangan baru atau pembacaan meteran yang dilakukan PDAM Tirtanadi dapat terlaksana dengan baik. Walaupun itu termasuk hal kecil, tetapi sangat berpengaruh bagi pihak yang bersangkutan untuk menentukan pelayanan yang akan di berikan dapat benar-benar memuaskan pelanggan atau tidak.

Tanggapan (*responsiveness*) pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dapat menyelesaikan permasalahan yang dihadapi pelanggan dengan cepat. Penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan tidak puas menjadi pelanggan yang puas.

Kecepatan penanganan yang diberikan merupakan sikap tanggap dari petugas dalam pemberian pelayanan yang dibutuhkan. Sikap tanggap ini merupakan suatu akibat akal dan pikiran yang ditunjukkan pada pelanggan. Kekurangan air adalah keluhan yang paling sering dilontarkan oleh pelanggan dan terjadinya salah perhitungan dengan jumlah yang seharusnya dibayarkan oleh pelanggan.

Sehingga faktor yang menjadi penyebab masih tingginya ketidakpuasan para pelanggan tersebut, diantaranya adalah pelayanan yang diberikan belum sepenuhnya dilaksanakan dengan baik. Tingginya harga atau tariff yang dikenakan tidak seimbang dengan banyaknya debit air yang diperoleh para masyarakat. Kualitas atau mutu dari air cenderung kotor sehingga kurang layak untuk diminum.

Harga sebuah produk merupakan faktor penentu utama permintaan pasar, harga mempunyai posisi persaingan dan merupakan bagian dari

perusahaan. Dengan demikian harga berperan penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

Jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan tidak sesuai dengan manfaat produk maka hal itu dapat menurunkan tingkat kepuasan pelanggan, dan sebaliknya jika harga yang ditetapkan oleh sebuah perusahaan sesuai dengan manfaat yang diterima maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dengan semakin meningkatnya jumlah pelanggan pada PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan tentunya perusahaan juga harus meningkatkan kualitas produk dan pelayanannya agar para pelanggan merasa puas dengan apa yang telah mereka peroleh sesuai dengan apa yang mereka harapkan. Tingkat kualitas produk dan pelayanan tidak dapat dipandang dari sudut pandang perusahaan tetapi harus dipandang dari sudut pandang pelanggan. Karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, pelayanan perusahaan harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan kualitas produk dan pelayanan. Dengan demikian harga yang ditetapkan perusahaan tidak akan membuat pelanggan merasa kecewa karena produk dan pelayanan yang diberikan perusahaan tersebut memberikan kepuasan pada pelanggan.

Persaingan yang semakin menantang di era modern ini, membuat perusahaan berlomba-lomba agar para pelanggan tetap puas dan bertahan. Perusahaan mengarahkan para pegawainya dalam menciptakan pelayanan yang bermutu demi meningkatkan kepuasan pelanggan, dan pada

saat yang sama tetap dapat memanfaatkan sumber daya yang ada secara efisien dan bijaksana.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Adapun judul penelitian ini adalah “**Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan**”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti dapat menguraikan identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Pelanggan kurang puas terhadap pelayanan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan.
2. Banyaknya keluhan-keluhan yang dirasakan pelanggan terhadap produk dan layanan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan.
3. Kecepatan penanganan yang kurang efektif dari PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan sehingga membutuhkan waktu lebih dari yang diharapkan oleh pelanggan (*Responsiveness*).
4. Pelanggan kurang puas terhadap kualitas air PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan.
5. Harga yang ditetapkan perusahaan tidak sesuai dengan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas, maka batasan masalah dalam penelitian ini adalah Faktor–faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan adalah kualitas produk, *responsiveness* dan harga.

D. Defenisi Operasional Variabel

Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu Variabel Bebas (*Independent Variabel*) dan Variabel terikat (*Dependen Variable*). Di dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (X) ada tiga, yaitu: kualitas produk (X_1), *responsiveness* (X_2) dan harga (X_3). Sedangkan variabel terikat (Y) adalah kepuasan pelanggan. Hal ini dapat digambarkan dalam bentuk tabel sebagai berikut:

Tabel 1.3
Definisi Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Produk (X_1)	Kualitas produk adalah salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan produk dalam mempertahankan pelanggan. ⁴ Dalam penelitian ini fokus pada kualitas produk adalah senjata strategis dalam meningkatkan daya saing dan memberikan kepuasan pada pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Performa 2. Keistimewaan 3. Keandalan 4. Estetika 5. Daya Tahan 6. Kualitas yang dipersepsikan 	Interval
<i>Responsiveness</i> (X_2)	Daya tanggap untuk meningkatkan kecepatan karyawan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecepatan 2. Keramahan 3. Ketepatan 	

⁴Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 122.

	yang bertugas dalam menanggapi permintaan pelanggan. ⁵ Dalam penelitian ini fokus untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengarkan dan mengatasi keluhan pelanggan.	<ol style="list-style-type: none"> 4. Kenyamanan 5. <i>Empathy</i>(Empati) 6. <i>Reliability</i>(Keandalan) 	Interval
Harga (X ₃)	Harga merupakan salah satu penentu atas besarnya permintaan pelanggan. ⁶ Dalam penelitian ini fokus pada harga adalah faktor penentu permintaan pasar pada suatu barang atau produk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterjangkauan harga 2. Kesesuaian harga dengan kualitas 3. Daya saing harga 4. Kesesuaian harga dan manfaat 	Interval
Kepuasan Pelanggan (Y)	Tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan dengan harapannya. ⁷ Dalam penelitian ini fokus pada kepuasan pelanggan adalah dapat memberikan manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Nilai Pelanggan 2. Respon Pelanggan 3. Persepsi Pelanggan 	Interval

E. Rumusan Masalah

⁵*Op.Cit.*, Ali Hasan, hlm. 90.

⁶Suyadi Prawirosentono, *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Abad 21* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hlm. 158.

⁷*Op.Cit.*, Philip Kotler dan A.B Susanto, hlm. 52.

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan?
2. Apakah ada pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan?
3. Apakah ada pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan?

F. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan.
2. Untuk mengetahui pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan.
3. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan.

G. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Manfaat yang diharapkan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti. Penelitian ini merupakan pelatihan kemampuan yang diharapkan dapat memberikan informasi atas data-data yang dipergunakan dengan menerapkan teori yang telah diperoleh selama masa studi serta

menambah wawasan dan pengetahuan mengenai masalah yang diteliti sehingga diperoleh gambaran yang lebih jelas dalam penerapan teori yang terjadi di lapangan.

2. Bagi PDAM Tirtanadi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan dalam menjalankan operasional perusahaan sehingga pelanggan puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.
3. Bagi Peneliti Selanjutnya. Sebagai bahan referensi bagi penelitian selanjutnya yang ingin mengaplikasikan penelitian yang sama.

H. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan peneliti dalam menyusun proposal ini, maka penelitian ini dilakukan dengan mengikuti sistematika pembahasan. Maka peneliti mengklasifikasikan sistematika pembahasa dalam lima bab yaitu:

- Bab I, Peneliti menguraikan latar belakang masalah, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, defenisi operasional variabel, tujuan penelitian, dan manfaat penelitian.
- Bab II, Peneliti memaparkan landasan teori yang terdiri dari kerangka teori, penelitian terdahulu, kerangka pikir dan hipotesis.
- Bab III, Peneliti memaparkan tentang metodologi penelitian terdiri atas: lokasi dan waktu penelitian, jenis penelitian, populasi dan sampel, sumber data, instrument pengumpulan data, teknik analisis data.
- Bab IV, Peneliti memaparkan hasil penelitian berupa sejarah perusahaan, hasil analisis data, pembahasan penelitian, dan keterbatasan penelitian.

Bab V, Peneliti memaparkan kesimpulan dan saran-saran.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kerangka Teori

1. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Mutu suatu produk adalah tergantung dari tingkat kepuasan pelanggan didalam menggunakan produk tersebut. Bila dihubungkan dengan perusahaan transportasi, maka bermutu atau tidaknya perusahaan tersebut, bergantung kepada puas atau tidaknya masyarakat yang menjadi konsumen perusahaan itu. Namun sebelum membahas tentang teori-teori konsep kepuasan pelanggan, maka akan didefinisikan dahulu mengenai apa sebenarnya yang disebut dengan pelanggan.

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (hasil) yang diharapkan.¹ Seorang pelanggan jika ia puas dengan hasil yang diberikan oleh produk dan jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu lama. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah mutu produk dan pelayanannya, kegiatan penjualan, pelayanan setelah penjualan dan nilai-nilai perusahaan.

Kegiatan penjualan terdiri atas variabel-variabel pesan (sebagai penghasil serangkaian sikap tertentu mengenai perusahaan, produk dan

¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Indonesia: PT Macana Jaya Cemerlang, 2007), hlm.177.

tingkat kepuasan yang dapat diharapkan oleh pelanggan), sikap (sebagai penilaian pelanggan atas pelayanan perusahaan), perantara (sebagai penilaian pelanggan atas perantara perusahaan seperti *dealer* dan grosir). Pelayanan setelah penjualan terdiri atas variabel-variabel pelayanan pendukung tertentu seperti garansi serta berkaitan dengan umpan balik seperti penanganan keluhan dan pengembalian uang.

Selanjutnya variabel nilai perusahaan dapat dibagi dalam dua macam yaitu nilai resmi dan yang dinyatakan oleh perusahaan sendiri dan nilai tidak resmi yang tersirat dalam segala tindakannya sehari-hari. Sedangkan pelanggan adalah orang yang tidak tergantung kepada kita, tetapi kita yang tergantung padanya.

Kepuasan dibagi dua macam, yaitu kepuasan fungsional dan kepuasan psikologis. Kepuasan fungsional merupakan kepuasan yang diperoleh dari suatu produk yang dimanfaatkan misalnya, kualitas air yang diterima pelanggan dari perusahaan PDAM Tirtanadi. Sedangkan kepuasan psikologis merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud dari produk misalnya pelayanan yang diberikan perusahaan PDAM Tirtanadi kepada pelanggan.²

Perusahaan sebagai organisasi yang melayani pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan tujuan penting dalam kegiatan bisnis, dipandang dalam indikator terbaik untuk meraih laba dimasa yang akan datang.³ Pelanggan membentuk ekspektasi atau harapan tentang nilai dan

² Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis* (Malang: UIN-MALIKI PRES, 2010), hlm. 60.

³ Ali Hasan, *Marketing dan Kamus-kamus Pilihan* (Yogyakarta: CAPS, 2013), hlm. 88.

kepuasan yang akan diberikan berbagai penawaran pasar dan membeli berdasarkan ekspektasinya itu. Pelanggan yang puas akan membeli lagi dan memberi tahu orang lain tentang pengalaman yang baik mereka. Pelanggan yang tidak puas sering berganti ke pesaing dan menjelek-jelekkan yang mereka beli kepada orang lain.⁴

Banyak perusahaan secara sistematis mengukur kepuasan pelanggan dan faktor-faktor yang membentuknya. Sebuah perusahaan dikatakan bijaksana kalau mengukur kepuasan pelanggannya secara teratur, karena kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan. Pelanggan yang sangat puas umumnya lebih lama setia.

Kepuasan pelanggan atau rasa senang yang tinggi menciptakan ikatan emosional dengan perusahaan tersebut, tidak sekedar ikatan rasional saja. Kepuasan pelanggan merupakan sasaran utama sekaligus cara untuk mempromosikan perusahaan kepada masyarakat agar menggunakan jasa perusahaan mereka. Perusahaan berusaha meningkatkan laba dengan cara memanfaatkan banyak waktu dan sumber daya untuk mencari pelanggan baru. Untuk memperoleh informasi awal tentang calon pelanggan, perusahaan menyusun iklan dan memasangnya di media yang akan mencapai para calon pelanggan baru. Perusahaan juga dapat memanfaatkan pelanggannya yang sudah lama memakai jasa perusahaan untuk mempromosikan perusahaannya kepada calon-calon pelanggan baru dengan cara perusahaan berupaya memberikan pelayanan

⁴ Philip Kotler dan Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran* (Jakarta: Erlangga, 2008), hlm. 65.

yang terbaik kepada pelanggannya yang sudah lama. Beberapa perusahaan berpendapat mereka telah mendapatkan informasi tentang rasa puas dengan mencentang keluhan, tetapi 96% dari pelanggan yang tidak puas itu tidak melakukan pengaduan, mereka hanya berhenti. Hal terbaik yang dapat dilakukan perusahaan adalah mempermudah pelanggan untuk mengadu. Formulir saran-saran, nomor telepon bebas pulsa, situs *web*, dan alamat *e-mail* memungkinkan komunikasi dua arah yang cepat. Akan tetapi mendengar saja tidak cukup, perusahaan harus merespon pengaduan secara konstruktif seperti: “Dari pelanggan yang mengajukan pengaduan, antara 54% dan 70% akan melakukan bisnis lagi dengan organisasi jika keluhan mereka diselesaikan. Angka itu naik mencapai 95% jika pelanggan merasa bahwa keluhan mereka cepat dibereskan. Pelanggan yang mengadu kepada organisasi dan mengalami bahwa keluhan mereka diselesaikan secara memuaskan, rata-rata mereka memberitahu kepada lima orang tentang perlakuan baik yang mereka terima.”⁵

Dalam pengujian kepuasan pelanggan dibutuhkan suatu manajemen hubungan pelanggan (*customer relationship management*), yang dimana dalam manajemen hubungan pelanggan adalah keseluruhan proses membangun dan memelihara hubungan pelanggan yang menguntungkan dan menghantarkan nilai dan kepuasan yang unggul,

⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran* (Indonesia: PT Macana Jaya Cemerlang, 2007), hlm.179.

proses ini berhubungan dengan semua aspek untuk meraih, mempertahankan, dan menumbuhkan pelanggan.

b. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Ada lima faktor-faktor yang menentukan kepuasan pelanggan yaitu :⁶

- a) Kualitas produk dimana konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk PDAM yang mereka gunakan berkualitas.
- b) Kualitas pelayanan dimana konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan PDAM. Terutama untuk industri jasa.
- c) Faktor emosional dimana konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap produk PDAM.
- d) Harga dimana produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumen PDAM.
- e) Biaya dan kemudahannya dimana konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu

⁶ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia Indonesia 2010), hlm. 51.

untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa PDAM.

Program kepuasan pelanggan yang bagus dapat memberikan manfaat bagi perusahaan, yaitu:

- 1) Pendapatan
- 2) Manfaat ekonomi
- 3) Redaksi sensitivitas harga
- 4) Kesuksesan bisnis masa depan.

Pelanggan yang puas akan tetap bertahan untuk terus menggunakan jasa perusahaan mereka sehingga dengan sendirinya dapat meningkatkan pendapatan bagi perusahaan dan dapat meningkatkan fasilitas untuk perusahaan dengan begitu perusahaan akan mudah menyesuaikan harga sesuai dengan kepuasan pelanggan. Dengan begitu perusahaan akan lebih maju kedepannya. Pelanggan yang tidak puas akan memutuskan:

- 1) Menghentikan untuk membeli produk
- 2) Mengeluh kepada perusahaan atau pihak ketiga
- 3) Mengembangkan komunikasi negatif dari mulut kemulut.

Pelanggan yang tidak puas tidak akan bertahan lama untuk menggunakan jasa perusahaan, mereka akan mengeluh kepada perusahaan atau kepada orang lain tentang kinerja perusahaan yang tidak bagus sehingga mengembangkan komunikasi negatif dari mulut kemulut.

c. Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator – indikator kepuasan pelanggan adalah:

- 1) Nilai Pelanggan yaitu memberikan informasi dengan baik terhadap sesuatu yang dibutuhkan pelanggan.
- 2) Respon Pelanggan adalah membicarakan hal-hal yang baik tentang perusahaan dengan kualitas produknya.
- 3) Persepsi pelanggan adalah pelanggan merasa puas dengan proses dan pelayanan yang diberikan.⁷

Untuk mengukur kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara, yaitu:⁸

- 1) Sistem keluhan dan saran. Cara ini dengan menggunakan kotak saran, kartu komentar maupun sarana keluhan lain-lainnya. Dengan cara ini memberikan banyak gagasan baik dan perusahaan dapat bergerak lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.
- 2) Survey keluhan pelanggan. Cara ini dengan melakukan survey langsung untuk mendekteksi komentar pelanggan. Dari survey ini diharapkan dapat menerima umpan balik yang positif dari para pelanggan. Dengan cara ini perusahaan dapat mengetahui tentang persaan pelanggan mereka terhadap berbagai aspek kinerja perusahaannya.

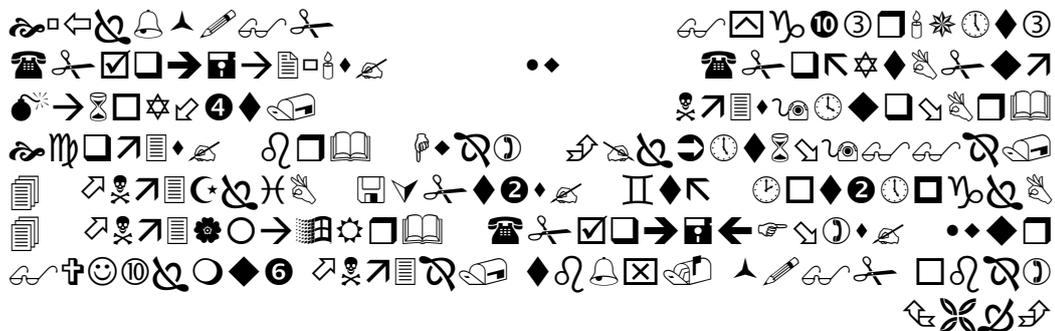
Menurut prinsip syariah, kepuasan pelanggan merupakan kegiatan di dalam pemasaran harus dilandasi semangat beribadah kepada Allah

⁷ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah*. (Bogor: Ghalia Indonesia 2010)

⁸ *Op.Cit.*, hlm. 54.

sang maha pencipta, berusaha semaksimal mungkin untuk kesejahteraan bersama, bukan untuk kepentingan golongan apalagi kepentingan sendiri. Islam menghalalkan umatnya berniaga. Bahkan Rasulullah SAW seorang saudagar sangat terpandang pada zamannya. Sejak muda beliau dikenal sebagai pedagang jujur. “Sepanjang perjalanan sejarah, kaum Muslimin merupakan simbol sebuah amanah dan di bidang perdagangan, mereka berjalan di atas adab Islamiah”.

Rasulullah SAW telah mengajarkan pada umatnya untuk berdagang dengan menjunjung tinggi etika keislaman. Dalam beraktivitas ekonomi, umat Islam dilarang melakukan tindakan bathil. Namun harus melakukan kegiatan ekonomi yang dilakukan saling ridho, sebagaimana firman Allah SWT dalam surah An-Nisa’ ayat 29 sebagai berikut:



Artinya: “Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang bathil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu”.⁹

⁹ Departemen Agama RI, *Al-Qur’an dan Terjemah* (Bekasi: PT. Dua Sukses Mandiri, 2012), hlm. 84.

Dari ayat diatas dapat disimpulkan bahwa Larangan membunuh diri sendiri mencakup juga larangan membunuh orang lain, sebab membunuh orang lain berarti membunuh diri sendiri, karena umat merupakan suatu kesatuan (287). Suatu perusahaan itu tidak boleh melakukan kecurangan ataupun sikap semena-mena tetapi harus melakukan pelayanan yang baik dan tidak boleh sesuka hati mereka terhadap pelangganya.

2. Kualitas Produk

a. Pengertian Kualitas Produk

Produk yang berkualitas memang akan lebih baik bagi pelanggan, bahkan akhirnya dapat meningkatkan volume penjualan. Kualitas merupakan suatu usaha yang dilakukan secara serius dengan tujuan agar tercapainya suatu nilai yang mampu memberi kepuasan secara maksimal kepada pemakainya.¹⁰ Sebuah produk dianggap memiliki kualitas jika produk tersebut sesuai dengan harapan berbagai pihak, terutama pihak karyawan dan pelanggan.

Untuk menciptakan produk yang berkualitas maksimal harus didukung oleh pembentukan manajemen kinerja yang baik. Artinya para karyawan harus diberikan pelatihan dan pengembangan (*learning and growth*). Contohnya bagi para karyawan yang bekerja pada perusahaan bidang *furniture* diberikan pelatihan tentang bagaimana mendesain,

¹⁰ Irham Fahmi, *Manajemen Produksi dan Operasi* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 46.

memilih, menilai dan lain-lainnya tentang *furniture* beserta berbagai ruang lingkungannya.

Sebagaimana dikatakan oleh Mulyadi bahwa:

Dalam manajemen modern, kinerja personel (manajer dan karyawan) tidak hanya cukup diukur, namun perlu dikelola, direncanakan secara strategik, diukur dan dinilai, serta diberi penghargaan berbasis kinerja.

Pada saat kualitas telah tercapai sesuai keinginan pelanggan, maka penjualan akan terjadi peningkatan. Peningkatan penjualan ini akan mampu mendorong peningkatan dalam perolehan laba perusahaan.

Produk merupakan salah satu dari faktor yang dapat mempengaruhi keunggulan bersaing, disamping keunggulan distribusinya. Oleh karena itu setiap perusahaan berupaya untuk mengembangkan produknya, agar dapat mampu bersaing dengan produk-produk saingannya dipasar. Unsur yang terpenting dalam dalam produk ialah kualitas.¹¹

Produk adalah Sekumpulan atribut yang nyata (*intangible*) yang terkait dalam sebuah bentuk yang dapat diidentifikasi, di dalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, prestise pabrik, prestise pengecer, dan pelayanan dari pabrik serta pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai sesuatu yang bisa memuaskan keinginan.

Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke suatu pasar untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan. Jadi, pada dasarnya produk

¹¹ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia, 2010), hlm. 99.

adalah segala sesuatu yang dapat memenuhi kebutuhan atau keinginan masyarakat atau konsumen. Bagi perusahaan yang memproduksi suatu produk atau jasa, produk adalah alat atau sarana untuk mencapai sasaran, yaitu keuntungan perusahaan atau tujuan tertentu.¹²

Kualitas mengandung banyak pengertian, beberapa contoh dari pengertian kualitas menurut Tjiptono adalah :

- 1) Kesesuaian dengan persyaratan
- 2) Kecocokan untuk pemakaian
- 3) Perbaikan berkelanjutan
- 4) Bebas dari kerusakan atau cacat
- 5) Pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat
- 6) Melakukan segala sesuatu secara benar
- 7) Sesuatu yang bisa membahagiakan pelanggan.

Kualitas suatu barang merupakan kesesuaian maksud tujuan dari barang tersebut. Hampir setiap karyawan ingin berusaha memperhatikan kualitas dari barang yang dihasilkannya.¹³ Di dalam masalah kualitas, karyawan selalu berusaha untuk dapat bertindak efisien. Karyawan selalu memikirkan untuk memperbaiki kualitas dari barang yang dihasilkannya dengan biaya yang sama atau tetap, atau mencapai kualitas yang tetap sama (dapat dipertahankan) dengan biaya yang lebih murah.

Kualitas suatu produk adalah keadaan fisik, fungsi dan sifat suatu produk bersangkutan yang dapat memenuhi selera dan kebutuhan

¹² Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran* (Indonesia: PT. Indeks, 2005) hlm, 69

¹³ Sofjan Assauri, *Manajemen Produksi dan Operasi* (Jakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia, 1993), hlm. 269-270.

pelanggan dengan memuaskan sesuai nilai uang yang telah dikeluarkan.¹⁴ Tujuan umum pembentukan kualitas produk itu sendiri adalah untuk meyakinkan konsumen bahwa produk yang terbaik menurut kebutuhan konsumen. Bahkan untuk lebih meyakinkan ada perusahaan-perusahaan yang berani memberi jaminan ganti rugi bila produknya tidak berkualitas atau tidak sesuai dengan promosi yang disampaikan.

PDAM sebagai sumber air yang terpenting dalam kehidupan sehari-hari. Air sebagai produk, tentunya harus memiliki kualitas yang baik, agar para pelanggan merasa puas dengan produk tersebut. Oleh karena itu dari sisi pelanggan, kualitas air sangat penting untuk menunjukkan bahwa mereka sangat puas terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan.

b. Indikator Kualitas Produk

Setelah dipahami tentang kualitas produk, maka harus diketahui apa saja yang termasuk dalam dimensi kualitas. Beberapa dimensi kualitas yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik kualitas barang, yaitu sebagai berikut:¹⁵

1) Performa (*performance*)

Performa berkaitan dengan aspek fungsional dari produk dan merupakan karakteristik utama yang mempertimbangkan pelanggan ketika ingin membeli suatu produk.

¹⁴ Suyadi Prawirosentono, *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Abad 21* (Jakarta: Bumi Aksara, 2007), hlm. 6.

¹⁵ M. N. Nasution, *Manajemen Mutu Terpadu*, (Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia, 2010). hlm. 3.

2) Keistimewaan (*features*)

Keistimewaan merupakan aspek kedua dari performansi yang menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya. Ini berarti keistimewaan adalah ciri-ciri atau keistimewaan tambahan atau pelengkap.

3) Keandalan (*reability*)

Keandalan berkaitan dengan kemungkinan suatu produk berfungsi secara dalam periode waktu tertentu di bawah kondisi tertentu. Dengan demikian, keandalan merupakan karakteristik yang merefleksikan kemungkinan tingkat keberhasilan dalam penggunaan suatu produk.

4) Daya Tahan (*durability*)

Daya tahan merupakan ukuran masa pakai suatu produk. Karakteristik ini berkaitan dengan daya tahan dari produk itu.

5) Estetika (*aesthetics*)

Estetika merupakan karakteristik mengenai keindahan yang bersifat subjektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi preferensi atau pilihan individual. Dengan demikian, estetika dari suatu produk lebih banyak berkaitan dengan perasaan pribadi dan mencakup karakteristik tertentu.

6) Kualitas yang Dipersepsikan (*perceived quality*)

Kualitas yang dipersepsikan bersifat subjektif berkaitan dengan perasaan pelanggan dalam mengonsumsi produk, seperti

meningkatkan harga diri. Hal ini dapat juga berupa karakteristik yang berkaitan dengan reputasi produk (*Brand Name Image*).¹⁶

3. Responsiveness

a. Pengertian Responsiveness

Responsiveness merupakan salah satu dari dimensi kualitas jasa yang disingkat dengan TERRA yaitu *tangible* (berwujud), *empathy* (empati), *responsiveness* (cepat tanggap), *reliability* (keandalan), *assurance* (jaminan).

Pengertian *responsiveness* menurut Nur Rianto Al Arif adalah kemauan dari karyawan dan pengusaha untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat serta mendengar dan mengatasi keluhan dari konsumen. Setiap keluhan dari pelanggan harus langsung diberikan umpan balik, untuk mencegah ketidakpuasan pelanggan.¹⁷

Yazid mendefinisikan *responsiveness* (tanggapan) adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan segera. Sejumlah organisasi memilih untuk berfokus pada kecepatan menanggapi kebutuhan konsumen. Mereka memberi perhatian terhadap keinginan konsumen dengan menunjukkan kemauan untuk membantu melayani keinginan tersebut sesegera mungkin. Kemudian yang penting adalah standar yang digunakan harus disesuaikan dengan permintaan kecepatan

¹⁶ *Ibid.*, hlm. 5.

¹⁷ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 197.

respon yang diinginkan konsumen serta persepsi konsumen tentang kecepatan dan kesegeraan dan bukannya di atas persepsi perusahaan.¹⁸

Menurut Kasmir *responsiveness* adalah adanya keinginan dan kemauan karyawan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Untuk itu pihak manajemen perlu memberikan motivasi yang besar agar seluruh karyawan mendukung kegiatan pelayanan kepada pelanggan tanpa pandang bulu. Akan lebih baik jika motivasi yang diberikan kepada karyawan akan memperoleh imbalan yang sesuai kemampuannya.¹⁹

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa *responsiveness* adalah kecepatan karyawan dalam melayani pelanggan sebelum pelanggan mengatakan apa yang menjadi keinginannya, hanya dengan melihat tingkahlaku pelanggan.

Adapun sasaran dan manfaat dalam memberikan suatu pelayanan yang baik untuk kepentingan para pelanggan, pelayanan jasa dan perusahaan adalah kecepatan dalam merespon dan memberikan pelayanan jasa yang dibutuhkan oleh para pelanggannya.

Daya tanggap merupakan kemampuan untuk meningkatkan kecepatan karyawan yang bertugas dalam menanggapi permintaan pelanggan, selalu siap dan bersedia membantu kesulitan pelanggan, kemampuan menyelesaikan keluhan pelanggan dengan cepat dan

¹⁸ Yazid, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Ekonisia, 2008), hlm. 102.

¹⁹ Kasmir, *Pemasaran Jasa* (Yogyakarta: Ekonisia, 2008), hlm. 102.

memberikan informasi dengan jelas sesuai dengan kebutuhan pelanggan.²⁰

Respon dan kesigapan dalam membantu pelanggan dengan memberikan pelayanan cepat, tepat dan tanggap membantu pelanggan merasa senang dan puas serta mampu menangani keluhan para pelanggan secara baik.²¹ Pelanggan menyampaikan keluhan secara langsung dan ingin member pendapat atau suaranya didengar dan perhatikan dengan sungguh-sungguh atau meminta ganti perbaikan kepada perusahaan yang bersangkutan. Kalau pelanggan melakukan komplain secara langsung, berarti perusahaan masih mungkin untuk memuaskan pelanggan, melakukan perbaikan pelayanan untuk memungkinkan memelihara hubungan baik dan membentuk loyalitas pelanggannya.

b. Indikator *Responsiveness*

Adapun indikator-indikator dalam *responsiveness* adalah:

1) Kecepatan

Kecepatan adalah kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat. Pelanggan sangat menginginkan pelayanan yang serba cepat dan tidak memakan waktu yang lama. Strategi tindakan yang dapat diambil contohnya: Menampilkan sikap positif, mengambil langkah segera untuk membantu pelanggan dan memenuhi kebutuhan mereka.

²⁰ Ali Hasan, *Marketing Bank Syariah* (Bogor: Ghalia, 2010), hlm. 91

²¹ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relation & Media Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 279.

2) Keramahan

Untuk menciptakan kerjasama yang baik, keramahan merupakan kunci keberhasilan suatu pelayanan.

a) Ketepatan

Pelayanan yang cepat disertai dengan ketepatan sesuai dengan keinginan pelanggan,

b) Kenyamanansepertisuasana yang nyaman sangat berpengaruh dalam membangun kinerja karyawan serta untuk menciptakan pelanggan yang loyal.²²

c) *Empathy* (Empati)

Merupakan perhatian secara individual yang diberikan kepada pelanggan dan berusaha untuk memahami keinginan dan kebutuhan, serta mampu menangani keluhan pelanggan secara baik dan tepat.

d) *Reliability* (Keandalan)

Kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan.²³

c. *Responsiveness* Dalam Pespektif Islam

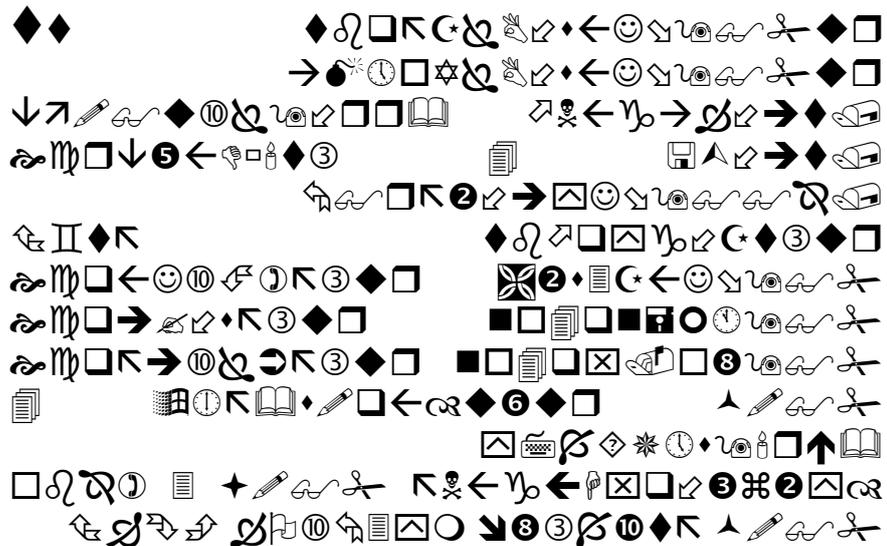
Keinginan untuk membantu konsumen dan menyediakan jasa tepat waktu. Dalam islam kita harus selalu menepati komitmen seiring dengan promosi yang dilakukan oleh perusahaan. Apabila perusahaan tidak bisa

²² Zulkifli Zaini, *Mengelola Kualitas Layanan Perbankan* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2014), hlm. 77.

²³ Rosady Ruslan, *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2005), hlm. 284-285.

menepati komitmen dalam memberikan pelayanan yang baik, maka risiko yang akan terjadi akan ditinggalkan oleh pelanggan.

Hal ini menjelaskan bahwa setiap pelanggan perlu diberikan pelayanan yang adil dan tidak pandang bulu dalam melayani nasabah. Perusahaan harus memberikan pelayanan yang dan setiap keluhan pelanggan harus dilayani dan diselesaikan dengan sesegera mungkin tetapi tidak menyalahi peraturan yang berlaku di PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan. Sebagaimana yang tercantum dalam Al-Qur'an tentang tolong menolong untuk semua orang, firman Allah SWT surat at-Taubah ayat 71:



Artinya: Dan orang-orang yang beriman, lelaki dan perempuan, sebahagian mereka (adalah) menjadi penolong bagi sebahagian yang lain. Mereka menyuruh (mengerjakan) yang ma'ruf, mencegah dari yang munkar, mendirikan shalat, menunaikan zakat dan mereka taat pada Allah dan Rasul-Nya. Mereka itu akan diberi rahmat oleh Allah; sesungguhnya Allah Maha Perkasa lagi Maha Bijaksana.²⁴

²⁴ Departemen Agama Republik Indonesia, *Al-Qur'an dan Terjemahannya*(Bandung: CV. Penerbit J-Art, 2005), hlm.159.

Ayat di atas menjelaskan semua orang tidak dilihat dari jenis kelamin untuk berbuat baik kepada semua orang tanpa pandang bulu selama hal itu tidak bertentangan dengan ajaran Islam.

4. Harga

a. Pengertian Harga

Harga produk adalah harga yang ditetapkan di dalam suatu produk tertentu secara konstan.²⁵ Setelah produk berhasil diolah dengan baik langkah selanjutnya adalah menentukan harga produk. Pengertian harga merupakan sejumlah nilai (dalam mata uang) yang harus dibayar konsumen untuk membeli atau menikmati barang atau jasa yang ditawarkan.²⁶ Menurut Suryana, “harga yang tepat adalah harga yang terjangkau dan paling efisien bagi konsumen”²⁷

Penetapan harga merupakan salah satu aspek penting dalam kegiatan pemasaran. Penetapan harga menjadi sangat penting untuk diperhatikan mengingat harga merupakan salah satu penyebab laku tidaknya produk dan jasa yang ditawarkan.²⁸ Salah dalam menentukan harga akan berakibat fatal terhadap produk yang ditawarkan dan berakibat tidak lakunya produk tersebut.

Penetapan harga dan persaingan harga telah dinilai sebagai masalah utama yang dihadapi perusahaan. Keputusan-keputusan

²⁵ Rudianto, *Penganggaran* (Bandung: Erlangga, 2009), hlm. 232.

²⁶ Kasmir, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 176.

²⁷ Suryana, *Kewirausahaan*, (Jakarta: Salemba Empat, 2013), hlm. 210.

²⁸ Kasmir, *Op. Cit.*, hlm. 176.

mengenai harga dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu faktor internal dan eksternal.²⁹

Faktor internal, keputusan harga disesuaikan dengan sasaran pemasaran, misalnya sasarannya adalah untuk bertahan hidup yaitu dengan menentukan harga semurah mungkin dengan maksud produk yang ditawarkan laku dipasaran, harga murah tapi dalam kondisi yang menguntungkan.

Faktor eksternal, yaitu pasar dan permintaan konsumen merupakan plafon harga (harga tinggi). Konsumen akan membandingkan harga suatu produk dengan manfaat yang dimilikinya. Oleh karena itu dalam menetapkan harga harus dipahami dulu hubungan antara harga dan permintaan terhadap suatu produk. Harga tawaran competitor perlu diketahui untuk menentukan harga serta reaksi mereka setelah keputusan harga diberlakukan.

Dari beberapa pengertian di atas peneliti menyimpulkan bahwa perusahaan perlu memonitor harga yang ditetapkan oleh para pesaing agar harga yang ditentukan oleh perusahaan tersebut tidak terlalu tinggi atau sebaliknya. Penentuan harga yang akan ditetapkan harus disesuaikan dengan tujuan perusahaan.

b. Tujuan Penentuan Harga

Tujuan penentuan harga oleh suatu perusahaan secara umum adalah sebagai berikut:³⁰

²⁹ Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis Analisis Integratif dan Studi Kasus*, (Malang: UIN-Maliki Pres, 2011), hlm. 68.

a) Untuk Bertahan Hidup

Jika tujuan perusahaan dalam menentukan harga adalah untuk bertahan hidup, penentuan harga dilakukan semurah mungkin. Tujuannya adalah agar produk atau jasa yang ditawarkan laku di pasaran dengan harga yang murah, tetapi masih dalam kondisi yang menguntungkan.

b) Untuk Memaksimalkan Laba

Penentuan harga bertujuan agar penjualan meningkatkan sehingga laba menjadi maksimal. Penentuan harga biasanya dapat dilakukan dengan harga murah atau tinggi.

c) Untuk Memperbesar *Market Share*

Untuk memperbesar *market share* maksudnya adalah untuk memperluas atau memperbesar jumlah pelanggan. Penentuan harga yang murah diharapkan dapat meningkatkan jumlah pelanggan yang beralih ke produk yang ditawarkan.

d) Mutu Produk

Tujuan penentuan harga dengan pertimbangan mutu produk adalah untuk memberikan kesan bahwa produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kualitas yang tinggi atau lebih tinggi dari kualitas pesaing. Biasanya harga ditentukan setinggi mungkin karena masih ada anggapan bahwa produk yang berkualitas adalah produk yang harganya lebih tinggi dibandingkan harga pesaing.

³⁰ Kasmir, *Op. Cit.*, hlm. 176.

e) Karena pesaing

Penentuan harga dengan melihat harga pesaing bertujuan agar harga yang ditawarkan lebih kompetitif dibandingkan harga yang ditawarkan pesaing. Artinya dapat melebihi harga pesaing untuk produk tertentu atau sebaliknya bisa lebih rendah.³¹

c. Indikator Harga

Adapun indikator-indikator harga dari suatu produk menurut Stanton adalah sebagai berikut:³²

- 1) Keterjangkauan harga, menggambarkan besarnya rupiah yang harus dikeluarkan seorang konsumen untuk memperoleh satu buah produk dan hendaknya harga terjangkau oleh konsumen.
- 2) Kesesuaian harga dengan kualitas, dimana perusahaan harus mempertimbangkan harga dari suatu produk dengan kualitas kualitasnya.
- 3) Daya saing harga, tingkat permintaan barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan dan karenanya harus dipertimbangkan harga-harga para pesaing yang dapat mempengaruhi proses penetapan harga.
- 4) Kesesuaian harga dan manfaat, sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen untuk mendapatkan produk. Dengan kata lain seorang konsumen akan membeli barang jika pengorbanan yang dikeluarkan (uang dan waktu) sesuai dengan manfaat yang diperoleh dari produk tersebut.

³¹ *Ibid.*, hlm. 177.

³² Fandy Tjiptono, *Op. Cit.*, hlm. 316.

Masalah pemberian harga dalam negara islam yang timbul dari persaingan tidak sempurna dari ekonomi zaman sekarang dengan pokok-pokok sebagai berikut:³³

a) Harga Monopoli, masalah pemberian harga karena persaingan tidak sempurna dapat dipelajari dengan pertolongan analisis monopoli. Meskipun ada kompetisi potensial, kemungkinan konsumsi dari barang pengganti dan resiko dari campurtangan negara, namun menurut pendapat umum harga monopoli lebih tinggi daripada harga kompetisi dan hasil yang dibuat oleh seseorang yang melakukan monopoli lebih rendah daripada yang dibuat dibawah kondisi bersaing, yaitu persaingan tidak sempurna. Kenaikan harga yang sebenarnya, adapun sebab-sebab kenaikan harga yang sebenarnya adalah:

- 1) Bertambahnya persediaan uang
- 2) Berkurangnya produktivitas
- 3) Bertambahnya kemajuan aktivitas
- 4) Berbagai pertimbangan fiskal dan moneter.

b) Kenaikan harga buatan, yang diciptakan oleh pengusaha-pengusaha serakah, mengakibatkan perubahan harga disebabkan oleh usaha spekulatif, penimbunan, perdagangan gelap dan penyeludupan. Kenaikan harga kebutuhan pokok, Suatu agama yang mengatur dan mengawasi makanan kita dengan maksud menjadikan manusia murni,

³³ Mannan, *Teori dan Praktek Ekonomi Islam* (Yogyakarta: PT. Dana Prima Yasa, 1997), hlm.153.

tidak ada mengabaikan kenaikan harga bahan pangan, karena itu merupakan kebutuhan pokok orang biasa.

5. Hubungan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan secara umum mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Unsur yang penting didalam kualitas yang ditetapkan pelanggan adalah:

- a. Pelanggan merupakan prioritas utama perusahaan. Kelangsungan perusahaan tergantung pada pelanggan.
- b. Kepuasan pelanggan dijamin dengan menghasilkan produk berkualitas tinggi.

Penelitian Agustina Putri Anandar menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Sedangkan Novemy Triyandari Nugroho menyatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.³⁴

Dari hasil penelitian diatas, peneliti menyimpulkan bahwa kualitas produk terdapat pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Dengan adanya kualitas produk yang semakin baik, maka produk yang dihasilkan oleh sebuah perusahaan tentunya akan semakin disukai oleh pelanggan, sehingga akan meningkatkan rasa puas dalam pembelian dan pemakaian. Sebaliknya jika kualitas produk semakin buruk, maka akan menurunkan kepuasan pelanggan.

³⁴ Agustina Putri Anandar (*Jurnal Administrasi Negara*) Volume 3, Nomor 4, Tahun 2015

6. Hubungan *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Responsiveness merupakan kemampuan untuk meningkatkan kecepatan karyawan yang bertugas dalam menanggapi permintaan pelanggan, selalu siap dan bersedia membantu kesulitan pelanggan, kemampuan menyelesaikan keluhan pelanggan dengan cepat dan memberikan informasi dengan jelas sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Penelitian Retno Wati menemukan bahwa “*responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan”³⁵

Dari hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa hubungan *responsiveness* dengan kepuasan pelanggan adalah *responsiveness* mempunyai pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Semakin baik persepsi pelanggan terhadap *responsiveness* perusahaan maka kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi. Dan jika persepsi pelanggan terhadap *responsiveness* buruk maka kepuasan pelanggan juga akan semakin rendah.

7. Hubungan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Harga sebuah produk merupakan faktor penentu utama permintaan pasar, harga mempunyai posisi persaingan merupakan bagian dari perusahaan. Dengan demikian harga berperan penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Untuk pelanggan yang sensitif, biasanya harga murah adalah sumber kepuasan yang penting karena pelanggan akan mendapatkan *value for money* yang tinggi.

³⁵ Retno Wati (*Jurnal Mahasiswa Q-MAN*) Volume 1, No 4, Tahun 2012

Dengan demikian semakin harga tersebut terjangkau bagi konsumen, maka akan semakin meningkatkan kepuasan konsumen. Harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan. Harga yang tinggi harus diikuti pula peningkatan kualitas dari produk itu, karena apabila tanpa diikuti kualitas yang baik maka dengan harga yang tinggi mengakibatkan penurunan dalam permintaan. Konsumen sangat bergantung pada harga sebagai indikator kepuasan pelanggan terutama pada waktu mereka harus membuat keputusan untuk membeli produk itu karena pelanggan selalu berasumsi bahwa semakin tinggi harga suatu produk maka makin tinggi pula kualitas produk tersebut.

Permintaan sejumlah barang yang dibeli oleh pembeli dalam tingkat harga tertentu. Pada umumnya tingkat harga yang lebih rendah akan mengakibatkan jumlah yang diminta akan lebih besar. Sifat permintaan pasar selain dapat mempengaruhi penentuan harga, sifat permintaan pasar juga dapat mempengaruhi volume penjualan.

Diskon atau potongan harga, menjadi salah satu sarana *marketing* dalam mempromosikan produk perusahaannya. Dalam keseharian kita sering melihat dalam suatu perusahaan istilah potongan harga, contohnya saat kita berbelanja dipasar dalam melakukan transaksi jual beli. Dengan potongan harga yang demikian kita sebagai pelanggan tertarik untuk membeli produk tersebut dengan potongan harga yang ditawarkan perusahaan.

Penelitian Rahmatya Widyaswati menemukan bahwa “Harga yang kompetitif mempengaruhi kepuasan pelanggan.”³⁶

Dari hasil penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa harga merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

B. Penelitian Terdahulu

Untuk memperkuat penelitian ini, maka peneliti mengambil beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan judul peneliti, sebagai bahan untuk mendukung isi atau bahan acuan (perbandingan) bagi peneliti. Adapun penelitian terdahulu dalam penelitian ini dapat di lihat dalam bentuk tabel sebagai berikut:

No	Nama Penelitian	Judul	Hasil Penelitian
1.	Agustina Putri Anandar (Jurnal Administrasi Negara, Volume 3, Nomor 4, Tahun 2015)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa PDAM Tirtanadi Kencana Kota Samarinda Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Wilayah Kelurahan Sungai Pinang Dalam Kecamatan Sungai Pinang.	Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan di wilayah kelurahan sungai pinang dalam kecamatan sungai pinang.
2.	Rahmatya Widyaswati (Tesis, Universitas Diponegoro Semarang Tahun 2010)	Analisis Faktor–faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Sehingga Tercipta Word Of Mouth Yang Positif Pada Pelanggan Speedy Di	Kualitas produk, kualitas layanan dan harga yang kompetitif mempengaruhi

³⁶ Rahmatya Widyaswati (Tesis, Universitas Diponegoro Semarang) Tahun 2010

		Semarang.	kepuasan pelanggan.
3.	Retno Wati, Witjaksono, Eko Hartoyo (Jurnal Mahasiswa Q-MAN, Volume 1 No, 4, Tahun 2012)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Semarang.	Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, artinya bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan semakin meningkatkan kepuasan pelanggan. kepercayaan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, artinya semakin tinggi tingkat kepercayaan konsumen maka semakin membuktikan bahwa konsumen puas terhadap layanan yang diberikan. harga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, artinya semakin harga yang dikenakan mampu menarik perhatian konsumen. kualitas produk terbukti berpengaruh

			terhadap kepuasan pelanggan.
4.	Ni Nyoman Yuliarmita dan Putu Riyasa (Buletin Studi Ekonomi, Volume 12 Nomor 1 Tahun 2007)	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar.	Tingkat kepuasan pelanggan PDAM Kota Denpasar yang diukur berdasarkan kontinuitas air berada dalam kategori tingkat kepuasan rendah, pencatatan meter air berada dalam kategori tingkat kepuasan sedang, lokasi pembayaran berada dalam kategori tingkat kepuasan tinggi, dan kecepatan penanganan keluhan berada dalam kategori tingkat kepuasan rendah.
5.	Separdi Haja, I N. Norken, dan I Ketut Suputra (Jurnal Spektran, Volume 3, No 1 Tahun 2015)	Analisis Kepuasan Pelanggan PDAM Kota Denpasar Ditinjau dari Aspek Teknis.	Meningkatkan kepuasan pelanggan adalah kejernihan air, bau air, ketersediaan air pada jam aktifitas kehidupan, kesiapan operator dalam pemasangan instalasi sambungan baru,

			perbaikan kerusakan meter air, dan kesigapan atau kecepatan penanganan pengaduan mengenai perpipaan.
--	--	--	--

Berdasarkan penelitian terdahulu diatas adapun perbedaan dan persamaan penelitian terdahulu dengan penelitian adalah sebagai berikut:

- a. Agustina Putri Ananda (2015), perbedaannya adalah penelitian Agustina Putri Ananda berlokasi di kota Samarinda di Wilayah kelurahan Sungai Pinang Kecamatan Sungai Pinang, regresi yang digunakan adalah regresi linier sederhana dan variabel yang teliti yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Sedangkan peneliti berlokasi di Kota Padangsidempuan, regresi yang digunakan adalah regresi linier berganda, dan variabel yang digunakan kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Persamaan jenis penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif.
- b. Rahmatya Widyaswati (2010), perbedaan penelitian ini adalah lokasi penelitian Rahmatya Widyaswari berada di Semarang, populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Speedy dan teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Sedangkan penelitian saya berlokasi di Kota Padangsidempuan, populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan dan teknik yang saya gunakan dalam pengambilan sampel dalam

penelitian ini adalah random sederhana. Persamaannya penelitian ini adalah menganalisis faktor-faktor kepuasan pelanggan dan pengumpulan data menggunakan kuesioner.

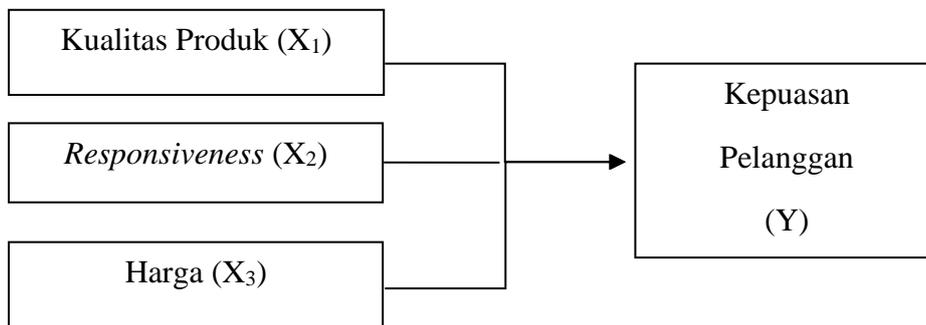
- c. Retno Wati Witjaksono Eko Hartoyo (2012), perbedaannya adalah penelitian Retno Wati Witjaksono Eko Hartoyo berlokasi di kota Semarang dan teknik pengambilan sampel yang digunakan *Accidental Sampling*, Sedangkan peneliti berlokasi di Kota Padangsidempuan, teknik pengambilan sampel random sederhana. Persamaannya menggunakan metodologi penelitian regresi linier berganda.
- d. Ni Nyoman Yuliarni dan Putu Riyasa (2007) perbedaannya lokasi penelitian Ni Nyoman dan Putu Riyasa berada di Denpasar, teknik pengambilan sampel menggunakan *nonprobability sampling*, variabel yang diteliti adalah keandalan, tanggapan, kenyakinan, empatik, berwujud sedangkan penelitian yang dilakukan peneliti berlokasi di Kota Padangsidempuan, teknik pengambilan sampel random sederhana dan variabel yang diteliti adalah kualitas produk, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Persamaan penelitian ini adalah menggunakan analisis linier berganda.
- e. Separdi Haja (2015), perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah lokasi penelitiannya di Denpasar, alat analisis yang digunakan *importance-performance* dan analisis Gap sedangkan peneliti berlokasi di kota Padang Sidempuan dan analisis yang digunakan adalah analisis random sederhana. Persamaan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan PDAM.

C. Kerangka Pikir

Kerangka pikir merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah di indentifikasi sebagai masalah penting.³⁷ Dengan kualitas produk, *responsiveness* dan harga yang baik akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Artinya, semakin baik kualitas produk, *responsiveness* dan harga, maka pelanggan akan puas. Begitu juga sebaliknya, apabila kualitas produk, *responsiveness* dan harga buruk maka pelanggan akan merasa kecewa.

Berikut model kerangka pikir dalam penelitian ini:

Gambar 2.1
Kerangka Pikir



Variabel dalam penelitian ini terdiri variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen). Dalam variabel bebas yang dibahas adalah kualitas produk, *responsiveness* dan harga sedangkan variabel terikat yang dibahas adalah kepuasan pelanggan.

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirtanadi haruslah mempunyai kualitas air yang bersih, kecepatan karyawan dalam merespon pelanggan dan

³⁷ Murti Sumami dan Salamah Wahyuni, *Metodologi Penelitian Bisnis* (Yogyakarta, CV: Andi Offset, 2006), hlm. 27.

harga yang diberikan sesuai dengan kualitas yang disalurkan agar pelanggan merasa puas.

D. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan (jawaban) sementara terhadap masalah penelitian yang kebenarannya masih harus di uji secara empiris. Hipotesis merupakan jawaban terhadap masalah penelitian yang secara teoritis dianggap paling mungkin dan paling tinggi tingkat kebenarannya.³⁸

Adapun hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_{a1} : ada pengaruh kualitas produk secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan.

H_{a2}: ada pengaruh *responsiveness* secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan

H_{a3}: ada pengaruh harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan.

H_{a4}: ada pengaruh kualitas produk, *responsiveness*, dan harga terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan secara simultan.

³⁸ Sumadi Suryabarata, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada,2005), hlm. 21.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada perusahaan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan berlokasi di Jl. Mawar, Ujung Padang, Padangsidempuan dan waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2019 sampai selesai.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah jenis penelitian kuantitatif. Data kuantitatif data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan.¹Data kuantitatif berfungsi untuk mengetahui jumlah atau besaran dari sebuah objek yang akan diteliti, data ini bersifat nyata atau dapat diterima oleh panca indera sehingga peneliti harus benar-benar teliti untuk mendapatkan keakuratan data dari objek yang akan diteliti.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian.²Dalam penelitian ini adalah seluruh kumpulan elemen–elemen yang akan dibuat kesimpulan. Sedangkan elemen (unsur) adalah subjek dimana pengukuran akan dilakukan. Besarnya populasi yang akan digunakan dalam suatu penelitian tergantung pada jangkauan kesimpulan yang akan dibuat atau dihasilkan.

Menurut Muhammad “populasi yang dianggap heterogen menurut suatu karakteristik tertentu terlebih dahulu dikelompok-kelompokkan dalam

¹Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2005), hlm. 13.

²Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT. RinekaCipta, 2006), hlm. 102.

beberapa sub populasi, tiap sub populasi yang ada memiliki anggota sampel yang relatif homogeny”.³

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh data pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan yaitu yang berjumlah 330 orang dimana jumlah tersebut termasuk kepada pelanggan rumah tangga non PNS, pelanggan rumah tangga PNS dan pelanggan dari perusahaan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi penelitian, agar informasi yang diperoleh dari sampel benar-benar mewakili populasi, sampel tersebut harus mewakili karakteristik populasi yang diwakilinya.⁴

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Insidental Sampling* sederhana dimana populasi berkesempatan menjadi sampel

Untuk mengetahui ukuran sampel yaitu digunakan Rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N \cdot e^2}$$

n= Ukuran Sampel
N = Ukuran Populasi
e = 10%

$$n = \frac{330}{1 + 330 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{330}{1 + 330 (0,01)}$$

$$n = \frac{330}{1 + 3,30}$$

³Muhammad. *Metodologi Penelitian ekonomi Islam pendekatan kuantitatif*.2008 (Jakarta: Raja Grafindo Persada) hlm. 186

⁴*Op.Cit.*, hlm. 122.

$$n = \frac{330}{4,30}$$

$$n = 76,74 = 77 \text{ orang}$$

Dengan demikian yang akan menjadi sampel pada penelitian ini adalah 77 responden yang akan menjadi sampel penelitian

D. Instrumen Pengumpulan Data

Pengumpulan data primer (PDP) merupakan bagian integral dari proses penelitian bisnis dan ekonomi yang seringkali diperlukan untuk tujuan pengambilan keputusan. Data primer dapat didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu.⁵

Adapun instrumen pengumpulan data pada penelitian ini, yaitu:

a. Observasi

Observasi adalah teknik yang menuntut adanya pengamatan dari peneliti baik secara langsung maupun tidak langsung terhadap objek penelitian.⁶ Studi yang dilakukan secara terencana dan sistematis melalui pengamatan terhadap gejala-gejala spontan yang terjadi. Observasi pada penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap penentuan tarif air PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan.

b. Kuesioner

Kuesioner merupakan suatu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan kepada responden dengan

⁵Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2009), hlm. 157.

⁶Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2011), hlm.140.

harapan memberikan respon atau daftar pertanyaan tersebut.⁷Metode yang digunakan dalam penelitian ini dengan penyebaran angket kepada pelanggan PDAM Tirtanadi dengan menggunakan kuesioner skala likert. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan sosial. Berikut penetapan skor alternatif atas jawaban angket atau kuesioner.

Tabel 3.1
Skor Alternatif Atas Jawaban Angket

NO	Skor Nilai	Keterangan
1	5	Sangat setuju
2	4	Setuju
3	3	Kurang setuju
4	2	Tidak setuju
5	1	Sangat tidak setuju

Selanjutnya adapun indikator angketnya sebagai berikut:

Tabel 3.2
Indikator Kualitas Produk (X₁)

Variabel	Indikator	Bobot Soal
Kualitas Produk	1. Performa	1,2
	2. Keistimewaan	3,4
	3. Keandalan	5,6
	4. Estetika	7,8
	5. Daya Tahan	9,10
	6. Kualitas yang dipersepsikan	11,12

⁷*Ibid.*, hlm. 139.

Tabel 3.3
Indikator *Responsiveness* (X₂)

Variabel	Indikator	Bobot Soal
<i>Responsiveness</i>	1. Kecepatan	1,2
	2. Keramahan	3,4
	3. Ketepatan	5,6
	4. Kenyamanan	7,8
	5. <i>Empathy</i> (Empati)	9,10
	6. <i>Reliability</i> (Keandalan)	11,12

Tabel 3.4
Indikator Harga (X₃)

Variabel	Indikator	Bobot Soal
Harga	1. Keterjangkauan harga	1,2
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas	3,4
	3. Daya saing harga	5,6
	4. Kesesuaian harga dan manfaat	7,8

Tabel 3.5
Indikator Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	Indikator	Bobot Soal
Kepuasan Pelanggan	1. Nilai Pelanggan	1,2
	2. Respon Pelanggan	3,4
	3. Persepsi Pelanggan	5,6

E. Sumber Data

Adapun sumber data dalam penelitian ini adalah melalui data primer.

Data primer adalah jenis data yang diperoleh dari sumber utamanya (sumber asli), baik berupa data kualitatif maupun data kuantitatif.⁸Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah tanggapan responden yang diperoleh melalui angket tentang kualitas produk dan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan.

Data skunder adalah data-data yang diperoleh dari literatur-literatur yang relevan dengan penelitian ini. Data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah jadi, sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain.

A. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang sebenarnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Bila skala pengukuran tidak valid, maka tidak bermanfaat bagi peneliti karena tidak mengukur atau melakukan apa yang seharusnya dilakukan. Validitas ini menyangkut akurasi instrumen. Untuk mengetahui apakah kuesioner yang disusun tersebut itu valid/sahih, maka perlu diuji dengan uji korelasi antara skor (nilai) tiap-tiap butir pertanyaan dengan skor total koesioner tersebut.

Adapun teknik korelasi yang biasa dipakai adalah teknik korelasi *product moment* dan untuk mengetahui apakah nilai korelasi tiap-tiap

⁸Muhammad Teguh, *Metode Penelitian Ekonomi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2005), hlm. 122.

pertanyaan itu signifikan, maka dapat dilihat pada tabel nilai *product moment* atau menggunakan SPSS untuk mengujinya. Untuk butir pertanyaan yang tidak valid harus dibuang atau tidak dipakai sebagai instrumen pertanyaan.⁹

Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu:

- 1) Jika r_{hitung} positif, serta $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir atau item pertanyaan tersebut valid. Namun jika r_{hitung} positif, serta $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir atau item pertanyaan tersebut tidak valid.
- 2) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, tetapi bertanda negatif, maka butir atau item pertanyaan tersebut tidak valid.¹⁰

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas ialah indeks yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Hal ini berarti menunjukkan sejauh mana alat pengukur dikatakan konsisten, jika dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama. Untuk diketahui bahwa uji reliabilitas harus dilakukan hanya pada pertanyaan yang lebih memiliki atau memenuhi uji validitas, jadi jika tidak memenuhi syarat uji validitas maka tidak perlu diteruskan untuk uji reliabilitas.¹¹ Pada proses SPSS, metode yang digunakan dalam pengujian reliabilitas ini adalah dengan menggunakan metode *alpha*

⁹Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2011), hlm. 132.

¹⁰Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis Dan Ekonomi*, (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), hlm. 181.

¹¹Juliansyah Noor, *Op. Cit.*, hlm. 130.

cronbach's yang dimana satu kuesioner dianggap reliabel apabila nilai *alpha cronbach's* $>0,600$.¹²

F. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan alat analisis regresi linear berganda untuk melakukan pengujian hipotesis. Setelah melakukan uji validitas dan uji reliabilitas, pada data yang sudah valid dan reliabel dilakukan uji deskriptif. Setelah itu dilakukan uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis dengan bantuan SPSS 22. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan atau menggambarkan statistik data berupa nilai standar deviasi, nilai terendah (*minimum*), nilai terbesar (*maksimum*) dan rata-rata (*mean*) untuk setiap variabel. Analisis deskriptif digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskriptifkan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.¹³

¹² Mudrajat Kuncoro, *Log. Cit.*, hlm. 181.

¹³ Sugiono, *Op, Cit.*, hlm. 206.

2. Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Uji Normalitas digunakan untuk mengetahui apakah variabel dependen dan independen atau keduanya berdistribusi normal, mendekati normal atau tidak. Model regresi yang baik hendaknya berdistribusi normal atau mendekati normal. Dalam uji normalitas menggunakan *One sample Uji Kolmogorov-Smirnov*. Persyaratan data disebut normal dengan melihat nilai *absolute* 0,05. Pengambilan keputusan dari Uji Normalitas yang menggunakan metode Uji *Kolmogorov-Smirnov* maka kriteria pengujiannya yaitu, jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak. Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_a diterima.¹⁴

b. Uji Linearitas

Uji Linearitas merupakan suatu upaya untuk memenuhi salah satu asumsi analisis regresi linear yang mensyaratkan adanya hubungan variabel bebas dan variabel terikat yang saling membentuk kurva linear. Kurva linear dapat terbentuk apabila setiap kenaikan skor variabel bebas diikuti oleh kenaikan skor variabel terikat. Jika nilai signifikan pada *linearity* $< 0,05$ maka dikatakan mempunyai hubungan linear. Teori ini mengatakan bahwa dua variabel mempunyai hubungan yang linear bila signifikan pada *deviation for linearity* $> 0,05$.¹⁵

¹⁴ Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, (Jakarta: Rajawali, 2013), hlm. 181.

¹⁵ *Ibid.*, hlm. 183.

3. Asumsi Klasik

Dalam pengujian hipotesis berdasarkan analisis regresi yang digunakan dalam penelitian ini harus memenuhi asumsi klasik. Untuk mendapatkan nilai pemeriksa yang tidak biasa dan efisien dari suatu persamaan regresi linear berganda dengan metode kuadrat terkecil. Perlu dilakukan pengujian dengan memenuhi persyaratan asumsi klasik yang meliputi:

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel independen. Jika terjadi korelasi maka terdapat problem multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi adanya multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dan VIF (*variance inflation factor*).

Kriteria pengambilan keputusan dalam multikolinearitas ialah sebagai berikut: Apabila nilai VIF (*variance inflation factor*) kurang dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,1 maka dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.¹⁶

b. Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas muncul apabila kesalahan atau residual dari model yang diamati tidak memiliki varians yang konstan dari satu variabel ke variabel lain, artinya setiap variabel mempunyai reliabilitas

¹⁶ Nur Asnawi dan Masyhuri, *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran: Disertasi dengan Contoh Hasil Penelitian* (Malang: UIN-Maliki Press, 2011), hlm. 153-154.

yang berbeda akibat perubahan dalam kondisi yang melatar belakangi tidak terangkum dalam spesifikasi model. Heteroskedastisitas diuji dengan menggunakan Uji Koefisien Korelasi Rank Spearman yaitu mengkorelasikan antara absolute residual hasil regresi dengan semua variabel bebas. Kriteria pengambilan keputusan heteroskedastisitas ialah sebagai berikut:

- 1) Jika korelasi antara variabel independen dengan residual didapat nilai signifikansi $< 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa terjadi problem heteroskedastisitas.
- 2) Jika korelasi antara variabel independen dengan residual didapat nilai signifikansi $> 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terjadi problem heteroskedastisitas.¹⁷

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linear berganda ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada variabel satu dengan kesalahan pada variabel lain. Jika terjadi korelasi, maka terjadi autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi.

Uji autokorelasi hanya dilakukan untuk data *time series* (runtun waktu) yang kemungkinan adanya autokorelasi antara nilai-nilai variabel yang berurutan lebih besar dari pada penelitian yang menggunakan data

¹⁷*Ibid.*, hlm. 108.

cross section (seksi silang).¹⁸ Serta tidak perlu dilakukan pada data *cross section* seperti angket dimana pengukuran semua variabel dilakukan secara bersama-sama. Jadi peneliti dapat menyimpulkan bahwa pada penelitian ini tidak menggunakan uji autokorelasi.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda mempunyai langkah yang hampir sama dengan analisis regresi linear sederhana. Yang menjadi pembeda antara kedua terletak pada variabel yang dimiliki peneliti. Analisis regresi adalah kelanjutan setelah uji validitas, reliabilitas, dan uji asumsi klasik. Analisis regresi linear berganda merupakan persamaan regresi dengan menggunakan dua atau lebih variabel independen. Bentuk persamaan regresi linear berganda ini adalah:¹⁹

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

b = Konstanta perubahan variabel X terhadap Y

a = Koefisien Konstanta

X₁ = Kualitas Produk

X₂ = *Responsiveness*

X₃ = Harga

e = *error* (tingkat kesalahan)

¹⁸ Muhammad Firdaus, *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2004), hlm. 99.

¹⁹ Duwi Priyatno, *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis* (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2014), hlm. 30.

Sehingga rumus dalam penelitian ini adalah:

$$KP = a + b_1 \text{ Kualitas Produk} + b_2 \text{ Responsiveness} + b_3 \text{ Harga} + e$$

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan hal yang penting ketika kita melakukan penelitian, bisa dibilang tahap ini menjadi penentu apakah penelitian yang telah kita lakukan berhasil atau sebaliknya.

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji statistik ini digunakan untuk membuktikan signifikan atau tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas. Maka nilai signifikansi yang digunakan adalah 0,05. Muhammad Firdaus memberikan penjelasan pada dasar pengambilan keputusan pengujian hipotesis secara parsial (t test) yaitu:

- 1) Jika $t_{hitung} < -t_{tabel}$ atau $t_{hitung} > +t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- 2) Jika $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka diterima dan H_0 diterima dan H_a ditolak.²⁰

Dengan merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_0 = Tidak ada pengaruh kualitas produk, *responsiveness* dan harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan.

²⁰ Muhammad Firdaus, *Op. Cit.*, hlm. 88.

H_{a1} = Ada pengaruh kualitas produk, *responsiveness* dan harga secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan.

b. Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel terikat.²¹ Muhammad Firdaus mengemukakan bahwa keputusan yang diambil dalam pengujian hipotesis secara simultan yaitu:

- 1) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, sebaliknya
- 2) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.²²

Dengan merumuskan hipotesis sebagai berikut:

H_0 = tidak ada pengaruh kualitas produk, *responsiveness* dan harga terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan secara simultan.

H_a = ada pengaruh kualitas produk, *responsiveness* dan harga terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan secara simultan.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R^2) digunakan untuk mengetahui sampai sejauh mana ketepatan atau kecocokan garis regresi yang terbentuk dalam mewakili kelompok data. Koefisien determinasi (R^2)

²¹Mudrajat Kuncoro, *Op. Cit.*, hlm. 245.

²²Muhammad Firdaus, *Op. Cit.*, hlm. 89.

menggambarkan bagian dari variasi total yang dapat diterangkan oleh model. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan empat variabel yaitu regresi Y terhadap X_1 , X_2 dan X_3 hal ini ingin diketahui bahwa seberapa besarnya persentase sumbangan X_1 , X_2 dan X_3 terhadap variasi (naik turunnya) Y secara bersama-sama. Besarnya persentase sumbangan ini disebut koefisien determinasi berganda dengan symbol R^2 .²³

Pengambilan keputusan koefisien determinasi yaitu: Apabila semakin besar nilai R^2 (mendekati 1), maka ketepatannya dikatakan semakin baik. Apabila nilai $0 \leq R^2 \leq 1$ dapat diartikan sebagai berikut:

- 1) $R^2 = 0$, berarti tidak ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang terbentuk tidak tepat untuk meramalkan Y.
- 2) $R^2 = 1$, berarti ada hubungan antara X dan Y, atau model regresi yang terbentuk dapat meramalkan Y secara sempurna.²⁴

Tabel 3.6
Pedoman untuk memberikan interpretasi
Koefisien Korelasi²⁵

Interval koefisien	Tingkat hubungan
0,00-0,199	Sangat rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

²³ Muhammad Firdaus, *Op. Cit.*, hlm. 77.

²⁴ Setiawan dan Dwi Endah Kusriani, *Ekonometrika*, (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2010), hlm. 64.

²⁵ Sugiono, *Op. Cit.*, hlm. 250.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

1. Sejarah Singkat Berdirinya PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan

PDAM Tirtanadi dibangun oleh Pemerintahan Kolonial Belanda pada tanggal 8 September 1905 yang diberi nama NV Waterleiding Maatschappij Ajer Beresih. Pembangunan ini dilakukan oleh Hendrik Cornelius Van Den Honert selaku Direktur Deli Maatschappij, Pieter Kolff selaku Direktur Deli Steenkolen Maatschappij dan Charles Marie Hernkenrath selaku Direktur Deli Spoorweg Maatschappij. Kantor Pusat dari perusahaan air bersih ini berada di Amsterdam Belanda.

Pada saat itu air yang diambil dari sumber utama mata air Rumah Sumbul di Sibolangit dengan kapasitas 3000 m³/hari. Air tersebut ditransmisikan ke Reservoir Menara yang memiliki kapasitas 1200 m³ yang terletak di Jl. Kapitan (sekarang kantor Pusat PDAM Tirtanadi Provinsi Sumatera Utara). Reservoir ini memiliki ketinggian 42 m dari permukaan tanah. Reservoir ini dibuat dari besi dengan diameter 14 m. Setelah kemerdekaan Indonesia, perusahaan ini diserahkan kepada Pemerintah Provinsi Sumatera Utara melalui Pemerintah Indonesia.

Berdasarkan Perda Sumatera Utara No. 11 tahun 1979, status perusahaan diubah menjadi PDAM Tirtanadi Provinsi Sumatera Utara. Sejak tahun 1991 PDAM Tirtanadi ditunjuk sebagai operator sistem pengelolaan air limbah Kota Medan.

Dalam rangka pengembangan cakupan pelayanan air minum bagi masyarakat Sumatera Utara, PDAM Tirtanadi melaksanakan kerjasama operasi dengan 9 (Sembilan) PDAM di beberapa Kabupaten di Sumatera Utara, yaitu Kabupaten Simalungun, Kabupaten Deli Serdang, Kabupaten Toba Samosir, Kabupaten Tapanuli Selatan, Kabupaten Tapanuli Tengah, Kabupaten Mandailing Natal, Kabupaten Nias, Kabupaten Nias Selatan dan Kabupaten Samosir. Pada Februari 2009, PDAM Tirtanadi Cabang Nias dikembalikan ke Pemerintah Kabupaten Nias, dengan pertimbangan bahwa pihak Pemkab Nias dan PDAM Tirta Umu telah memiliki kemampuan di dalam pengelolaan PDAM di Gunung Sitoli.

Pada tanggal 10 September 2009, telah ditandatangani Peraturan Daerah Provinsi Sumatera Utara No. 10 Tentang Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadi yang menyatakan bahwa tujuan pokok PDAM Tirtanadi adalah untuk mengelola dan menyelenggarakan pelayanan air minum yang memenuhi persyaratan kesehatan dan untuk mengembangkan perekonomian daerah, meningkatkan pendapatan daerah, serta meningkatkan kualitas lingkungan dengan memberikan pelayanan pengumpulan dan penyaluran air limbah melalui sistem perpipaan dalam rangka untuk mencapai kesejahteraan masyarakat pada umumnya.

2. Visi dan Misi PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirtanadi adalah Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang bergerak dibidang pelayanan, yang bertujuan memberikan kebutuhan yang profesional, efektif dan efisien

sebagai pemberi layanan bagi masyarakat. Maka visi dan misi PDAM Tirtanadi adalah sebagai berikut:

a. Visi PDAM

PDAM Tirtanadi menjadi perusahaan pengelolaan air minum dan air limbah yang terdepan di Indonesia, sehat dan memberikan pelayanan prima kepada pelanggan.

b. Misi PDAM

- 1) Mengelola Pelayanan air minum yang memenuhi persyaratan kesehatan kepada masyarakat secara merata, tertib dan teratur.
- 2) Mengelola perusahaan dengan *Good Corporate Governance*.
- 3) Meningkatkan kualitas lingkungan dengan memberikan pelayanan pengumpulan dan penyaluran air limbah melalui sistem perpipaan.
- 4) Meningkatkan pendapatan daerah.

3. Struktur Organisasi PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan

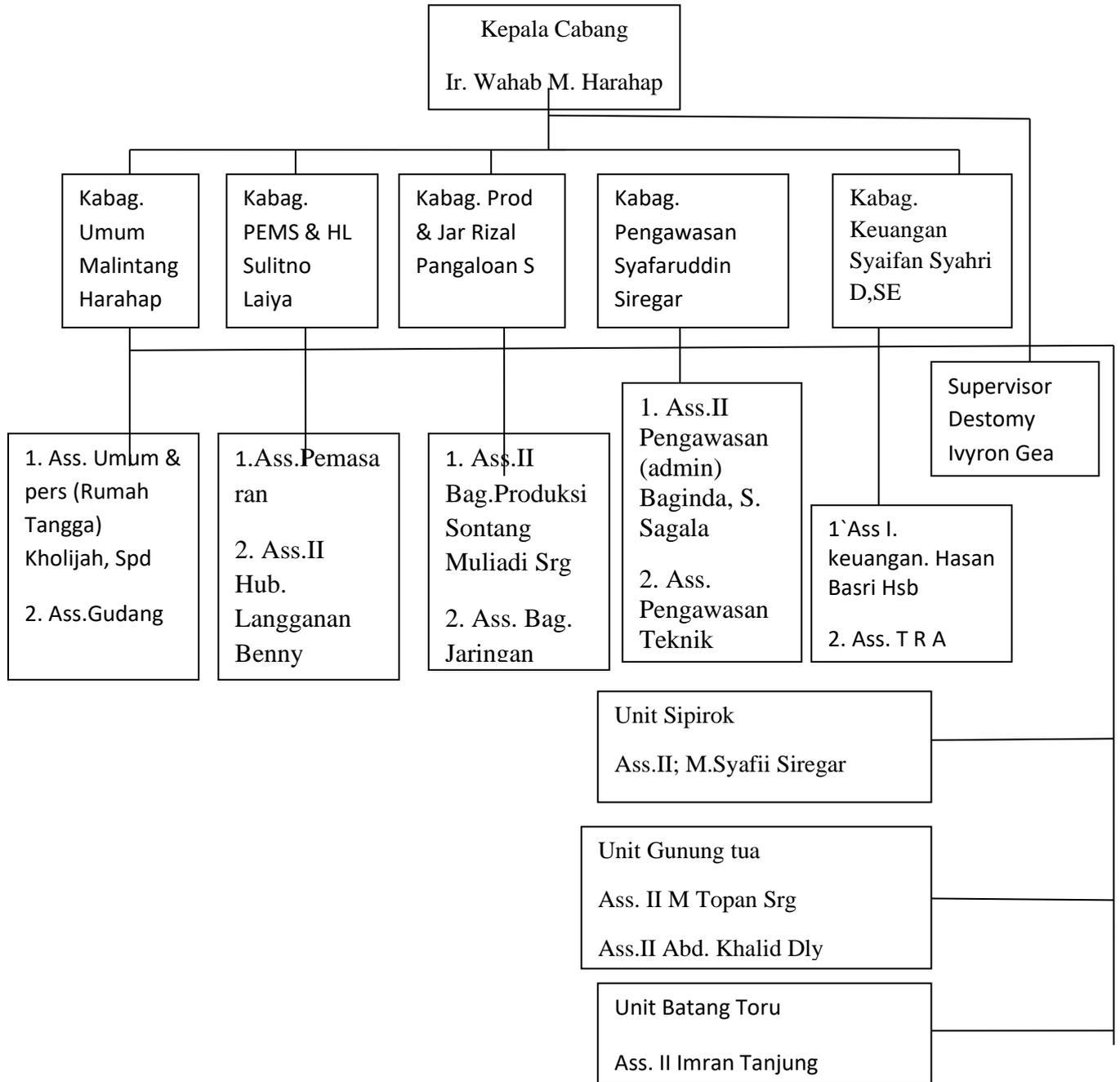
Struktur organisasi perusahaan merupakan suatu rangka yang menunjukkan setiap tugas didalam organisasi sehingga jelas batas, hubungan, wewenang dan tanggung jawab dalam usaha mencapai tujuan yang diinginkan perusahaan. Organisasi dan manajemen yang baik akan memberikan keseimbangan pada tugas, pendelegasian, kekuasaan, kesatuan perintah, tanggung jawab perintah, tanggung jawab serta wewenang. Hal ini memberikan efek yang positif pada perusahaan dimana perusahaan akan menemukan kelancaran dalam menjalankan aktivitas-aktifitasnya.

Pada prinsipnya bentuk struktur organisasi yang digunakan pada suatu perusahaan tergantung pada sigat dan divisinya yang timbul diperusahaan. Bila ditinjau dari PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan bahwa struktur organisasi yang digunakan adalah bentuk garis perdividi/kepala bagian. Karena dalam hal ini seorang pimpinan dibantu oleh divisi-divisi yang sudah diatur dalam tugasnya untuk membantu pimpinan/kepala cabang. Untuk mengatur dan menjalankan perusahaan secara sistematis dapat dilihat dari struktur organisasi pada PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan pada gambar di bawah ini:

Demikian tercapainya tujuan umum suatu instansi diperlukan suatu wadah untuk mengatur seluruh aktivitas maupun kegiatan instansi tersebut. Pengaturan ini dihubungkan dengan koordinasi yang baik tujuan perusahaan dapat dicapai.

Berikut ini adalah struktur organisasi pada PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan:

Struktur Organisasi PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan



a. Pembagian Tugas dan Tanggung Jawab Struktur Organisasi

Berdasarkan gambar struktur organisasi pada PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan dibawah ini peneliti akan menguraikan bidang-bidang pekerjaan dan tanggung jawab masing-masing bagian pada PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan.

Dalam melaksanakan tugas, wewenang dan tanggung jawab dilaksanakan oleh:

1. Kepala Cabang
2. Kabag. Jaringan Perpipaan
3. Kabag. Pemasaran
4. Kabag. Keuangan
5. Kabag. Umum dan Personalia
6. Kabag. Hubungan Lapangan
7. Kabag. Pengawasan

Maka dapat dijelaskan pembagian tugas dan tanggung jawab masing-masing sebagai berikut:

1. Kepala Cabang

Kepala Cabang bertanggung jawab kepada direksi dengan uraian tugas, wewenang dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Memimpin dan melaksanakan pelaksanaan kegiatan cabang.
- b. Melaksanakan dan melakukan program kerja cabang.
- c. Membantu dan menyusun usulan anggaran tahunan cabang setelah berkonsultasi dengan unit kerja penyusunan anggaran.

- d. Memelihara hubungan kerja yang baik dengan sesama pihak yang berhubungan dengan cabang baik internal maupun eksternal.
- e. Memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada pelanggan air minum.

2. Kepala Bagian Jaringan Perpipaan

Kabag jaringan perpipaan bertanggung jawab kepada kepala cabang dengan uraian tugas, wewenang dan bertanggung jawab sebagai berikut:

- a. Melakukan koordinasi dengan bagian lain yang berhubungan dengan tugasnya.
- b. Merencanakan dan melaksanakan program kerja bagian jaringan dan perpipaan.
- c. Menjaga kualitas air dalam pipa distribusi dan melakukan pencucian pipa, spui, *wash out* dan kebersihan pipa pada saat pekerjaan pemasangan pipa.
- d. Membantu kepala cabang untuk menyediakan data dan informasi yang diperlukan oleh pihak internal dan eksternal.
- e. Melaksanakan semua tugas di perusahaan dan tugas-tugas lain yang diberikan oleh kepala cabang.

3. Kepala Bagian Pemasaran

Kabag pemasaran bertanggung jawab kepada kepala cabang dengan uraian tugas, wewenang tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Melakukan koordinasi dengan bagian lain yang berhubungan dengan tugasnya.
- b. Merencanakan dan melaksanakan program kerja bagian pemasaran.
- c. Melaksanakan proses ssambung baru, menyambung kembali pergantian pipa dinas, meter air dan lain-lain yang berhubungan dengan pelanggan.
- d. Melakukan survey, perencanaan arsip dan gambar jaringan pipa lokasi calon pelanggan.
- e. Membantu kepala cabang untuk menyediakan informasi dan data yang diperlukan oleh pihak internal maupun eksternal.

4. Kepala Bagian Keuangan

Kabag keuangan bertanggung jawab kepada kepala cabang dengan uraian tugas, wewenang dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Melakukan koordinasi dengan bagian lain yang berhubungan dengan tugasnya.
- b. Merencanakan dan melaksanakan program kerja bagian keuangan.
- c. Mengatur penyimpanan uang dalam batas tertentu sesuai dengan ketentuan.
- d. Mengelola buku kas bank dan buku kas dana kerja sesuai ketentuan yang berlaku.
- e. Mengupayakan panagihan guna meminimumkan saldo tunggakan rekening.

5. Kepala Bagian Umum dan Personalia

Kabag umum dan personalia bertanggung jawab kepada kepala cabang dengan uraian tugas, wewenang dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Melaksanakan koordinasi dengan bagian lain yang berhubungan dengan tugasnya.
- b. Merencanakan dan melaksanakan program kerja bagian umum.
- c. Memproses pengadaan/pembelian barang untuk kebutuhan cabang sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan.
- d. Mengelola dan melaksanakan segala hal yang berkaitan dengan ketatausahaan, kepegawaian, rumah tangga dan angkutan.
- e. Mendata hal-hal yang berkaitan dengan disiplin kepegawaian.

6. Kepala Bagian Hubungan Lapangan

Kabag hubungan langganan bertanggung jawab kepada kepala cabang dengan uraian tugas, wewenang dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Melakukan koordinasi dengan bagian lain yang berhubungan dengan tugasnya.
- b. Merencanakan dan melaksanakan program kerja bagian hubungan langganan.
- c. Melakukan evaluasi tentang kondisi meter air seluruh pelanggan.
- d. Melayani proses permohonan reduksi, perubahan golongan tarif, baik nama lain-lain yang berhubungan dengan pelanggan.

- e. Memeriksa dan mengamankan akurasi data pada hubungan langganan

7. Kepala Bagian Pengawasan

Kabag pengawasan bertanggung jawab kepada kepala cabang dengan uraian tugas, wewenang dan tanggung jawab sebagai berikut:

- a. Melakukan koordinasi dengan bagian lain yang berhubungan dengan tugasnya.
- b. Merencanakan dan program kerja bagian hubungan pengawasan.
- c. Melakukan monitoring dan penyampaian informasi adanya penyimpangan kerja dan standar, prosedur maupun ketentuan-ketentuan yang berlaku sebagai pedoman kerja baik dilakukan bagian lain maupun oleh pihak ketiga.
- d. Memberika laporan kepada kepala cabang atas kemungkinan terjadinya gangguan pada jaringan perpipaan yang diakibatkan oleh prosedur kerja.
- e. Membantu kepala cabang untuk menyediakan data dan informasi yang dibutuhkan oleh pihak internal maupun eksternal.

C. Hasil Estimasi

Di dalam penelitian ini dikumpulkan data primer untuk mengetahui analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan melalui penyebaran kuesioner kepada 77 responden yang menjadi sampel penelitian.

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Sebelum angket diberikan kepada responden, terlebih dahulu divalidasikan kepada dua orang validator yang ahli dalam bidangnya untuk memperoleh angket yang layak dan mudah dipahami responden. Setelah dinyatakan valid oleh validator, angket tersebut langsung dibagikan kepada responden dalam sampel penelitian ini. Setelah data diperoleh, maka datapun diolah dengan menggunakan *software SPSS Versi 21*.

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program *software SPSS Versi 21*. Selain melihat nilai signifikansi juga dengan cara membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, dikatakan valid jika nilai r hitung lebih besar dari nilai r tabel ($77 : 0,05 = 0,221$)

1) Uji Validitas Instrumen Variabel Kualitas Produk

Tabel 4.1

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,613	Instrument valid jika r hitung > r tabel dengan n = 77. Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh r tabel = 0,221	Valid
Item 2	0,503		Valid
Item 3	0,594		Valid
Item 4	0,525		Valid
Item 5	0,677		Valid
Item 6	0,659		Valid
Item 7	0,412		Valid
Item 8	0,515		Valid
Item 9	0,533		Valid
Item 10	0,695		Valid
Item 11	0,684		Vaid
Item 12	0,526		Valid
Item 13	0,522		Valid
Item 14	0,490		Valid
Item 15	0,488		Valid

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel kualitas produk memiliki status valid.

Dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 77$ adalah 0,221.

2) Uji Validitas Instrumen Variabel *Responsiveness*

Tabel 4.2

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,413	Instrument valid jika r hitung > r tabel dengan n = 77. Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh r tabel = 0,221	Valid
Item 2	0,638		Valid
Item 3	0,342		Valid
Item 4	0,322		Valid
Item 5	0,479		Valid
Item 6	0,288		Valid
Item 7	0,362		Valid
Item 8	0,400		Valid
Item 9	0,247		Valid
Item 10	0,297		Valid
Item 11	0,229		Valid
Item 12	0,593		Valid

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel *Responsiveness* memiliki status valid.

Dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 77$ adalah 0,221.

3) Uji Validitas Instrumen Variabel Harga

Tabel 4.3

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	Keterangan
Item 1	0,462	Instrument valid jika r hitung > r tabel dengan n = 77. Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh r tabel = 0,221	Valid
Item 2	0,488		Valid
Item 3	0,492		Valid
Item 4	0,408		Valid
Item 5	0,224		Valid
Item 6	0,242		Valid
Item 7	0,232		Valid
Item 8	0,385		Valid
Item 9	0,378		Valid
Item 10	0,566		Valid

Berdasarkan tabel diatas maka dapat dilihat juga bahwa seluruh pertanyaan untuk variabel harga memiliki status valid. Dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 77$ adalah 0,221.

4) Uji Validitas Instrumen Variable Kepuasan Pelanggan

Tabel 4.4

Item Pertanyaan	r hitung	r tabel	keterangan
Item 1	0,279	Instrument valid jika r hitung > r tabel dengan n = 77. Pada taraf signifikansi 5% sehingga diperoleh r tabel = 0,221	Valid
Item 2	0,267		Valid
Item 3	0,269		Valid
Item 4	0,287		Valid
Item 5	0,242		Valid
Item 6	0,240		Valid
Item 7	0,470		Valid
Item 8	0,299		Valid
Item 9	0,500		Valid
Item 10	0,225		Valid
Item 11	0,549		Valid
Item 12	0,327		Valid
Item 13	0,498		Valid
Item 14	0,311		Valid
Item 15	0,328		Valid

Dari hasil uji validitas kepuasan pelanggan di atas dapat disimpulkan bahwa item pernyataan item 1 sampai dengan item 15 adalah valid. Dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n = 77$ adalah 0,221.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Pengujian reliabilitas dilakukan dengan bantuan komputer menggunakan program *software SPSS Versi 21*. Pengambilan keputusan berdasarkan jika nilai Alpha melebihi 0,600 maka pertanyaan variabel tersebut reliabel dan sebaliknya.

Hasil Uji Reliabilitas

Tabel 4.5

Variabel	Cronbach's Alpha	N of Items	Keputusan
Kualitas Produk	0,745	15	Reliabel
<i>Responsiveness</i>	0,645	12	Reliabel
Harga	0,617	10	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,610	15	Reliabel

Berdasarkan hasil tabel *reliability statistic* diatas menunjukkan bahwa *cronbach alpa* untuk variabel kualitas produk adalah $0,745 > 0,600$, variabel *responsiveness* adalah $0,645 > 0,600$, variabel harga adalah $0,617 > 0,600$, dan untuk variabel kepuasan pelanggan $0,610 > 0,600$ sehingga dapat disimpulkan bahwa pada variabel Kualitas Produk (X_1), *Responsiveness* (X_2), Harga (X_3) dan Kepuasan Pelanggan (Y) adalah reliabel.

D. Teknik Analisis Data

Dalam teknik analisis data ini, peneliti menggunakan alat analisis regresi linear berganda untuk melakukan pengujian hipotesis. Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas, pada data yang sudah valid dan reliabel dilakukan uji deskriptif. Setelah itu dilakukan uji asumsi klasik, meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, uji heterokedastisitas dan uji autokorelasi. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan program *software SPSS Versi 21*.

1. Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menjelaskan atau menggambarkan statistik data berupa nilai standar deviasi, nilai terendah (*minimum*), nilai terbesar (*maksimum*) dan rata-rata (*mean*) untuk setiap variabel.

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk	77	33.00	71.00	62.0260	5.22387
<i>Responsiveness</i>	77	45.00	56.00	51.1299	2.56161
Harga	77	37.00	47.00	42.0260	1.71659
Kepuasan Pelanggan	77	57.00	66.00	63.1299	2.24400
Valid N (listwise)	77				

Berdasarkan hasil analisis di atas dapat diketahui bahwa jumlah responden (N) variabel kualitas produk ada 77, nilai minimum adalah 33,00, nilai maksimum adalah 71,00, nilai rata-rata adalah 62,0260 dan standar deviasinya adalah 5,22387. Untuk responden (N) variabel *responsiveness* ada 77, nilai minimum adalah 45,00, nilai maksimum adalah 56,00, nilai

rata-rata adalah 51,1299 dan standar deviasinya adalah 2,56161. Untuk responden (N) variabel harga ada 77, nilai minimum adalah 37,00, nilai maksimum adalah 47,00, nilai rata-rata adalah 42,0260 dan standar deviasinya adalah 1,71659. Untuk responden (N) variabel Kepuasan Pelanggan ada 77, nilai minimum adalah 57,00, nilai maksimum adalah 66,00, nilai rata-rata adalah 63,1299 dan standar deviasinya adalah 2,24400.

2. Uji Asumsi Dasar

a. Uji Normalitas

Untuk menguji normalitas data secara statistik dapat dilakukan dengan menggunakan Uji Statistik *One Kolmogorov-Smirnov*. Dengan pengambilan keputusan jika nilai signifikansi $(0,05) <$ nilai probabilitas signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* maka data tersebut berdistribusi normal. Jika nilai signifikansi $(0,05) >$ nilai probabilitas signifikansi *Kolmogorov-Smirnov* maka data tersebut tidak berdistribusi normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas Produk	<i>Responsiveness</i>	Harga	Kepuasan Pelanggan
N		77	77	77	77
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	62.0260	51.1299	42.0260	63.1299
	Std. Deviation	5.22387	2.56161	1.71659	2.24400
Most Extreme Differences	Absolute	.199	.129	.142	.135
	Positive	.158	.081	.142	.100
	Negative	-.199	-.129	-.106	-.135
Kolmogorov-Smirnov Z		1.749	1.133	1.250	1.188
Asymp. Sig. (2-tailed)		.064	.153	.088	.119

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Berdasarkan tabel tersebut, diketahui bahwa nilai signifikansi *Asymp. Sig (2-tailed)* sebesar 0,119 lebih besar dari 0,05. Maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas *Kolmogorov-*

Smirnov tersebut, dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi persyaratan normalitas dalam model regresi sudah terpenuhi.

b. Uji Linearitas

Untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Suatu uji atau analisis yang dilakukan dalam penelitian ini harus berpedoman pada dasar pengambilan keputusan yang jelas. Dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas dapat dilakukan dengan dua cara, yaitu:

- 1) Membandingkan Nilai Signifikansi (Sig) dengan 0,05. Jika nilai *Deviation from Linearity Sig.* > 0,05, maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent. Sedangkan nilai *Deviation from Linearity Sig.* < 0,05, maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent.
- 2) Membandingkan Nilai F hitung dengan F tabel. Jika nilai F hitung < F tabel, maka ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent. Sedangkan nilai F hitung > F tabel, maka tidak ada hubungan yang linear secara signifikan antara variabel independent dengan variabel dependent.

Hasil Regresi

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	(Combined)	82.677	19	4.351	.827	.668
	Between Groups	.965	1	.965	.183	.670
KP * KP	Deviation from Linearity	81.712	18	4.540	.862	.623
	Within Groups	300.024	57	5.264		
	Total	382.701	76			

Seperti yang sudah dijelaskan di awal, bahwa dasar pengambilan keputusan dalam uji linearitas dapat dilakukan dengan dua cara yakni melihat nilai signifikansi dan nilai F. Berdasarkan nilai signifikansi (Sig) dari output di atas diperoleh nilai *Deviation from Linearity* Sig, adalah 0,623 lebih besar dari 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel Kualitas Produk (X) dengan variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Berdasarkan nilai F dari output diatas, diperoleh nilai F hitung adalah $0,862 < F$ tabel 1,85. Karena nilai F hitung lebih kecil dari F tabel maka dapat disimpulkan bahwa ada hubungan linear secara signifikan antara variabel Kualitas Produk (X) dengan variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

3. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan peneliti untuk mengetahui apakah terjadi hubungan yang tinggi (korelasi) di antara variabel-variabel independent penelitian ini. Data yang baik adalah data yang bebas dari

asumsi multikolinearitas. Jika nilai *Variance Inflation Factor* VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,1.

Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	69.064	8.705		7.934	.000		
1 Kualitas Produk	.015	.051	.036	2.990	.766	.949	1.054
<i>Responsiveness</i>	.086	.104	.098	.824	.412	.954	1.049
Harga	.059	.153	.045	3.875	.700	.981	1.019

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui nilai VIF untuk variabel kualitas produk adalah $1,054 < 10$, variabel *responsiveness* adalah $1,049 < 10$ dan variabel harga adalah $1,019 < 10$. Jadi dapat disimpulkan nilai VIF dari ketiga variabel diatas lebih kecil 10 (VIF < 10).

Sementara itu nilai *Tolerance* untuk variabel kualitas produk adalah $0,949 > 0,1$, variabel *responsiveness* adalah $0,954 > 0,1$ dan variabel harga adalah $0,981 > 0,1$. Jadi dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari ketiga variabel adalah lebih besar dari 0,1 (*Tolerance* > 0,1). Berdasarkan penilaian diatas dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan peneliti untuk mengetahui apakah terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu ke pengamatan lain. Data

yang baik adalah data yang bebas dari asumsi heteroskedastisitas.

Asumsi heteroskedastisitas dalam dilihat pada gambar dibawah ini:

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a				t	Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			
	B	Std. Error	Beta			
(Constant)	69.064	8.705			7.934	.000
1 Kualitas Produk	.015	.051	.036		2.990	.766
<i>Responsiveness</i>	.086	.104	.098		.824	.412
Harga	.059	.153	.045		3.875	.700

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan tabel diatas kesimpulannya adalah apabila nilai signifikansi (Sig.) > 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas. Dari output diatas, maka tampak bahwa ketiga variabel tidak ada gejala heteroskedastisitas karena Sig. > 0,05. Karena nilai signifikansi variabel kualitas produk 0,766, variabel *responsiveness* 0,412 dan variabel harga 0,700. Ketiga variabel tersebut lebih besar dari Sig. 0,05.

c. Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik autokorelasi yaitu korelasi yang terjadi antara residual pada satu pengamatan dengan pengamatan lain pada model regresi. Model regresi yang baik adalah model regresi yang bebas dari autokorelasi. Ada beberapa cara yang dapat digunakan untuk mendeteksi ada atau tidaknya autokorelasi. Metode pengujian yang

sering digunakan adalah dengan uji *Durbin-Watson* (uji DW) dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika d (Durbin Watson) lebih kecil dari dL atau lebih besar dari $(4-dL)$ maka hipotesis nol ditolak, yang berarti terdapat autokorelasi.
2. Jika d (Durbin Watson) terletak antara dU dan $(4-dU)$, maka hipotesis nol diterima, yang berarti tidak ada autokorelasi.
3. Jika d (Durbin Watson) terletak antara dL dan dU atau diantara $(4-dU)$ dan $(4-dL)$, maka tidak menghasilkan kesimpulan yang pasti.

Hasil Uji Autokorelasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.121 ^a	.015	.026	2.27285	1.725

a. Predictors: (Constant), Harga, Responsiveness, Kualitas_produk

b. Dependent Variable: Kepuasan_pelanggan

Berdasarkan tabel output, *Model Summary* diatas, diketahui nilai *Durbin-Watson* (d) adalah sebesar 1,725. Selanjutnya nilai akan dibandingkan dengan nilai tabel *Durbin-Watson* pada signifikansi 5% dengan rumus

$(k ; N)$. Adapun jumlah variabel independent adalah 3 atau " k " = 3, sementara jumlah sampel atau " N " = 77, maka $(k ; N) = (3 ; 77)$.

Angka ini kemudian kita lihat pada distribusi nilai tabel *Durbin-Watson*. Maka ditemukan nilai dL sebesar 1,57710 dan dU sebesar 1,68348. Nilai *Durbin-Watson* (d) sebesar 1,725 lebih besar dari batas (dU) yakni 1,68348 dan kurang dari $(4-dU)$ $4-1,68348 = 2,31652$.

Maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji *Durbin-Watson* tersebut, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat masalah atau gejala autokorelasi. Dengan demikian maka analisis regresi linear berganda untuk uji hipotesis penelitian ini dapat dilanjutkan.

4. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda ini digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Dengan demikian, secara sederhana dapat dikatakan bahwa, apabila kita ingin mengetahui ada tidaknya pengaruh satu variabel X terhadap variabel Y maka digunakan analisis sederhana. Sementara apabila kita ingin mengetahui pengaruh dua variabel X atau lebih terhadap variabel Y maka digunakan analisis regresi linear berganda.

Hasil Uji Analisis Linear Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	69.064	8.705		7.934	.000
1					
Kualitas Produk	.015	.051	.036	2.990	.766
<i>Responsiveness</i>	.086	.104	.098	.824	.412
Harga	.059	.153	.045	3.875	.700

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasar tabel tersebut dapat diperoleh rumus regresi sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$$

$$Y = (69,064) + 0,15 X_1 + 0,86 X_2 + 0,59 X_3 + e$$

Interpretasi dari regresi tersebut adalah sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 69,064 artinya apabila kualitas produk, *responsiveness* dan harga bernilai nol (0) maka tingkat kepuasan pelanggan sebesar 69,064.
2. Nilai koefisien regresi pada kualitas produk sebesar 0,15, jika kualitas produk meningkat 1% sementara variabel lain tetap, maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,15 atau 15 % artinya jika kualitas produk meningkat maka kepuasan pelanggan juga meningkat.
3. Nilai koefisien regresi pada *responsiveness* sebesar 0,86, jika *responsiveness* meningkat 1% sementara variabel lain tetap, maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,86 atau 86 % artinya jika *responsiveness* meningkat maka kepuasan pelanggan juga meningkat.
4. Nilai koefisien regresi pada Harga sebesar 0,59, jika harga meningkat 1% sementara variabel lain tetap, maka kepuasan pelanggan meningkat sebesar 0,59 atau 59 % artinya jika harga meningkat maka kepuasan pelanggan juga meningkat.

5. Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan hal yang penting ketika kita melakukan penelitian, bisa dibilang tahap ini menjadi penentu apakah penelitian yang telah kita lakukan berhasil atau sebaliknya.

a. Uji Parsial (Uji t)

Uji t merupakan salah satu uji hipotesis penelitian dalam analisis regresi linear sederhana maupun analisis regresi linier berganda. Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau variabel

independent (X) secara parsial (sendiri-sendiri) berpengaruh terhadap variabel terikat atau variabel dependen (Y). Adapun hipotesis yang kita ajukan dalam penelitian ini adalah:

- 1) H₁ atau hipotesis pertama: ada pengaruh Kualitas Produk (X₁) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
- 2) H₂ atau hipotesis kedua: ada pengaruh *Responsiveness* (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).
- 3) H₃ atau hipotesis ketiga: ada pengaruh Harga (X₃) terhadap Kepuasan Pelanggan.

Hasil Uji Regresi Parsial (Uji t)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	69.064	8.705		7.934	.000
	Kualitas Produk	.015	.051	.036	2.990	.766
	<i>Responsiveness</i>	.086	.104	.098	.824	.412
	Harga	.059	.153	.045	3.875	.700

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari tabel output SPSS “Coefficients^a” diatas, kita akan melakukan uji untuk mengetahui apakah variabel Kualitas Produk (X₁), *Responsiveness* (X₂) dan Harga (X₃) secara parsial berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Dari hasil output diatas dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel kualitas produk sebesar 2,290 sedangkan t_{tabel} diperoleh 1,993 ini berarti t_{hitung} > t_{tabel} (2,290 > 1,993) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan

bahwa secara parsial ada pengaruh antara faktor kualitas produk terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Sedangkan t_{hitung} untuk variabel *responsiveness* pada perhitungan di atas sebesar 0,824 dan untuk t_{tabel} adalah 1,993 ini berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,824 < 1,993$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan secara parsial tidak ada pengaruh antara faktor *responsiveness* terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Sedangkan t_{hitung} untuk variabel harga pada perhitungan di atas sebesar 3,875 dan untuk t_{tabel} sebesar 1,993, ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,875 > 1,993$) maka H_a diterima, jadi dapat disimpulkan secara parsial ada pengaruh antara faktor harga terhadap variabel kepuasan pelanggan.

b. Uji Koefisien Regresi Simultan (Uji F)

Uji F yaitu untuk mengetahui pengaruh variabel X secara simultan atau bersama-sama atau gabungan terhadap variabel Y. Adapun hipotesis (dugaan) yang diajukan dalam uji F ini adalah “Ada pengaruh kualitas produk (X_1), *responsiveness* (X_2) dan harga (X_3) secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Hasil Uji Regresi Simultan (Uji F)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	.002	3	.001	3.413	.052
Residual	.097	73	.001		
Total	.099	76			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Harga (X_3), *Responsiveness* (X_2), Kualitas Produk (X_1)

Dari hasil output diatas, diketahui nilai F hitung adalah sebesar 3,413. Karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($3,413 > 2,730$), maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain kualitas produk (X_1), *responsiveness* (X_2) dan harga (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Dengan catatan F tabel dicari pada tabel distribusi nilai r tabel statistik pada signifikansi 5% atau 0,05 dengan menggunakan rumus:

$$F_{tabel} = (k; n-k) \text{ yaitu } (3; 77-3) = (3 ; 77) = 2,730$$

Dimana “k” adalah jumlah variabel independen (X), sementara “n” adalah jumlah responden atau sampel penelitian.

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (R Square atau R kuadrat) yang bermakna sebagai sumbangan pengaruh yang diberikan variabel independent (X) terhadap variabel dependent (Y), atau dengan kata lain nilai koefisien determinasi atau R^2 ini berguna untuk memprediksi dan melihat sebesar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Y.

Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.121 ^a	.115	.124	.785

a. Predictors: (Constant), Harga, *Responsiveness*, Kualitas Produk

Berdasarkan tabel *Model Summary* di atas diperoleh R^2 sebesar 0,124 atau 12,4%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent sebesar 12,4% sedangkan sisanya 87,6 % dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam model penelitian ini.

6. Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini berjudul “Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan” Dari hasil analisis yang dilakukan pada penelitian ini yaitu pada butir-butir pertanyaan memiliki status valid dan pertanyaan pada setiap variabel menunjukkan pertanyaan yang reliabel. Sehingga instrument sah untuk digunakan dalam pencarian data. Berdasarkan hasil analisis regresi yang digunakan pada penelitian ini diketahui bahwa:

- a. Berdasarkan hasil output dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel kualitas produk sebesar 2,290 sedangkan t_{tabel} diperoleh 1,993 ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($2,290 > 1,993$) maka H_a diterima. Jadi dapat disimpulkan bahwa secara parsial ada pengaruh antara faktor kualitas produk terhadap variabel kepuasan pelanggan.
- b. Berdasarkan hasil output dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel *responsiveness* pada perhitungan di atas sebesar 0,824 dan untuk t_{tabel} adalah 1,993 ini berarti $t_{hitung} < t_{tabel}$ ($0,824 < 1,993$) maka H_0 ditolak. Jadi dapat disimpulkan secara parsial tidak ada pengaruh antara faktor *responsiveness* terhadap variabel kepuasan pelanggan.

- c. Berdasarkan hasil output dapat dilihat bahwa t_{hitung} untuk variabel harga pada perhitungan diatas sebesar 3,875 dan untuk t_{tabel} sebesar 1,993, ini berarti $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($3,875 > 1,993$) maka H_a diterima, jadi dapat disimpulkan secara parsial ada pengaruh antara faktor harga terhadap variabel kepuasan pelanggan.
- d. Dari hasil uji secara simultan (uji F), diketahui nilai F hitung adalah sebesar 3,413. Karena nilai $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($3,413 > 2,730$), maka sebagaimana dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau dengan kata lain kualitas produk (X_1), *responsiveness* (X_2) dan harga (X_3) secara simultan berpengaruh terhadap prestasi (Y).
- e. Berdasarkan uji koefisien determinasi (R^2) menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependent sebesar 12,4% sedangkan sisanya 87,6 % dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain.
- f. Model regresi ini juga dinyatakan lulus dari uji asumsi klasik. Nilai VIF untuk variabel kualitas produk adalah $1,054 < 10$, variabel *responsiveness* adalah $1,049 < 10$ dan variabel harga adalah $1,019 < 10$. Jadi dapat disimpulkan nilai VIF dari ketiga variabel diatas lebih kecil 10 ($VIF < 10$). Sementara itu nilai *Tolerance* untuk variabel kualitas produk adalah $0,949 > 0,1$, variabel *responsiveness* adalah $0,954 > 0,1$ dan variabel harga adalah $0,981 > 0,1$. Jadi dapat disimpulkan nilai *Tolerance* dari ketiga variabel adalah lebih besar dari 0,1 ($Tolerance > 0,1$).

Berdasarkan penilaian diatas dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas antar variabel bebas.

Untuk uji heteroskedastisitas, kesimpulannya adalah apabila nilai signifikansi (Sig.) > 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

Dari output tersebut, maka tampak bahwa ketiga variabel tidak ada gejala heteroskedastisitas karena Sig. > 0,05. Karena nilai signifikansi variabel kualitas produk 0,766, variabel *responsiveness* 0,412 dan variabel harga 0,700. Ketiga variabel tersebut lebih besar dari Sig. 0,05.

7. Keterbatasan Hasil Penelitian

Seluruh rangkaian kegiatan dalam penelitian ini telah dilaksanakan sesuai dengan langkah-langkah yang sudah ditetapkan dalam metodologi penelitian hal ini yang dimaksud agar hasil yang diperoleh benar-benar objektif dan sistematis. Namun untuk mendapatkan hasil yang sempurna dari suatu penelitian yang terbatas.

Adapun keterbatasan-keterbatasan yang dihadapi penulis selama penelitian dalam penyusunan skripsi ini adalah dalam menyebarkan angket penulis tidak mengetahui kejujuran responden-responden dalam menjawab setiap pernyataan yang diberikan sehingga mempengaruhi validitas data yang diperoleh.

Walaupun demikian, penulis berusaha sekuat tenaga agar keterbatasan yang dihadapi tidak mengurangi makna penelitian ini. Akhirnya dengan segala upaya, kerja keras dan bantuan semua pihak skripsi ini dapat diselesaikan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan data dan pembahasan dari penelitian ini yang berjudul: Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan. Metode analisis yang digunakan yaitu regresi linear berganda, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa Kualitas Produk pada PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan telah dilakukan dengan baik namun harus di tingkatkan lagi.
2. *Responsiveness* secara parsial tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa *Responsiveness* pada PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan menekankan pada kecepatan karyawan dalam merespon pelanggan.
3. Harga secara parsial berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan. Hal ini menunjukkan bahwa Harga yang diberikan sesuai dengan kualitas yang salurkan.
4. Kualitas Produk, *Responsiveness* dan Harga berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan.

B. Saran

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan harus terus melakukan perbaikan seperti pada kecepatan para karyawan dalam penanganan keluhan agar pelanggan tetap setia pada PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan atas pelayanan yang diberikan. Dan untuk pelayanan yang sudah baik harus dipertahankan dan lebih ditingkatkan lagi.
2. Pada kepuasan pelanggan memang telah merasa puas namun ada sebagian tidak merasa puas. Untuk itu PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan harus peka dan melihat apa yang menjadi keinginan atau harapan pelanggan sehingga dapat menimbulkan rasa kepuasan tersendiri bagi para pelanggan.
3. Untuk kualitas air karena pelanggan utama dalam penelitian ini adalah masyarakat untuk produk air dan masih terdapat keluhan seperti air yang tidak lancar. Maka PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan harus meningkatkan kualitas produknya juga.

DAFTAR PUSTAKA

- Putri Agustina Anandar. 2015. *Jurnal Administrasi Negara* Volume 4.
- Sofjan Assauri. 1993. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Fakultas Universitas Indonesia.
- Nur Rianto Al Arif. 2012. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta.
- Suharsimi Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta
- Irham Fahmi. 2014. *Produksi dan Operasi*. Bandung: Alfabeta.
- Muhammad Firdaus. 2004. *Ekonometrika Suatu Pendekatan Aplikatif*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Ali Hasan. 2010. *Marketing Bank Syariah*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Ali Hasan. 2013. *Marketing dan Kamus-kamus Pilihan*. Yogyakarta: CAPS,
- Hilman. 2018 Wawancara Pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan.
- Mudrajad Kuncoro. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Mudrajad Kuncoro. 2004. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta: PT. BumiAksara.
- M. N, Nasution. 2010. *Manajemen Mutu Terpadu*. Bogor: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Muhammad. 2008. *Metode Penelitian Ekonomi Islam Pendekatan Kuantitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Mannan. 1997. *Teori dan Praktek Ekonomi Islam*. Yogyakarta: PT. Dana Prima Yasa
- Murti Sumami dan Salamah Wahyuni. 2006. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: CV: Andi Offset.
- Juliansyah Noor. 2011. *Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi, dan karya Ilmiah*. Jakarta: Kencana Predana Media Group.
- Nur Aswanidan Masyhuri. 2011. *Metodologi Riset Manajemen Pemasaran: Disertasi dengan Contoh Hasil Penelitian*. Malang: UIN-Maliki Press.

- Kasmir. 2008. *PemasaranJasa*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Kasmir. 2008. *Kewirausahaan*. Jakarta: Raja GrafindoPersada.
- Philip Kotler dan A.B Susanto.1994. *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Prawirosentono, Suyadi. 2007. *Filosofi Baru Tentang Manajemen Mutu Terpadu Abad 21*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Philip Kotler dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Indonesia: PT Macana Jaya Cemerlang.
- Philip Kotler dan Amstrong. 2008. *Prinsip – prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Priyatno, Duwi. 2014. *SSPS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relation & Media komunikasi*. Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada
- Rudianto. 2009. *Penganggaran*. Bandung: Erlangga.
- Setiawan dan Dwi Endah Kusri. 2010. *Ekonometrika*. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Sucipto, Agus. 2010. *Studi Kelayakan Bisnis*. Malang: UIN-MALIKI PRES
- Sucipto, Agus. 2011. *Studi Kelayakan Bisnis Analisis Integratif dan Studi Kasus*. Malang: UIN- Maliki Pres.
- Sugiyono. 2005. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Suryabrata, Sumadi. 2005. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. RajaGrafindoPersada.
- Suryana. 2013. *Kewirausahaan*. Jakarta: SalembaEmpat.
- Muhammad Teguh. 2005. *Metode Penelitian Ekonomi*. Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada.
- Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali.
- Yazid. 2008. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Zaini, Zulkifli. 2014. *Mengelola Kualitas layanan Perbankan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Lampiran 1

SURAT VALIDASI

Menerangkan bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama: Hamni Fadlilah Nst., M.Pd

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket Kualitas Produk untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan

Yang disusun oleh:

Nama : Riski Muliadi Nasution

NIM : 12 230 0157

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Adapun masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat digunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket Kualitas Produk yang baik.

Padangsidempuan, 2017

HAMNI FADLILAH NST., M.Pd

Lampiran 2

Kualitas Produk (X₁)

Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Cukup Setuju (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	2	3	4	5

No	Pernyataan	TS	KS	CS	S	SS
Performa						
1	Air yang disalurkan oleh PDAM Tirtanadi tidak macet.					
2	Air yang disalurkan oleh PDAM Tirtanadi jernih.					
3	Air yang disalurkan oleh PDAM Tirtanadi tidak berbau.					
Keistimewaan						
4	Pelanggan di layani PDAM Tirtanadi dengan baik.					
5	Loket pembayaran ada di beberapa tempat yang mudah dijangkau.					
6	Air yang disalurkan oleh PDAM Tirtanadi layak dikonsumsi oleh pelanggan.					
Keandalan						
7	Air PDAM Tirtanadi tidak keruh walau musim hujan.					
8	Kejernihan air di PDAM Tirtanadi lebih baik daripada air sumur.					
Estetika						
9	Menurut saya air di PDAM Tirtanadi kualitasnya baik.					
10	Air di PDAM Tirtanadi dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan pelanggan.					
11	Menurut saya air di PDAM Tirtanadi sesuai dengan standar kelayakan produk.					
Daya Tahan						
12	Persediaan air di musim kemarau tetap stabil.					
Kualitas yang dipersepsikan						
13	Air yang disalurkan PDAM Tirtanadi terjamin.					
14	Pelanggan merasa tidak ada keluhan selama meminum air di PDAM Tirtanadi.					
15	Pelanggan mudah dalam memperoleh pelayanan dari pihak PDAM Tirtanadi.					

Lampiran 3

SURAT VALIDASI

Menerangkan bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama: Hamni Fadlilah Nst., M.Pd

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket *Responsiveness* untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan

Yang disusun oleh:

Nama : Riski Muliadi Nasution

NIM : 12 230 0157

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Adapun masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat digunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket *Responsiveness* yang baik.

Padangsidempuan, 2017

HAMNI FADLILAH NST., M.Pd

Lampiran 4

Responsiveness (X₂)

Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Cukup Setuju (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	2	3	4	5

No	Pernyataan	TS	KS	CS	S	SS
Kecepatan						
1	Keluhan pelanggan cepat ditanggapi oleh karyawan.					
2	Transaksi dilayani dengan cepat dan tepat.					
Keramahan						
3	Ramah dalam melayani pelanggan.					
4	Sopan dalam melayani pelanggan.					
Ketepatan						
5	Ketepatan waktu <i>service</i> terhadap pelanggan.					
6	Melayani dengan cermat sehingga terhindar dari kesalahan.					
Kenyamanan						
7	Bertanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan.					
8	Selalu memberikan <i>service</i> yang memuaskan kepada pelanggan.					
Empati						
9	Cepat tanggap menghadapi masalah pelanggan.					
10	Karyawan tidak memandang status sosial pelanggan.					
Reliability (Keandalan)						
11	Karyawan tidak memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan.					
12	Permasalahan pelanggan ditanggapi dengan baik oleh karyawan.					

Lampiran 5

SURAT VALIDASI

Menerangkan bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama: Hamni Fadlilah Nst., M.Pd

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket Harga untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan

Yang disusun oleh:

Nama : Riski Muliadi Nasution

NIM : 12 230 0157

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Adapun masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat digunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket Harga yang baik.

Padangsidempuan, 2017

HAMNI FADLILAH NST., M.Pd

Lampiran 6

Harga (X₃)

Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Cukup Setuju (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	2	3	4	5

No	Pernyataan	TS	KS	CS	S	SS
Keterjangkauan Harga						
1	Harga air di PDAM Tirtanadi terjangkau oleh pendapatan pelanggan.					
2	Harga air di PDAM Tirtanadi sesuai golongan masing-masing.					
Kesesuaian Harga dengan Kualitas						
3	Harga air di PDAM Tirtanadi sesuai dengan harapan.					
4	Harga air di PDAM Tirtanadi sesuai dengan kualitasnya.					
Daya Saing Harga						
5	PDAM menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan pesaing.					
6	PDAM menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas.					
Kesesuaian Harga dan Manfaat						
7	Harga air di PDAM sesuai dengan harga yang ditetapkan.					
8	Harga air di PDAM Tirtanadi sesuai dengan pemakaiannya.					
9	Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan.					
10	Kelancaran air sesuai dengan harga yang ditentukan.					

Lampiran 7

SURAT VALIDASI

Menerangkan bahwa saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama: Hamni Fadlilah Nst., M.Pd

Telah memberikan pengamatan dan masukan terhadap angket Kepuasan Pelanggan untuk kelengkapan penelitian yang berjudul:

Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan

Yang disusun oleh:

Nama : Riski Muliadi Nasution

NIM : 12 230 0157

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Syariah

Adapun masukan yang saya berikan adalah sebagai berikut:

- 1.
- 2.
- 3.

Dengan harapan, masukan dan penilaian yang saya berikan dapat digunakan untuk menyempurnakan dan memperoleh kualitas angket Kepuasan Pelanggan yang baik.

Padangsidempuan, 2017

HAMNI FADLILAH NST., M.Pd

Lampiran 8

Kepuasan Pelanggan (Y)

Tidak Setuju (TS)	Kurang Setuju (KS)	Cukup Setuju (CS)	Setuju (S)	Sangat Setuju (SS)
1	2	3	4	5

No	Pernyataan	TS	KS	CS	S	SS
Nilai Pelanggan						
1	Pelanggan merasa puas terhadap kinerja karyawan di PDAM Tirtanadi.					
2	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan.					
3	Kebutuhan pelanggan terhadap air di PDAM Tirtanadi tinggi.					
4	PDAM Tirtanadi menjadi alternatif yang pelanggan pilih.					
Respon Pelanggan						
5	Pelanggan komplain apabila tidak puas dengan air di PDAM Tirtanadi.					
6	PDAM Tirtanadi memberikan garansi terhadap produk-produknya.					
7	Pelanggan konsisten menikmati produk PDAM Tirtanadi.					
8	Pelanggan mendapat informasi tentang PDAM Tirtanadi dari orang lain.					
9	Kecepatan dalam pemrosesan keluhan pelanggan.					
10	Semua transaksi dilayani dan dilaksanakan dengan cepat dan tepat.					
Persepsi Pelanggan						
11	Air di PDAM Tirtanadi tetap terjaga kualitasnya.					
12	Air yang dipakai sudah sesuai dengan standard harapan pelanggan.					
13	Kualitas air yang diberikan PDAM Tirtanadi sesuai dengan keinginan pelanggan.					
14	Kualitas pelayanan PDAM Tirtanadi professional.					
15	Harga yang tertera sesuai dengan pemakaian pelanggan.					

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET KUALITAS PRODUK**

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist*(√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskan pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Kualitas Produk	a. Performa	1) Air yang disalurkan oleh PDAM Tirtanadi tidak macet.				
		2) Air yang disalurkan oleh PDAM Tirtanadi jernih.				
		3) Air yang disalurkan oleh PDAM Tirtanadi tidak berbau.				
	b. Keistimewaan	1) Pelanggan dilayani PDAM Tirtanadi dengan baik.				
		2) Loket pembayaran ada di beberapa tempat yang mudah dijangkau.				
		3) Air yang disalurkan oleh PDAM Tirtanadi layak dikonsumsi oleh pelanggan.				
	c. Keandalan	1) Air PDAM Tirtanadi tidak keruh walau musim hujan.				
		2) Kejernihan air di PDAM Tirtanadi lebih baik daripada air sumur.				
	d. Estetika	1) Menurut saya air di PDAM Tirtanadi kualitasnya baik.				

	2) Air di PDAM Tirtanadi dapat dimanfaatkan untuk kebutuhan pelanggan.				
	3) Menurut saya air di PDAM Tirtanadi sesuai dengan standar kelayakan produk.				
e. Daya Tahan	1) Persediaan air di musim kemarau tetap stabil.				
f. Kualitas yang dipersepsikan	1) Air yang disalurkan PDAM Tirtanadi terjamin.				
	2) Pelanggan merasa tidak ada keluhan selama meminum air di PDAM Tirtanadi.				
	3) Pelanggan mudah dalam memperoleh pelayanan dari pihak PDAM Tirtanadi.				

Catatan:

.....
.....
.....
.....

Padangsidempuan,

2017

HAMNI FADLILAH NST., M.Pd

LEMBAR VALIDASI
ANGKET *RESPONSIVENESS*

Petunjuk:

1. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
2. Berilah tanda *checklist*(√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
3. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskan pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
4. Lembar soal terlampir.

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Soal	V	VR	TV
<i>Responsiveness</i>	1) Kecepatan	1) Keluhan pelanggan cepat ditanggapi oleh karyawan.				
		2) Transaksi dilayani dengan cepat dan tepat.				
	2) Keramahan	1) Ramah dalam melayani pelanggan.				
		2) Sopan dalam melayani pelanggan.				
	3) Ketepatan	1) Ketepatan waktu <i>service</i> terhadap pelanggan.				
		2) Melayani dengan cermat sehingga terhindar dari kesalahan.				
	4) Kenyamanan	1) Bertanggung jawab terhadap keamanan dan kenyamanan.				
		2) Selalu memberikan <i>service</i> yang memuaskan kepada pelanggan.				
	5) <i>Empathy</i> (Empati)	1) Cepat tanggap menghadapi masalah pelanggan.				
		2) Karyawan tidak memandang status sosial pelanggan.				

	3) <i>Reliability</i> (Keandalan)	1) Karyawan tidak memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan.				
		2) Permasalahan pelanggan ditanggapi dengan baik oleh karyawan.				

Catatan:

.....
.....
.....
.....

Padangsidempuan,

2017

HAMNI FADLILAH NST., M.Pd

LEMBAR VALIDASI ANGKET HARGA

Petunjuk:

5. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
6. Berilah tanda *checklist*(√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
7. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskan pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
8. Lembar soal terlampir.

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Harga	a. Keterjangkauan harga	1) Harga air di PDAM Tirtanadi terjangkau oleh pendapatan pelanggan.				
		2) Harga air di PDAM Tirtanadi sesuai golongan masing-masing.				
	b. Kesesuaian harga dengan kualitas	1) Harga air di PDAM Tirtanadi sesuai dengan harapan.				
		2) Harga air di PDAM Tirtanadi sesuai dengan kualitasnya.				
	c. Daya saing harga	1) PDAM menawarkan harga yang lebih murah dibandingkan pesaing.				
		2) PDAM menawarkan harga yang sesuai dengan kualitas.				
	d. Kesesuaian harga dan manfaat	1) Harga air di PDAM sesuai dengan harga yang ditetapkan.				
		2) Harga air di PDAM Tirtanadi sesuai dengan pemakaiannya.				
		3) Harga yang ditawarkan sesuai dengan manfaat yang dirasakan.				
		4) Kelancaran air sesuai dengan harga yang ditentukan.				

Catatan:

.....

Padangsidempuan,

2017

HAMNI FADLILAH NST., M.Pd

**LEMBAR VALIDASI
ANGKET KEPUASAN PELANGGAN**

Petunjuk:

5. Kami mohon, kiranya Bapak/Ibu memberikan penilaian ditinjau dari aspek soal-soal yang kami susun.
6. Berilah tanda *checklist*(√) pada kolom V (Valid), VR (Valid dengan Revisi), dan TV (Tidak Valid) pada tiap butir soal.
7. Untuk revisi, Bapak/Ibu dapat langsung menuliskan pada naskah yang perlu direvisi atau menuliskannya pada kolom saran yang kami berikan.
8. Lembar soal terlampir.

Variabel	Dimensi	Indikator	No. Soal	V	VR	TV
Kepuasan Pelanggan	a. Nilai Pelanggan	1) Pelanggan merasa puas terhadap kinerja karyawan di PDAM Tirtanadi.				
		2) Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan.				
		3) Kebutuhan pelanggan terhadap air di PDAM Tirtanadi tinggi.				
		4) PDAM Tirtanadi menjadi alternatif yang pelanggan pilih.				
	b. Respon Pelanggan	1) Pelanggan komplain apabila tidak puas dengan air di PDAM Tirtanadi.				
		2) PDAM Tirtanadi memberikan garansi terhadap produk-produknya.				
		3) Pelanggan konsisten menikmati produk PDAM Tirtanadi.				
		4) Pelanggan mendapat informasi tentang PDAM Tirtanadi dari orang lain.				
		5) Kecepatan dalam pemrosesan keluhan pelanggan.				
		6) Semua transaksi dilayani dan dilaksanakan dengan cepat dan tepat.				
	c. Persepsi Pelanggan	1) Air di PDAM Tirtanadi tetap terjaga kualitasnya.				
		2) Air yang dipakai sudah sesuai dengan standar harapan pelanggan.				

		3) Kualitas air yang diberikan PDAM Tirtanadi sesuai dengan keinginan pelanggan.				
		4) Kualitas pelayanan PDAM Tirtanadi professional.				
		5) Harga yang tertera sesuai dengan pemakaian pelanggan.				

Catatan:

.....

.....

.....

.....

Padangsidempuan,

2017

HAMNI FADLILAH NST., M.Pd



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan T. Rizal Nurdin Km 4.5 Suktarang Padangsidimpuan 22733
Telepon (0634) 22080 Faksimile (0634) 24022

Nomor : 1634 /In.14/G.1/PP.00.9/07/2019
Materi : Penunjukan Pembimbing Skripsi

23 Juli 2019

Bapak/ Ibu;
Dawis Harahap : Pembimbing I
Hamni Fadhlilah : Pembimbing II

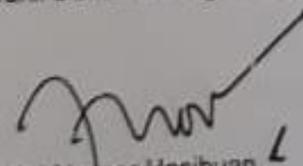
Berkenaan dengan hormat, bersama ini kami sampaikan kepada Bapak/ Ibu bahwa berdasarkan hasil sidang tim pengkajian kelayakan judul skripsi, telah ditetapkan judul skripsi mahasiswa tersebut di bawah ini :

Nama : Riski Muliadi Nasution
NIM : 122300157
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tapanuli Selatan

Untuk itu diharapkan kepada Bapak/ Ibu sebagai pembimbing mahasiswa tersebut dalam penyelesaian skripsi dan sekaligus penyempurnaan judul bila diperlukan.

Perhatian disampaikan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

an. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik



Abdul Nasser Hasibuan

dan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

Nama : Riski Muliadi Nasution
Jenis Kelamin : Laki - Laki
Tempat, tanggal lahir : Padangsidempuan, 10 Maret 1994
Anak ke : 6 (Enam) dari 6 bersaudara
Agama : Islam
Status : Belum Menikah
Alamat : Jalan Imam Bonjol Gang Bengkel
Telepon/No.HP : 081376317653

II. PENDIDIKAN FORMAL

Tahun 2000 – 2006 : SD Negeri 200222 Padangsidempuan
Tahun 2006 – 2009 : SMP Negeri 2 Padangsidempuan
Tahun 2009 – 2012 : SMK Negeri 2 Padangsidempuan
Tahun 2012 – 2019 : Program Sarjana (S1) Ekonomi Syariah IAIN
Padangsidempuan

III. IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : Muhammad Abdul Sattar Nasution
Nama Ibu : Nurmalia
Alamat : Jalan Imam Bonjol Gang Bengkel
Pekerjaan : Wiraswasta