

**PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PDAM TIRTA KHAYANGAN
UNIT TANAH KAMPUNG KOTA SUNGAI PENUH**

Edia Satria

**Program Studi Ekonomi Pembangunan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Sakti Alam
Kerinci**

(Naskah diterima: 1 Januari 2021, disetujui: 30 Januari 2021)

Abstract

This study aims to examine the price, product quality and service quality of customer satisfaction at the pdam tirta khayangan unit of the kampong of the Puhuh River. while the sample in this study is the village community sub-district consists of 11 Rayon, amounting to 95 respondents. Data collection techniques in this study are primary data collected through distributing questionnaires to respondents. This research method uses quantitative methods, while the analysis technique used is multiple linear analysis, t test, f test, and test coefficient of determination. Based on the results of data analysis shows Partially there is an influence between Price to Consumer Satisfaction obtained by the regression coefficient of -0.246 Testing the relationship between the two variables shows the value of t count = -2.147 ($t_{table} > -1.985$) with significant = 0.034 (Significant < 0.05), with the magnitude of the influence of Price on Consumer Satisfaction of 4.2%. Product Quality has a significant effect on Consumer Satisfaction obtained by a regression coefficient of 0.269 Testing the relationship between the two variables shows the value of tcount = 2.722 ($t_{table} > 1.985$) with significant = 0.008 (Significant < 0.05), with the influence of product quality on Consumer Satisfaction is 6.9%. Service Quality has a significant effect on Consumer Satisfaction obtained by a regression coefficient of 0.233 Testing the relationship between the two variables shows the value of tcount = 2.606 ($t_{table} > 1.985$) with significant = 0.011 (Significant < 0.05).

Keywords: Price, Product quality, Service Quality and Consumer Satisfaction

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji harga, kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada pdam tirta khayangan unit tanah kampungkota sungai pnuh. sedangkan sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat kecamatan tanah kampung terdiri dari 11 Rayon yang berjumlah 95 responden. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah data primer yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, sedangkan teknik analisa yang digunakan adalah analisis linier berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi. Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan Secara parsial terdapat pengaruh antara Harga terhadap Kepuasan Konsumen diperoleh koefisien regresi sebesar -0,246 Pengujian hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai $t_{hitung} = -$

2,147 ($t_{\text{tabel}} > -1.985$) dengan signifikan = 0,034 (Signifikan $< 0,05$), dengan besarnya pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebesar 4,2 %. Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen diperoleh koefisien regresi sebesar 0,269 Pengujian hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai $t_{\text{hitung}} = 2,722$ ($t_{\text{tabel}} > 1.985$) dengan signifikan = 0,008 (Signifikan $< 0,05$), dengan besar pengaruh kualitas produk Terhadap Kepuasan Konsumen adalah sebesar 6,9 %. Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen diperoleh koefisien regresi sebesar 0,233 Pengujian hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai $t_{\text{hitung}} = 2,606$ ($t_{\text{tabel}} > 1.985$) dengan signifikan = 0,011 (Signifikan $< 0,05$).

Kata kunci: Harga, kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Konsumen

I. PENDAHULUAN

Air sebagai sumber kehidupan makhluk hidup terutama manusia yang berkembang dengan berbagai macam kebutuhan dasar manusia. Air menjadi kebutuhan primer yang diperlukan untuk kebutuhan sehari-hari seperti untuk minum, masak, mandi sampai kebutuhan pengolahan industri, sehingga fungsi air tidak hanya terbatas untuk menjalankan fungsi ekonomi saja, namun juga sebagai fungsi sosial. Fungsi sosial ini erat berkaitan dengan kondisi air yang sehat, jernih dan bersih sehingga sangat penting dipahami oleh semua pihak dalam rangka menjaga dan meningkatkan kesehatan masyarakat (Saputro, 2011:1).

Fungsi sosial maupun fungsi ekonomi yang dimiliki air dalam rangka memenuhi kebutuhan sehari-hari merupakan hal yang penting untuk diperhatikan, karena seiring dengan pertambahan penduduk maka kebutuhan air

tidak dapat dipungkiri akan semakin meningkat. Pemerintah dalam menyikapi hal tersebut telah mengelola sebuah perusahaan milik Negara sesuai dengan undang-undang nomor 32 tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah yaitu Perusahaan Daerah Air Minum yang biasanya lebih dikenal sebagai PDAM, sebagai salah satu perusahaan milik daerah harus mengupayakan untuk dapat menunjang terwujudnya misi dan fungsi yang diemban maka pengelolaan sistem air minum harus dilakukan dengan baik dan benar serta harus memenuhi kaidah-kaidah teknis dan ekonomis sesuai dengan standar kriteria yang telah ditentukan.

Begitu juga halnya dengan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Khayangan Unit Tanah Kampung sebagai salah satu perusahaan yang bergerak dibidang dalam distribusi air bersih yang berstatus Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dalam upaya memberikan pelayanan terhadap masyarakat dituntut

untuk memberikan kepuasan konsumen. Harapan untuk memberikan kepuasan konsumen bertumpu pada sebuah kualitas produk atau jasa dan pelayanan, bila suatu perusahaan bisa mempertahankan kualitasnya serta memberikan harapan yang dibutuhkan konsumen dalam rangka menjaga kepuasan konsumen. Sebaliknya bila hasil akhir yang diberikan pada konsumen tidak sesuai dengan harapan diduga akan terjadi ketidakpuasan konsumen.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Anggiat. P. Tambunan: hasil pengujian Hipotesis menunjukkan variabel harga berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Hal ini berarti Kesesuaian harga yang ditetapkan dengan manfaat yang diperoleh dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Penelitian yang telah dilakukan oleh Freekley Steyfli Maramis, Jantje L Sepang, dan Agus Supandi Soegoto: Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Perusahaan harus bisa menentukan strategi yang tepat agar perusahaan tersebut dapat bertahan dan berkembang. Penelitian yang telah dilakukan oleh Agustina Putri Anandar: hasil pengujian menunjukkan kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.

Dari uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian berjudul: **Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Khayangan unit Tanah Kampung.**

II. KAJIAN TEORI

1. Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler (2001: 46) kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa. Indikator Kepuasan Konsumen dalam jurnal Maramis, Sepang dan soegoto (2018:1662), yaitu : 1).Jaminan terhadap kualitas 2).Bukti nyata pelayanan 3).Memahami konsumen 4).Kehandalan 5).Daya tanggap. Persepsi dari konsumen saat menggunakan produk Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Khayangan unit Tanah Kampung kurang lebih dipengaruhi oleh kinerja serta kualitas produk dan jasa yang seharusnya diberikan secara optimal, karena konsumen merupakan prioritas utama perusahaan dalam rangka mempertahankan kelangsungan hidup perusahaan tersebut. Secara langsung maupun tidak langsung berbagai

kritikan yang dilontarkan konsumen tersebut ditujukan kepada kualitas pelayanan perusahaan daerah air minum yang merupakan masukan guna peningkatan kualitas pelayanan produk dan jasa.

2. Harga

Menurut Kotler dan Keller (2012:25) harga adalah sejumlah nilai yang ditukarkan konsumen dengan manfaat dari memiliki atau menggunakan produk atau jasa yang nilainya ditetapkan oleh pembeli dan penjual melalui tawar-menawar, atau ditetapkan oleh penjual untuk satu harga yang sama terhadap semua pembeli. Adapun indikator Harga dalam jurnal Maramis, Sepang dan Soegoto (2018:1662), yaitu: 1).Harga 2).Diskon 3).Syarat Pembayaran 4).Kewajaran. Fenomena harga pada PDAM Tirta Khayangan unit Tanah Kampung seperti harga dianggap tidak sesuai dengan pemakaian Air yang digunakan konsumen, meteran belum dicatat sehingga tidak ada pedoman yang jelas untuk pembayar tagihan rekening air, dan rumah kosong yang seharusnya hanya membayar biaya beban tetapi tarif yang dikenakan melebihi biaya beban yang ditetapkan. Konsumen mengharapkan harga yang diberikan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan harus sesuai dengan yang diharapkan, sehingga dalam rangka pemenu-

han kebutuhan dan keinginan tersebut dapat diiringi oleh kepuasan.

3. Kualitas Produk

Zeithaml dalam Tjiptono (2008:28) menyatakan Ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan konsumen, Kualitas Produk merupakan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan yang dinyatakan atau diimplikasikan (Kotler dan Armstrong, 2008:272). Adapun indikator Kualitas Produk menurut Nasution (2005: 5), yaitu: 1).Keistimewaan (*features*). 2).Kesesuaian dengan spesifikasi 3).Kemampuan Pelayanan (*Serviceability*) 4).Estetika (*Esthetica*). Dalam pengoperasian PDAM Tirta Khayangan unit Tanah Kampung banyak permasalahan mengenai kualitas produk yang terjadi seperti, kondisi air yang terkadang keruh, bau kaporit yang menyengat, dan Air berwarna kekuningan. Kualitas produk PDAM PDAM Tirta Khayangan unit Tanah Kampung perlu diperhatikan karena konsumen menggunakan Air untuk keperluan rumah tangga seperti memasak dan mencuci pakaian sehingga membutuhkan Air yang lebih bersih dan sehat.

4. Kualitas Pelayanan.

Menurut Kotler (2000:25), kualitas pelayanan merupakan totalitas dari bentuk karakteristik barang dan jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan, baik yang nampak jelas maupun yang tersembunyi. Indikator Kualitas Pelayanan menurut dalam jurnal Maramis, Sepang dan soegoto (2018:1662), yaitu: 1).Berwujud (*Tangible*) 2).Kehandalan (*Reliability*) 3).Ketanggapan (*Responsiviness*) 4).Jaminan (*Assurance*) 5).Empati (*Emphaty*). Setiap konsumen mempunyai persepsi yang berbeda mengenai kualitas pelayanan yang merupakan terbentuknya sikap evaluasi keseluruhan terhadap kinerja dalam jangka panjang, tetapi persepsi konsumen mengenai kualitas pelayanan tidak mengharuskan konsumen menggunakan produk atau jasa dari sebuah perusahaan tersebut terlebih dulu sebelum memberikan penilaian. Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Khayangan unit Tanah Kampung seharusnya mampu menerapkan kualitas pelayanan prima karena

sebagai satu-satunya perusahaan pengolah air bersih, dengan tujuan untuk menghasilkan kepuasan konsumen dengan perasaan senang dalam berhubungan dengan bisnis air ini. Pada kualitas pelayanan PDAM Tirta Khayangan unit Tanah Kampung seringkali air tidak mengalir ke konsumen terutama pada musim kemarau, PDAM tidak mempersiapkan kemungkinan terjadinya kelangkaan air bagi masyarakat atau konsumen sehingga banyaknya keluhan terhadap pelayanan PDAM tentang kesiapan air bagi masyarakat, adanya batas waktu untuk penggunaan air terhadap masyarakat atau konsumen menjadi suatu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PDAM yaitu Air sering mati di siang hari dan hidup hanya pada saat malam. Dan pada saat terjadinya kebocoran pipa yang tidak segera ditangani sehingga Air sering macet tanpa pemberitahuan yang jelas.

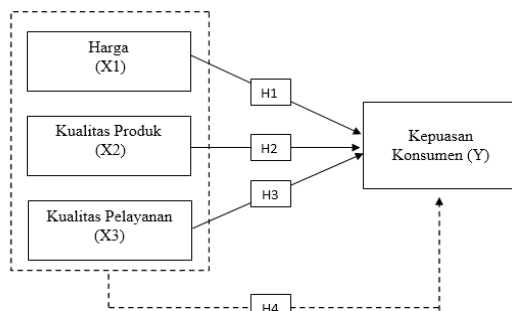
Tabel 1. Data Konsumen PDAM Tirta Khayanagan unit Tanah Kampung

NO	RAYON	Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agust	Sept
1	Tanah Kampung Timur	283	284	285	285	285	286	286
2	Koto Puding	159	159	159	159	159	160	160
3	Koto Tuo	174	174	174	174	174	175	175
4	Koto Panap	159	159	159	157	158	159	159
5	Koto Baru	80	80	80	80	80	80	80
6	Tanjung Bunga	165	166	166	165	166	168	168

7	Desa Sembilan	104	106	105	105	105	105	105
8	Koto Tengah	69	70	70	70	70	70	70
9	Koto Padang	252	254	253	253	253	253	253
10	Pendung Hiang	215	216	217	217	218	218	218
11	Tanjung Karang	69	69	69	69	69	69	69
		1727	1735	1735	1732	1735	1741	1741

Sumber : Data PDAM Tirta Khayanga Unit Tanah Kampung

Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Khayangan Unit Tanah Kampung kecenderungan mengalami peningkatan konsumen, hal itu dapat dilihat dari jumlah konsumen pada bulan Maret sebanyak 1727 konsumen hingga bulan September meningkat menjadi 1741 konsumen. Peningkatan ini terjadi sebagai akibat dari peningkatan jumlah penduduk dan semakin banyaknya masyarakat yang membuka usaha baik usaha kecil maupun besar yang memerlukan Air dalam aktivitas sehari-hari.



Gambar 1. Kerangka Konseptual

III. METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 1741 yang terdiri dari 11 Rayon PDAM Tirta Khayangan unit Tanah Kam-

pung. Masyarakat Kecamatan Tanah Kampung yang merupakan konsumen atau pengguna PDAM Tirta Khayangan unit Tanah Kampung.

Teknik penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Slovin dalam Riduwan (2005: 65)

$$n = N / (1 + (N \times e^2))$$

keterangan:

n = Sampel

N= Populasi

e = margin of error 10% atau 0.1

Sehingga : $n = 1741 / (1 + (1741 \times 0,1^2))$

$$n = 1741 / (1 + (1741 \times 0,01))$$

$$n = 1741 / (1 + 17.41)$$

$$n = 1741 / 18.41$$

$$n = 94.568$$

Berdasarkan perhitungan tersebut maka apabila dibulatkan jumlah sampel dari 1741 populasi pada margin of error 10% ditetapkan sebesar 95 Responden.

Jenis dan Sumber Data

Dalam memperoleh atau mengumpulkan data penelitian ini peneliti menggunakan cara

Skala likert untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang, tentang suatu gejala atau fenomena. Analisis ini digunakan dengan meminta responden un-

tuk menyatakan pendapatnya tentang serangkaian pernyataan yang berkaitan dengan objek yang diteliti. Angka penelitian lima (5) dan tiap posisi mempunyai bobot sebagai berikut:

Tabel 2. Daftar Skor Jawaban Pertanyaan

Sangat Tidak Benar (STB)	Tidak Benar (TB)	Ragu-Ragu (R)	Benar (B)	Sangat Benar (SB)
Nilai Skor : 1	Nilai Skor : 2	Nilai Skor : 3	Nilai Skor : 4	Nilai Skor : 5

Metode dan Alat Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif kualitatif dan deskriptif kuantitatif, sementara alat analisis data yang digunakan adalah uji validitas dan reliabilitas, rata-rata skor dan Tingkat Capaian Responden (TCR), Uji asumsi klasik, koefisien determinasi, Uji t dan uji F, dan Regresi Linier Berganda dengan SPSS 22 for windows.

IV. HASIL PENELITIAN

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas digunakan untuk melihat sejauh mana instrument yang digunakan dapat mengukur apa yang hendak diukur. Pengujian validitas dengan menggunakan nilai *corrected item total correlation* $\geq r$ tabel (widiyanto, 2010:40).

Untuk mengukur variable kepuasan konsumen adalah 15 butir item valid karena pernyataan tersebut memiliki nilai *corrected item total correlation* $\geq 0,3115$. Untuk mengukur

variable harga adalah 12 butir item valid karena pernyataan tersebut memiliki nilai *corrected item total correlation* $\geq 0,3115$. Untuk mengukur variable kualitas produk adalah 12 butir item valid karena pernyataan tersebut memiliki nilai *corrected item total correlation* $\geq 0,3115$. Dan untuk mengukur variable kualitas pelayanan adalah 15 butir item alid karena pernyataan tersebut memiliki nilai *corrected item total correlation* $\geq 0,3115$.

Sedangkan uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui besarnya indeks instrument dari variable harga, kualitas produk, dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Keputusan untuk mengetahui bahwa instrument adalah reliable jika nilai *cronbach's alpha* $\geq 0,60$ (Ghozali, 2006:42).

Nilai *cronbach's alpha* untuk mengukur 12 item pernyataan variable kepuasan konsumen $0,976 > 0,60$ maka pernyataan tersebut reliable. Nilai *cronbach's alpha* untuk mengukur 12 item pernyataan variable harga $0,965 >$

0,60 maka pernyataan tersebut reliable. Nilai *cronbach's alpha* untuk mengukur 12 item pernyataan variable kualitas produk 0,967 > 0,60 maka pernyataan tersebut reliable. Nilai *cronbach's alpha* untuk mengukur 15 item pernyataan variable kualitas pelayanan 0,976 > 0,60 maka pernyataan tersebut reliable.

Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif bermaksud untuk menggambarkan karakteristik masing-masing variable penelitian, dengan perhitungan rata skor dan dan kesimpulan analisis deskriptif menggunakan Tingkat Capaian Responden (TCR) yang dikembangkan dari teroi (Arikunto, 2002).

Tabel 3. Deskripsi Variabel Kepuasan

Konsumen (Y)				
Nc	Item	Rata-Rata	TCR (%)	Kategori Hasil
1.	Jaminan terhadap kualitas	4,22	84,4	Baik
2.	Bukti nyata pelayanan	4,35	87	Baik
3.	Memahami konsumen	4,31	86,2	Baik
4.	Kehandalan	4,53	90,6	Sangat Baik
5.	Daya tanggap	4,54	90,8	Sangat Baik

Berdasarkan pada tabel diatas, diperoleh skor rata-rata tertinggi pada indikator daya tanggap dengan skor rata-rata 4,54 dan TCR 90,8% dalam kategori hasil sangat baik.

Sedangkan skor rata-rata terendah berada pada indikator jaminan terhadap kualitas dengan skor rata-rata 4,22 dan TCR 84,4% dalam kategori hasil baik.

Tabel 4. Deskripsi Variabel Harga (X1)

No	Item	Rata-Rata	TCR (%)	Kategori Hasil
1.	Harga	4,35	87	Baik
2.	Diskon	4,26	85,2	Baik
3.	Syarat pembayaran	4,36	87,2	Baik
4.	Kewajaran	4,43	88,6	Baik

Berdasarkan pada Tabel diatas, diperoleh skor rata-rata tertinggi pada indikator Diskon dengan skor rata-rata 4,26 dan TCR 85,2% dalam kategori hasil baik. Sedangkan skor rata-rata terendah berada pada indikator keakuratan informasi dengan skor rata-rata 4,43 dan TCR 88,6% dalam kategori hasil baik.

Tabel 5. Deskripsi Variabel Kualitas produk (X2)

No.	Item	Rata-Rata	TCR (%)	Kategori Hasil
1.	Keistimewaan	4,41	88,2	Baik
2.	Sesuai dengan spesifikasi	4,34	86,8	Baik
3.	Kemampuan pelayanan	4,44	88,8	Baik
4.	Estetika	4,35	87	Baik

Berdasarkan pada tabel diatas, diperoleh skor rata-rata tertinggi pada indikator estetika dengan skor rata-rata 4,44 dan TCR 88,8% dalam kategori baik. Sedangkan skor rata-rata terendah berada pada indikator sesuai dengan

sfesifikasi rata-rata 4,34 dan TCR 86,8% dalam kategori hasil baik.

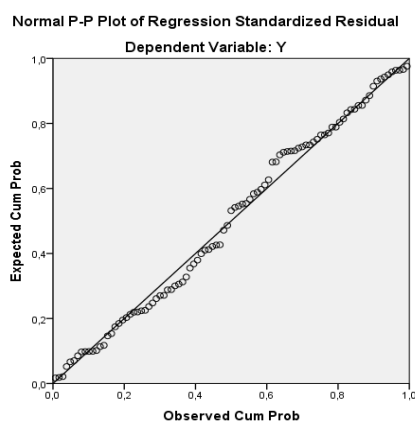
Tabel 6. Deskripsi Variabel kualitas pelayanan (X3)

No	Item	Rata-Rata	TCR (%)	Kategori Hasil
1.	Berwujud	4,07	81,4	Baik
2.	Kehandalan	4,19	83,8	Baik
3.	Ketanggapan	4,15	83	Baik
4.	Jaminan	4,33	86,6	Baik
5.	Empati	4,29	85,8	Baik

Berdasarkan pada tabel diatas, diperoleh skor rata-rata tertinggi pada indikator jaminan dengan skor rata-rata 4,33 dan TCR 86,6% dalam kategori baik. Sedangkan skor rata-rata terendah berada pada indikator berwujud dengan skor rata-rata 4,07 dan TCR 81,4% dalam kategori hasil baik.

Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Berdasarkan hasil analisis, maka dapat diketahui bahwa data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diago-

nal, maka gambar tersebut memenuhi asumsi normalitas.

Uji Multikolinieritas

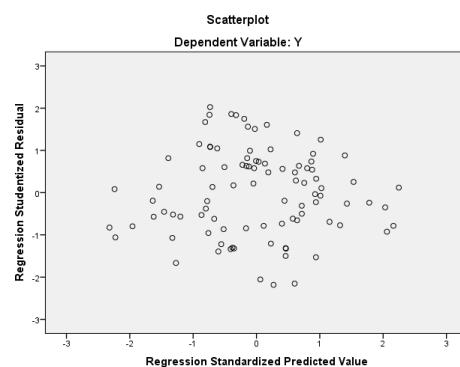
Tabel 8. Uji Multikolinieritas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Harga	,999	1,001
	kualitas produk	,994	1,006
	kualitas pelayanan	,994	1,006

Sumber : Data diolah, 2019

Berdasarkan hasil tersebut maka dapat diketahui bahwa VIF ketiga variable lebih kecil dari 5, sehingga tidak terjadi hubungan antara variable bebas atau asumsi multikolinieritas telah terpenuhi.

Uji Heteroskedastisitas

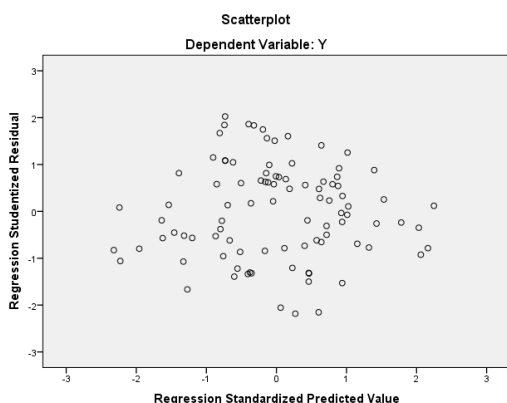


Sumber : Data Diolah, 2019

Hasil dari penelitian pengujian heteroskedastisitas dapat dilihat titik-titik pada table menyebar secara acak tidak membentuk pola serta berada diatas nol dan dibawah nol, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas.

sitas sehingga heteroskedastisitas telah terpenuhi.

Uji Linieritas



Hasil pengujian menunjukkan *scatterplot* tidak membentuk pola tertentu sehingga dapat disimpulkan bahwa model pada penelitian ini memenuhi syarat untuk menjadi model yang baik karena asumsi linieritas terpenuhi.

Regresi Linier Berganda

Pengujian Regresi Linier Berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan Konsumen.

Tabel 9. Hasil Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1 (Constant)	50,317	9,657		5,210	,000
Harga	-,246	,115	-,206	-2,147	,034
kualitas produk	,269	,099	,261	2,722	,008
kualitas pelayanan	,233	,089	,250	2,606	,011

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Hasil analisis diatas dapat dikemukakan persamaan sebagai berikut :

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

$$KK = 50,317 - 0,246 H + 0,269 KPO + 0,233 KP$$

Tabel 4. Dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Nilai konstanta adalah positif sebesar 50,317 artinya jika variabel Harga, Kualitas Produk dan Kualitas pelayanan = 0 maka Kepuasan Konsumen akan konstan sebesar 50,317.
2. Nilai Koefisien Harga (X1) adalah negatif sebesar -0,246 artinya jika dalam penetapan

Harga PDAM Tirta Khayangan unit Tanah Kampung tidak sesuai dengan Kualitas PDAM Tirta Khayangan unit Tanah Kampung maka akan menurunkan Kepuasan konsumen.

3. Nilai Koefisien Kualitas Produk (X2) adalah positif sebesar 0,269 artinya setiap peningkatan Kualitas Produk PDAM Tirta Khayangan unit Tanah Kampung maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen (Y).
4. Nilai Koefisien pelayanan adalah positif sebesar 0,233 artinya setiap Peningkatan

Kualitas Pelayanan Kualitas Produk PDAM
Tirta Khayangan unit Tanah Kampung ma-

ka akan meningkatkan Kepuasan konsu-
men.

Pengujian Hipotesis

Uji t (secara parsial)

Tabel 10. Hasil uji t (secara parsial)

		Coefficients ^a			
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
Model		B	Std. Error	Beta	t Sig.
1	(Constant)	50,317	9,657		5,210 ,000
	Harga	-,246	,115	-,206	-2,147 ,034
	kualitas produk	,269	,099	,261	2,722 ,008
	kualitas pelayanan	,233	,089	,250	2,606 ,011

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

1. Pengujian Hipotesis 1

Pengujian hipotesis hubungan antara Harga (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) diperoleh koefisien regresi sebesar -0,246. Pengujian hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai thitung = -2,147 (Ttabel > -1.985) dengan signifikan = 0,034 (Signifikan < 0,05). Jadi dapat disimpulkan bahwa Harga (X1) berpengaruh negatif terhadap Kepuasan Konsumen (Y), artinya dalam penetapan Harga PDAM Tirta Khayangan unit Tanah Kampung jika tidak sesuai dengan Kualitas PDAM Tirta Khayangan unit Tanah Kampung maka akan menurunkan Kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian hipotesis 1 diterima sebab terdapat pengaruh negatif antara Harga (X1) dan Kepuasan Konsumen (Y).

2. Pengujian Hipotesis 2

Pengujian hipotesis hubungan antara Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) diperoleh koefisien regresi sebesar 0,269. Pengujian hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai thitung = 2,722 (t tabel > 1.985) dengan signifikan = 0,008 (Signifikan < 0,05). Jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas Produk (X2) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y), artinya setiap peningkatan Kualitas Produk PDAM Tirta Khayangan unit Tanah Kampung maka akan meningkatkan Kepuasan Konsumen (Y). Dengan demikian hipotesis 2 diterima sebab terdapat korelasi positif antara Kualitas Produk (X2) dan Kepuasan Konsumen (Y).

3. Pengujian Hipotesis 3

Pengujian hipotesis hubungan antara Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) diperoleh koefisien regresi sebesar 0,233. Pengujian hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai $t_{hitung} = 2,606$ ($t_{tabel} > 1,985$) dengan signifikansi = 0,011 (Signifikansi < 0,05). Jadi dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X3) berpe-

Uji F (secara Simultan)

ngaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y), sehingga semakin tinggi nilai Kualitas Pelayanan (X3) yang dimiliki oleh PDAM Tirta Khayangan unit Tanah Kampung maka Kepuasan Konsumen (Y) akan semakin tinggi juga. Dengan demikian hipotesis 3 diterima sebab terdapat korelasi positif antara Kualitas Pelayanan (X3) dan Kepuasan Konsumen (Y).

Tabel 11. Hasil Uji F (secara simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	545,058	3	181,686	6,050	,001 ^b
	Residual	2732,773	91	30,030		
	Total	3277,832	94			

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

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

1. Pengujian Hipotesis 4

Pengujian hipotesis hubungan antara Harga (X1), Kualitas Produk (x2) dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y). Pengujian hubungan antar variabel secara simultan tersebut menunjukkan nilai $t_{hitung} = 6,050$ ($f_{tabel} > 2,70$) dengan signifikansi = 0,001 (Signifikansi < 0,05). Jadi dapat disimpulkan bahwa Harga (X1), Kualitas Produk (x2) dan Kualitas Pelayanan (X3) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

Koefisien Determinasi

Tabel 12. Hasil uji Koefisien Determinasi

Coefficients ^a				
		Correlations		
		Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)			
	Harga	-,195	-,220	-,206
	kualitas produk	,262	,274	,261
	kualitas pelayanan	,231	,264	,249

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

1. Besarnya Pengaruh Harga (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

$$X1 = \text{Nilai beta} \times \text{Zero order} \times 100\%$$

$$= -0,206 \times -0,195 \times 100\%$$

$$X1 = 4,02 \%$$

Jadi dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh Harga (X1) Terhadap Kepuasan Kons-

umen (Y) PDAM Tirta Khayangan unit Tanah Kampung adalah 4,02 %.

2. Besarnya pengaruh Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

$$X2 = \text{Nilai beta} \times \text{Zero order} \times 100\%$$

$$= 0,261 \times 0,262 \times 100\%$$

$$X2 = 6,83 \%$$

Jadi dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah 6,83 %.

3. Besarnya Pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y)

$$X3 = \text{Nilai beta} \times \text{Zero order} \times 100\%$$

$$= 0,250 \times 0,231 \times 100\%$$

$$K3 = 5,77 \%$$

Jadi dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) adalah 5,77 %.

4. Besarnya Pengaruh Harga (X1), Kualitas produk (x2) dan Kualitas pelayanan (x3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Tabel 13 Uji KD Simultan

Model	R	Adjusted Square	Std. Error of the Estimate
1	.408 ^a	.166	5,48001

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan, kualitas produk, harga

Berdasarkan analisis tabel 4.23 terdapat R square sebesar 0,166. Yang dapat diartikan bahwa secara simultan terdapat pengaruh yang lemah antara Harga (X1), Kualitas produk

(X2) dan Kualitas pelayanan (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) yaitu sebesar 16,6 % sedangkan sisanya 83,4 % dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak di teliti.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka dapat dikemukakan beberapa kesimpulan penelitian sebagai berikut:

1. Secara parsial terdapat pengaruh antara Harga (X1) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) PDAM Tirta Khayangan unit Tanah Kampung diperoleh koefisien regresi sebesar -0,246 Pengujian hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai thitung = -2,147 (t tabel > -1.985) dengan signifikan = 0,034 (Signifikan < 0,05). dimana besarnya pengaruh Harga (X1) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) PDAM Tirta Khayangan unit Tanah Kampung adalah sebesar 4,02 %
2. Secara parsial terdapat pengaruh antara Kualitas Produk (X2) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) PDAM Tirta Khayangan unit Tanah Kampung diperoleh koefisien regresi sebesar 0,269 Pengujian hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai thitung = 2,722 (t tabel > 1.985) dengan signifikan = 0,008 (Signifikan < 0,05).

dimana besarnya pengaruh kualitas produk (X2) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) PDAM Tirta Khayangan unit Tanah Kampung adalah sebesar 6,83 %

3. Secara parsial terdapat pengaruh antara Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) PDAM Tirta Khayangan unit Tanah Kampung diperoleh koefisien regresi sebesar 0,233 Pengujian hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan nilai $t_{hitung} = 2,606$ ($t_{tabel} > 1.985$) dengan signifikan = 0,011 (Signifikan $< 0,05$) dimana besarnya pengaruh kualitas pelayanan (X3) Terhadap Kepuasan Konsumen (Y) PDAM Tirta Khayangan unit Tanah Kampung adalah sebesar 5,77 %
4. Secara simultan terdapat pengaruh antara Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Kepuasan Konsumen (Y) Pengujian hubungan antar variabel secara simultan tersebut menunjukkan nilai $f_{hitung} = 6,050$ ($f_{tabel} > 2.70$) dengan signifikan = 0,001 (Signifikan $< 0,05$). Besar pengaruh secara simultan yaitu 16,6 % jadi dapat disimpulkan bahwa Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) mempunyai pengaruh positif yang lemah terhadap Kepuasan Konsumen (Y).

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, Zaki dan Azmeri. 2017. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada perusahaan daenah air minum (PDAM) Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara*.
- Anandar. 2015. *Pengaruh kualitas pelayanan jasa pdam tirta kencana kota samarinda terhadap kepuasan pelanggan di kelurahan sungai pinang*.
- Amirullah. 2015. *Pengantar Manajemen*. Jakarta : Mitra Wacana Media
- A Muwafik Saleh . 2010. *“Manajemen Pelayanan “*. Pustaka Pelajar : Jakarta
- Assauri. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Rajawali Press
- Arief Setiawan. 2012. *Jurnal Pengaruh Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Ramayana*. Vol 14 No.2
- Assauri, Sofyan. 2001. *Pangsa Pasar*, Jakarta: Lembaga Penerbit Universitas Indonesia
- Assael, Henry. 2001. *Consumer Behavior 6th Edition*. New York: Thomson- Learning.
- Arief, Muhtosim. (2007). *Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan : Bagaimana Mengelola Kualitas Pelayanan agar Memuaskan Pelanggan*. Edisi Pertama. PT Bayumedia Publishing, Malang
- Barnes, James G., (2003). *Secrets Of Customer Relationship Management*, ANDI, Yogyakarta

- Basu Swastha. 2000. *Pengantar Bisnis Modern, Pengantar Ekonomi Perusahaan Modern*, Jakarta: Liberty.
- Basu Swasta dan Irawan. 2005. *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty: Yogyakarta.
- _____. 2005. *Asas-asas Marketing*, Liberty, Yogyakarta.
- Ferdinand. 2006. *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian untuk skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Fandy Tjiptono. 2007. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke dua, penerbit Andi : Yogyakarta.
- Gunawan, Heri. 2012. *Pendidikan Karakter Konsep dan Implementasi*. Bandung: Alfabeta.
- Gita Danupranata, 2013, *Buku Ajar Manajemen*, Jakarta: Salemba Empat.
- Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS. Cetakan Keempat*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gujarati, Damodar N. 2006. *Ekonometrika Dasar*. Jakarta : Penerbit erlangga.
- Hasibuan, Malayu S.P. 2006. *Manajemen Dasar, Pengertian, dan Masalah*, Edisi Revisi, Bumi Aksara: Jakarta.
- Kotler. 2000. *Marketing Management. Edisi Milenium*, Prentice Hall Intl, Inc New Jersey.
- Lupiyoadi. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*, Salemba Empat: Jakarta.
- Maramis, Sepang, dan Soegoto. 2018. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PT.Air Manado*.
- Philip Kotler. 2003. *Manajemen Pemasaran Edisi Kesembilan*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Sureshchandar, G.S, Rajendran, C. Anantharaman R.N., 2002, "The relationship between service quality and customer satisfaction—a factor specific approach". *Journal of Service Marketing*, vol. 16 no. 4, p. 353-379.
- Sekaran, Uma. 2011. *Metode Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Soehartono, 2004. *Prosedur Penelitian Sosial*. PT Remaja Rosda Karya, Bandung
- Sugiyono, (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung Alfabeta.