

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Gambaran umum objek di penelitian ini yaitu berisi mengenai sejarah singkat perusahaan, stuktur organisasinya atau objek yang diteliti. Melalui observasi langsung mengenai pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) di Surabaya Barat.

4.1.1 Sejarah Perusahaan

Perusahaan Daerah Air Minum atau PDAM ialah salah satu perusahaan air minum tesukses hingga terdepan di indonesia. Perusahaan air ini merupakan sarana penyedia air bersih yang diawasi serta dikelola pemerintah daerah. Salah satu perusahaan nya yaitu PDAM Surya Sembada Surabaya. Sejak tahun 1976, saat masih berada di bawah kepemilikan Pemerintah Kota Surabaya, perusahaan penyedia air ini telah beroperasi. Fakta tersebut dikukuhkan secara resmi pada tanggal 6 November 1976 oleh Gubernur Kepala Daerah Jawa Timur melalui surat keputusan no II/155/76. Saat itu, informasi tersebut disebarluaskan melalui surat kabar daerah. Tingkat II Surabaya Tahun 1976 seri C, khusus no.4/C tanggal 23 November 1976.

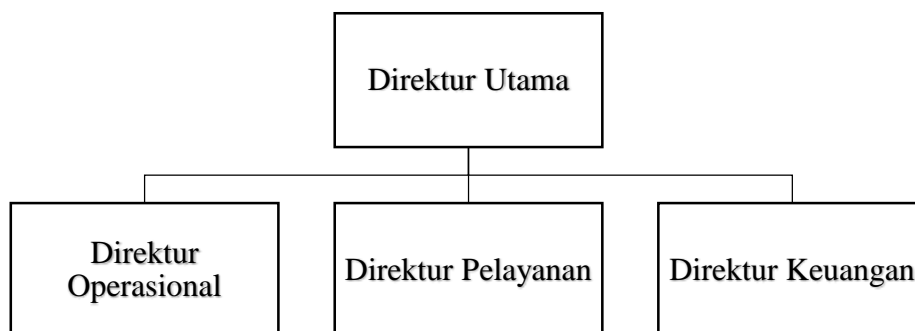
PDAM kini dapat ditemukan disetiap provinsi, kabupaten serta kota di Indonesia. PDAM Surabaya berupaya mendistribusikan air bersih kepada masyarakat umum di daerah Surabaya, Sidoarjo, Pasuruan, serta Gresik. Secara umum sejarah PDAM diawali dengan pembangunan air minum untuk 106

kabupaten atau kota, sehingga disusul dengan terbentuknya BPAM (Badan Pengelola Air Minum) serta cikal bakal PDAM pengelolaan instalasi dan sarana air minum. Dewan negara juga harus bertanggung jawab atas pembangunan mengenai unit manufaktur milik pemerintah daerah ini.

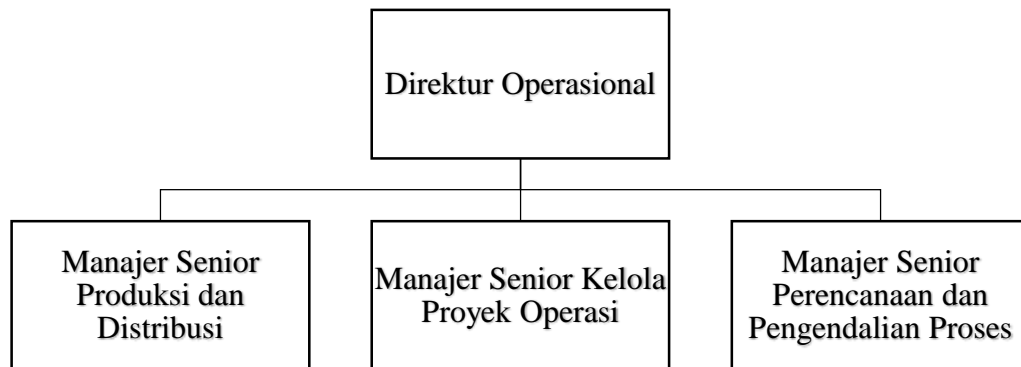
Sejak tahun 2004, sejarah lahirnya peraturan dan perundang-undangan yang menjadi landasan dan batasan hukum bagi perusahaan air minum. Pada tahun 2004, dengan lahirnya undang-undang tentang SDA (Sumber Daya Air) No.7 tahun 2004. Sesudah 60 tahun Indonesia merdeka, Indonesia ada peraturan tertinggi dibidang air minum yaitu pada PP (Peraturan Pemerintah) No.16 tahun 2005 membahas terkait pengembangan SPAM (Sistem Penyediaan Air Minum). Ketika pengembangan air minum menjadi bersifat regional dan sektoral, lahir kembali Direktorat Jendral Cipta Karya dan Direktorat mengeluarkan suatu kebijakan penyehatan PDAM.

4.1.2 Struktur Organisasi

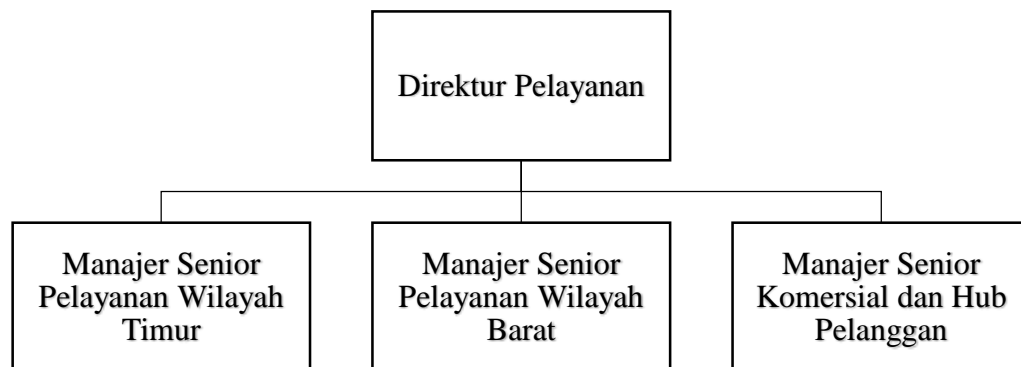
Adapun deskripsi organisasi PDAM kota Surabaya bisa diperhatikan di gambar sebagai berikut.



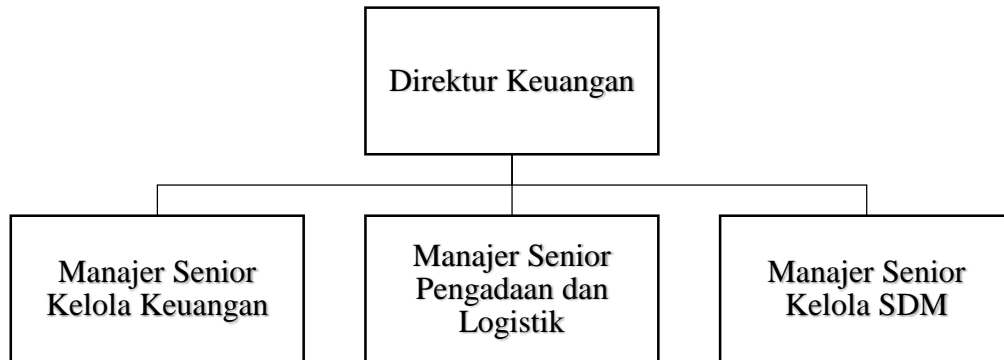
Gambar 4.1 Divisi Utama



Gambar 4.2 Divisi Operasional



Gambar 4.3 Divisi Pelayanan



Gambar 4.4 Divisi Keuangan

4.2 Hasil Penelitian

4.2.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Di bagian ini hendak menjelaskan terkait tanggapan deskriptif responden terhadap setiap variabel penelitian dengan menggunakan nilai mean, nilai max, nilai min, serta standar deviasi pada setiap variabel Kualitas Pelayanan(X1), Kualitas Produk (X2), serta Kepuasan Pelanggan (Y). Untuk temuan uji statistik deskriptif di penelitian ini yaitu:

Tabel 4.1 Hasil Analisis Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maxsimum	Mean	Std. Deviasion
Kualitas Pelayanan	100	11	20	16,63	1,988
Kualitas Produk	100	6	20	15,58	2,775
Kepuasan Pelanggan	100	6	20	16,28	2,283
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS

Menurut temuan Analisis Statistik Deskriptif diatas dalam tabel 4.3, maka bisa digambarkan suatu distribusi data yang sudah didapat peneliti yaitu:

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X1), dalam data diatas dideskripsikan bahwasanya nilai minimum 11, sementara nilai maksimum 20 dengan rata-rata yaitu 16,63 dan standar deviasi data nya adalah 1,988.
2. Variabel Kualitas Produk (X2), dalam data diatas dideskripsikan bahwasanya nilai minimum 6, sementara nilai maksimum 20 dengan rata-rata yaitu 15,58 dan standar deviasi data nya adalah 2,775.
3. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y), dalam data diatas dideskripsikan bahwasanya nilai minimum 6, sementara nilai maksimum 20 dengan rata-rata yaitu 16,28 dan standar deviasi data nya adalah 2,283.

4.3 Analisis Model atau Pengujian Hipotesis

4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Di penelitian ini hendak dijelaskan temuan uji validitas serta reliabilitas tujuannya untuk memastikan validitas dan reliabilitas pada kuisioner yang telah disebar guna memberikan informasi yang benar serta akurat.

4.3.2 Uji Validitas

Ialah suatu alat ukur yang disebut dengan angket yang digunakan didalam penelitian dengan tujuan untuk mengetahui kebenaran suatu pernyataan. Berdasarkan hasil uji validitas, pengukuran suatu variabel penelitian menentukan seberapa baik setiap pernyataan indikator yang diujikan. Instrumen dikatakan valid apabila *pearson correlation* >0,4 Sig <0,05. Sehingga temuan uji validitas penelitian ini ditunjukkan di tabel ini:

Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Total Pearson Corelation	Sig	Keterangan
Kualitas Pelayanan	X1.1	0,773	0,000	Valid
	X1.2	0,795	0,000	Valid
	X1.3	0,641	0,000	Valid
	X1.4	0,772	0,000	Valid
Kualitas Produk	X2.1	0,763	0,000	Valid
	X2.2	0,766	0,000	Valid
	X2.3	0,870	0,000	Valid
	X2.4	0,915	0,000	Valid
Kepuasan Pelanggan	Y1	0,847	0,000	Valid
	Y2	0,820	0,000	Valid
	Y3	0,777	0,000	Valid
	Y4	0,760	0,000	Valid

Sumber: Data diolah peneliti menggunakan SPSS

Berlandaskan tabel 4.2, diketahui pada kuisisioner, diperoleh bahwa poin-poin seluruh indikator pada masing-masing variabel mempunyai pearson corelation $>0,4$ serta nilai signifikan $<0,05$. Ini menjelaskan pernyataan masing-masing indikator dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang valid.

4.3.2.1 Uji Reliabilitas

Sejauh mana temuan pengukuran yang diperoleh dengan objek yang sama dan mendapat informasi data yang identik merupakan pengujian reliabilitas. Proses pengujian reliabilitas memastikan konsistensi alat ukur, memastikan bahwa alat tersebut tetap dapat diandalkan dan konsisten meskipun dilakukan pengukuran berulang kali. Berdasarkan penelitian ini, ukuran yang digunakan untuk menguji reliabilitas yaitu *Cronbach Alpha (a)*, bila skor *Alpha (a)* $>0,60$ maka diartikan keseluruhan pernyataan itu reliabel. Berikut ialah temuan uji reliabilitas yang telah diujikan:

Tabel 4.3
Hasil Uji Reliabilitas Instrument Kualitas Pelayanan (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.727	4

Sumber: Data diolah Peneliti menggunakan SPSS

Dari tabel diatas diketahui nilai reliabilitas instrumen menjelaskan bahwasanya tingkat reliabilitas instrumen penilaian cukup, sebagaimana selaras dengan Cronbach Alpha >0,60.

Tabel 4.4
Hasil Uji Reliabilitas Instrument Kualitas Produk (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.850	4

Sumber: Data diolah Peneliti menggunakan SPSS

Dari tabel diatas diketahui nilai reliabilitas instrumen menjelaskan bahwasanya tingkat reliabilitas instrumen penilaian cukup, sebagaimana selaras dengan Cronbach Alpha >0,60.

Tabel 4.5
Hasil Uji Reliabilitas Instrument Kepuasan Pelanggan (Y)

Cronbach'sAlpha	N of Items
.809	4

Sumber: Data diolah Peneliti menggunakan SPSS

Dari tabel diatas diketahui nilai reliabilitas instrumen menjelaskan bahwasanya tingkat reliabilitas instrumen penilaian cukup, sebagaimana selaras dengan Cronbach Alpha >0,60.

Tabel 4.6
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach Alpha	Reliabilitas Minimum	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,727	0,60	Reliabel
Kualitas Produk	0,850	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,809	0,60	Reliabel

Sumber: Data diolah Peneliti menggunakan SPSS

Sesuai temuan di tabel 4.6, diketahui bahwasanya nilai Cronbach Alpha pada variabel kualitas pelayanan, kualitas produk serta kepuasan pelanggan seluruhnya mempunyai nilai >0,60 dimana disimpulkan bahwasanya semua variabel yaitu reliabel.

4.3.3 Analisis Regresi Linear Berganda

Variabel independen tambahan dimasukkan ke dalam model regresi linier berganda. Arah pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat sering kali ditentukan melalui penggunaan analisis ini. Rumus model persamaan regresi ialah:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + e$$

Tabel 4.7
Hasil Uji Regresi Linear Berganda
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.305	1.382		1.668	.099
Kualitaspelayanan	.561	.090	.488	6.260	.000
Kualitasproduk	.299	.064	.363	4.657	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah Peneliti menggunakan SPSS

$$Y = 2,305 + 0,561(X1) + 0,299(X2)$$

Dimana :

1. Nilai $\alpha = 2,305$ yang menjelaskan bahwasanya bila variabel bebas yakni kualitas pelayanan (X1) serta kualitas produk (X2) dalam keadaan konstanta maka besarnya kepuasan pelanggan (Y) ialah senilai 2,305.
2. Nilai koefisien regresi (X1) = 0,561 yang menjelaskan bahwasanya tanda koefisien regresinya positif, hal inilah menjelaskan bahwasanya ada pengaruh searah antar variabel kualitas pelayanan (X1) dengan kepuasan pelanggan (Y) dimana dapat diartikan bahwasanya bila terjadi kenaikan pada variabel kualitas pelayanan (X1) sejumlah 1 satuan, maka kepuasan pelanggan hendak terjadi kenaikan senilai 0,561. Dengan itu asumsi variabel bebas lain pada kondisi konstan atau tetap.

3. Nilai koefisien regresi (X_2) = 0,299 yang menjelaskan bahwasanya tanda koefisien regresinya positif, hal inilah menjelaskan bahwasanya ada pengaruh searah antar variabel kualitas produk (X_2) dengan kepuasan pelanggan (Y) dimana dapat diartikan bahwasanya bila terjadi kenaikan pada variabel kualitas produk (X_2) sejumlah 1 satuan, maka kepuasan pelanggan hendak terjadi kenaikan senilai 0,299. Dengan itu asumsi variabel bebas lain pada kondisi konstan atau tetap.

4.3.4 Pengujian Hipotesis

4.3.4.1 Uji t

Dalam penyelidikan ini, dipergunakan guna mengetahui kebenarannya. Penerimaan hipotesis ditentukan dengan menguji tingkat signifikansi (p-value); bila tingkat signifikansi yang dihitung $< 0,05$ maka hipotesis diterima; sementara, kegagalan untuk mencapai tingkat signifikansi ini mengakibatkan penolakan hipotesis.

Tahap pengujiannya yaitu:

1. $H_0 : \beta_i = 0$ tidak ada pengaruh positif antar kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.
2. $H_a : \beta_i > 0$ ada pengaruh positif antar kualitas pelayanan dan kualitas produk.

Kriteria pengambilan keputusan yakni:

1. H_0 diterima bila $-t_{tabel} \leq t_{hitung} \leq t_{tabel}$, pada $\alpha=5\%$ $df=n-k$
2. H_0 ditolak bila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $-t_{hitung} < -t_{tabel}$

Berlandaskan hasil uji t bisa diperhatikan pengaruh dari kedua variabel bebas yakni kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan, yakni:

**Tabel 4.8 Hasil Uji t
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.305	1.382		1.668	.099
Kualitaspelayanan	.561	.090	.488	6.260	.000
Kualitasproduk	.299	.064	.363	4.657	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data diolah Peneliti menggunakan SPSS

Berlandaskan temuan uji t, kriteria temuan uji t dijalankan di tingkat $\alpha=5\%$. Dilihat $n=100$ dan $df= n-k$, maka bisa dihitung menjadi berikut:

Dimana :

k : Variabel bebas

n : Jumlah Sampel

$$\begin{aligned}
 t_{tabel} &= f (\alpha/2, n-k-1) \\
 &= f (0,025, 100-2-1) \\
 &= f (0,025,97) \\
 &= f (1,98472)
 \end{aligned}$$

$$t_{hitung} = 6,260$$

Sehingga dengan signifiksn senilai 0,05 serta didapat t_{tabel} senilai 1,984.

Temuan uji t di tabel dapat dijelaskan yakni:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tujuan dari uji t ialah guna memperhatikan signifikan atau tidaknya hubungan antar kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan individu pada variabel kepuasan pelanggan. Bisa diperhatikan temuan uji t berikut ini:

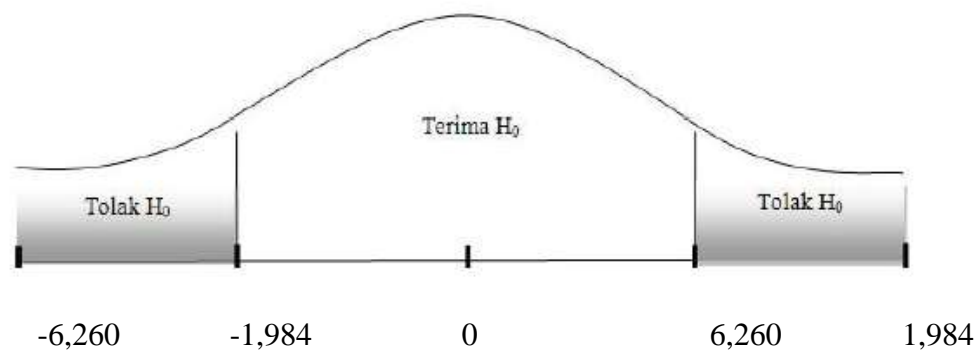
$$t_{hitung} = 6,260$$

$$t_{tabel} = 1,984$$

Kriteria pengambilan keputusan :

$$H_0 \text{ diterima } -1,984 \leq t_{hitung} \leq 1,984$$

$$H_0 \text{ ditolak } t_{hitung} > 1,984 \text{ atau } -t_{hitung} < -1,984$$



Gambar 4.5 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t pada kualitas pelayanan

Berlandaskan dari temuan uji t diatas, pengaruh kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan didapat $t_{hitung} > t_{tabel}$ senilai $6,260 > 1,984$ serta nilai sig. dengan $0,000 < 0,05$. Ini bisa diartikan bahwasanya H_0 diterima, maka disimpulkan bahwasanya kualitas pelayanan memberi pengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Tujuan dari uji t ialah guna mengetahui ada atau tidaknya kualitas produk ada pengaruh signifikan pada variabel kepuasan pelanggan, khususnya kepuasan pelanggan individu. Dapat dilihat temuan uji t berikut ini:

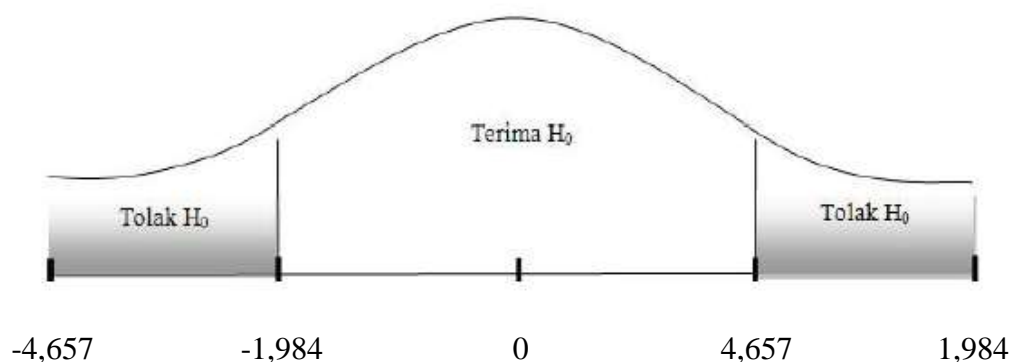
$$t_{hitung} = 4,657$$

$$t_{tabel} = 1,984$$

Kriteria pengambilan keputusan :

Ho diterima $-1,984 \leq t_{hitung} \leq 1,984$

Ho ditolak $t_{hitung} > 1,984$ atau $-t_{hitung} < -1,984$



Gambar 4.6 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji t pada kualitas produk

Berlandaskan dari temuan uji t diatas, pengaruh kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan didapat $t_{hitung} > t_{tabel}$ senilai $4,657 > 1,984$ serta nilai sig. dengan $0,000 < 0,05$. Ini diartikan bahwasanya Ho diterima, maka disimpulkan bahwasanya kualitas produk memberi pengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan.

4.3.4.2 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi yang dinyatakan pada persentase (%) dipergunakan guna mengetahui perbandingan pengaruh variabel bebas serta terikat. Itu dihitung dengan mengkuadratkan koefisien. Melalui uji determinasi hendak diketahui sejauh mana kualitas pelayanan serta kualitas produk memengaruhi kepuasan pelanggan.

Tabel 4.9 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.727 ^a	.529	.519	1.58383

1. Predictors: (Constant), Kualitasproduk, Kualitaspelayanan

Sumber: Data diolah Peneliti menggunakan SPSS

Hasil R senilai 0,727 dimana berarti bahwasanya hubungan variabel bebas terhadap variabel tergantung ialah cukup kuat. Di tabel bisa diperhatikan temuan uji regresi secara keseluruhan pada nilai R Square senilai 0,529 yang artinya menjelaskan bahwasanya kontribusi variabel kualitas pelayanan serta kualitas produk pada kepuasan pelanggan ialah senilai 52,9% . sementara sisanya 47,1% dipengaruhi variabel lainnya, dimana di penelitian ini tidak dibahas yakni harga, kepercayaan, loyalitas, serta lokasi juga masih banyak lagi.

4.4 Pembahasan

Setelah peneliti mendapat data dari responden dengan penelitian, kemudian diperoleh temuan pengolahan data dengan mempergunakan SPSS, maka analisis temuan penelitian yang telah diteliti ialah:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berlandaskan dari hasil uji t, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bahwa H_0 diterima, maka disimpulkan bahwasanya kualitas pelayanan ada pengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan.

Berdasar pada Kottler dan Amstrong dalam Indrasari (2019:61), yaitu kualitas layanan ialah sekumpulan ciri maupun karakteristik suatu produk jasa yang memiliki kemampuan terhadap sebagaimana itu dapat memuaskan kebutuhan langsung ataupun tidak, kualitas dari produk jasa memiliki peran penting atas membentuk sebuah kepuasan pelanggan. Apabila peningkatan suatu kualitas produk serta pelayanan maka pelanggan akan semakin merasa puas, sehingga suatu perusahaan akan mendapat keuntungan.

Berdasarkan dari hasil peneliti sebelumnya yang telah dijalankan Ahmad Izzudin (2020) dan Muhammad Muhsin (2020) dimana mengemukakan bahwasanya kualitas layanan ada pengaruh signifikan pada kepuasan konsumen itu selaras dengan penelitian dari penulis di PDAM di Surabaya Barat. Dengan itu, bila kualitas pelayanan dapat ditingkatkan, maka konsumen atau pelanggan hendak ikut naik dan puas.

2. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berlandaskan dari hasil uji t, pengaruh kualitas pelayanan pada kepuasan pelanggan bahwa H_0 diterima, maka disimpulkan bahwasanya kualitas produk memberi pengaruh signifikan pada kepuasan pelanggan.

Berdasar pada Kotler dan Keller (2017:121), “kualitas produk ialah kemampuan suatu produk saat menjalankan fungsinya, termasuk daya tahan,

ketepatan, keandalan, kemudahan operasi dan perbaikan, dan atribut yang bernilai lainnya”.

Berdasarkan dari hasil peneliti sebelumnya yang sudah dijalankan Ahmad Izzudin (2020) dan Muhammad Muhsin (2020) menjelaskan bahwasanya kualitas produk tidaklah ada pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen itu tidak benar, karena hasil uji yang sudah dijalankan peneliti mengemukakan kualitas produk ada pengaruh positif pada kepuasan pelanggan.