

PENGARUH FAKTOR KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN DAN DAMPAKNYA PADA LOYALITAS PELANGGAN DI PDAM KABUPATEN NGANJUK

Dwi Ayu Indriani¹, Rino Sardanto², Moch. Wahyu Widodo³
Universitas Nusantara Persatuan Guru Republik Indonesia Kediri

dwiayu069@gmail.com
rinosardanto@unpkediri.ac.id
wahyumww@unpkediri.ac.id

Abstract

This research is motivated by every company realizing the importance of customer loyalty aspects to ensure business continuity. Loyal customers are a valuable asset for the company. The factors that influence customer satisfaction and loyalty are service quality. The problems in this study are (1) Does the quality of service have a significant effect on satisfaction at PDAM Nganjuk Regency? (2) Does service quality have a significant effect on customer loyalty at PDAM Nganjuk Regency? (3) Does service quality have a significant effect on customer satisfaction and loyalty at PDAM Nganjuk Regency? The data collection method in this study used a questionnaire or questionnaire, and used a quantitative approach with causality research techniques. The sample used was 50 respondents who were taken by accidental sampling, data analysis using classical assumption test, multiple linear regression analysis, coefficient of determination, and hypothesis testing, namely t test, with the help of SPSS Windows version 23 software. The results showed that: Based on the t test, partially service quality has a significant effect on customer satisfaction and loyalty. by 65.3% and the remaining 34.7% explained by other variables not examined in this study.

Keywords: *service quality, customer satisfaction and customer loyalty.*

Abstrak

Penelitian ini dilatar belakangi setiap perusahaan menyadari pentingnya aspek loyalitas pelanggan untuk menjamin kelangsungan bisnis. Pelanggan yang loyal menjadi aset yang bernilai bagi perusahaan. Adapun faktor yang mempengaruhi kepuasan dan loyalitas pelanggan adalah kualitas pelayanan. Permasalahan pada penelitian ini adalah (1) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan di PDAM Kabupaten Nganjuk? (2) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PDAM Kabupaten Nganjuk? (3) Apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan di PDAM Kabupaten Nganjuk? Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner, dan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik penelitian kausalitas. Sampel yang digunakan sebanyak 50 responden yang diambil secara *accidental sampling*, analisis data menggunakan uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis yaitu uji t, dengan bantuan *software SPSS Windows versi 23*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : Berdasarkan uji t, kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. sebesar 65,3% dan sisanya 34,7% dijelaskan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Keywords: *kualitas pelayanan, kepuasan dan loyalitas pelanggan.*

PENDAHULUAN

Badan Usaha Milik Daerah atau dapat disingkat BUMD tidak terlepas dari perkembangan kebijakan terkait Badan Usaha Milik Negara (Suryani, Kartini, dan Khairi 2019). Pada awalnya, Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) adalah perusahaan-perusahaan negara baik yang berbentuk badan-badan berdasarkan hukum perdata maupun berbentuk badan hukum berdasarkan hukum publik. Peraturan Pemerintah Nomor 54 Tahun 2017 tentang Badan Usaha Milik Daerah menyatakan bahwa UU 5 tahun 1962 tentang Perusahaan Daerah dicabut dengan UU 23 tahun 2014 tentang Pemerintahan Daerah. BUMD merupakan badan usaha yang seluruh atau bagian besar modalnya dimiliki oleh Daerah. BUMD didirikan bertujuan untuk memberikan manfaat bagi perkembangan perekonomian Daerah yang pada umumnya, menyelenggarakan kegiatan yang pada umumnya berupa penyediaan barang atau jasa yang bermutu bagi pemenuhan hidup masyarakat sesuai dengan kondisi karakteristik dan potensi Daerah yang bersangkutan berdasarkan Tata Kelola Perusahaan yang baik.

Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) mempunyai tiga misi yaitu sebagai pelayan masyarakat, sumber Pendapatan Asli Daerah (PAD), sebagai pendorong roda perekonomian di daerah tersebut. BUMD menaungi perusahaan-perusahaan milik pemerintah yang bergerak dalam bidang keuangan seperti Bank Pembangunan Daerah, penyalur air bersih PDAM, dan juga perusahaan angkutan kota (bus kota). Sebagai contoh dalam bidang keuangan adalah Bank Jatim, yang mana secara kepemilikan sahamnya dimiliki oleh pemerintah provinsi Jawa Timur. Untuk penyalur air bersih di suatu daerah BUMD menaungi PDAM di setiap daerah dan dipercaya untuk mendistribusikan air bersih kepada masyarakat umum. Sedangkan untuk bus kota sendiri adalah suatu perusahaan milik pemerintah yang beroperasi dalam melayani transportasi perkotaan dan memberi kemudahan bagi masyarakat untuk menjalankan aktifitasnya di semua lokasi yang berbeda dan tersebar di seluruh wilayah perkotaan (Suwardi dan Prasetyo, 2018).

BUMD membawahi pelayanan transportasi perkotaan, pelayanan dalam penyedia air bersih yang memberikan kemudahan dan manfaat bagi masyarakat dalam menjalankan aktifitasnya. Penyedia air bersih sebagai bentuk penyerahan urusan pemerintah di bidang pekerjaan umum kepada daerah, maka pelayanan air minum diserahkan kepada seluruh instansi. Dalam hal ini, instansi dimaksud adalah Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM).

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) merupakan salah satu unit usaha milik daerah yang bergerak dalam distribusi air bersih bagi masyarakat umum. PDAM terdapat di setiap Provinsi, Kabupaten, dan kota Madya di seluruh Indonesia. PDAM merupakan perusahaan daerah sebagai sarana penyedia air bersih yang diawasi dan dimonitori oleh aparat-aparat eksekutif maupun legislatif daerah.

Penelitian mengambil salah satu obyek di sebuah perusahaan atau BUMD yang bergerak di bidang penyediaan air bersih, yaitu Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Nganjuk, Jawa Timur. Perusahaan ini merupakan salah satu perusahaan air minum milik daerah yang bergerak dalam distribusi air bersih bagi masyarakat umum. Tujuan dibentuknya perusahaan ini adalah untuk memberikan layanan air bersih, mencukupi air bersih untuk masyarakat, serta sarana dan prasarana distribusi air bersih daerah Nganjuk. Banyak masyarakat Kabupaten Nganjuk bagian desa yang masih belum memiliki sumber air bersih untuk digunakan sehari-hari. Hal ini yang mengakibatkan pelayanan air bersih di daerah Nganjuk masih belum merata. Maka dari itu perusahaan ini berperan penting dalam pengelolaan air bersih untuk masyarakat.

Kepuasan pelanggan telah menjadikan konsep yang sentral dalam teori dan praktik pemasaran. Tjiptono (2014:353) menyebutkan kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanan atau ketidaksepadanan antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Hal itu dapat disimpulkan bahwa pentingnya kepuasan pelanggan bagi pembisnis adalah salah satu faktor penting untuk mempertahankan kelangsungan hidup bisnis dalam jangka panjang. Rahayu dan Wati (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan.

Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Tidak hanya dengan kepuasan pelanggan saja, dengan demikian kepuasan pelanggan harus dibarengi pula dengan loyalitas pelanggan. Menurut Tjiptono (2014:393) mengatakan bahwa loyalitas pelanggan adalah respon yang terkait erat dengan ikrar atau janji untuk memegang teguh komitmen yang mendasari kontinuitas relasi, dan biasanya tercemin dalam pembelian berkelanjutan dari penyedia jasa yang sama atas dasar dedikasi maupun kendala pragmatis. Firatmadi (2017) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan dampaknya terhadap loyalitas pelanggan.

Dampak yang dihasilkan dari kurang layaknya air minum yang berakibat banyaknya keluhan masyarakat yang mana akan berimbas pada berkurangnya loyalitas pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan itu sendiri. Selain loyalitas pelanggan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan perusahaan harus bisa memberikan kesempurnaan pelayanan kepada pelanggan. Maka dari itu kualitas pelayanan juga sangat penting dalam meningkatkan kepuasan di dalam perusahaan. Menurut Sudarso (2016:57) dapat dikatakan kualitas pelayanan yaitu salah satu elemen penting yang menjadi pertimbangan bagi pelanggan dalam melakukan pembelian suatu produk. Akbar (2019), Pahlawan, Laba, Pakki, Hardiyono, dan Nurlila (2019), dan Juniantara dan Sukawati (2018) menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Kondisi tanah pada daerah Kabupaten Nganjuk yang tandus membuat masyarakat susah mendapatkan air bersih, oleh karena itu masyarakat Kabupaten Nganjuk memerlukan air bersih guna menunjang kehidupan sehari-hari untuk itu pemerintah mempunyai alternatif yaitu pengadaan air bersih pada Perusahaan Daerah Air Minum. Seiring berjalannya waktu kebutuhan air semakin meningkat dengan bertambahnya sumber daya manusia. Ketersediaan air bersih dan layak minum menjadi masalah yang serius, berdasarkan permasalahan yang peneliti dapatkan banyaknya keluhan pelanggan yang belum terlayani seperti tidak mendapatkan air sementara jarum

dimeteran air berjalan terus sebagaimana pemakaian ketika air keluar dari kran, dan pemberhentian air tanpa adanya pemberitahuan.

Selain itu ada juga keluhan-keluhan lainnya yang sering didapatkan oleh pelanggan seperti pipa bocor tidak segera diperbaiki sehingga sering macet, air sering tidak mengalir dan sistem yang buruk dalam pengelolaan air. Pada saat musim hujan ketersediaan air bersih dan layak minum yang seharusnya dapat dinikmati dengan mudah oleh masyarakat pada kenyataannya air yang keluar warnanya keruh kecoklatan.

Berdasarkan permasalahan pada latar belakang tersebut, maka peneliti melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Dampaknya pada Loyalitas Pelanggan Di PDAM Kabupaten Nganjuk”**.

METODE

Variabel penelitian adalah objek penelitian atau sesuatu yang menjadi titik perhatian dalam suatu penelitian. Ada 2 macam dalam penelitian ini, diantaranya :

Variabel Dependen (terikat) variabel yang menjadi akibat tergantung pada variabel yang didahului. Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kepuasan (Y1) dan loyalitas pelanggan (Y2).

Variabel Independen (bebas) variabel yang mendahului atau mempengaruhi variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X1).

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini yaitu terbagi 1 variabel bebas dan 2 variabel terikat meliputi :

Variabel	Definisi	Indikator
Kepuasan (Y1)	Kepuasan pelanggan merupakan apa yang telah dirasakan konsumen pada PDAM Kabupaten Nganjuk atas suatu hal, produk, ataupun pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan yang pelanggan inginkan dan diharapkan.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kesesuaian kualitas pelayanan dengan tingkat harapan. 2. Tingkat kepuasan apabila dibandingkan dengan sejenis 3. Tidak ada pengaduan atau komplain yang layani.
Loyalitas Pelanggan (Y2)	Loyalitas merupakan kembalinya konsumen dalam melakukan transaksi keputusan pembelian jasa atau barang pada PDAM Kabupaten Nganjuk.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengatakan hal positif tentang perusahaan kepada orang lain yang meminta saran. 2. Merekomendasikan perusahaan kepada orang lain yang meminta saran. 3. Melakukan lebih banyak bisnis atau pembelian dengan perusahaan dalam beberapa tahun mendatang.
Kualitas Pelayanan (X)	Kualitas pelayanan merupakan karakteristik dari produk dan jasa pada PDAM Kabupaten Nganjuk yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keandalan 2. Kesadaran 3. Perhatian 4. Ketepatan

Sumber : Studi Pustaka, diolah

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yaitu cara untuk memperoleh ilmu pengetahuan atau memecahkan masalah yang dihadapi dan dilakukan secara hati-hati dan sistematis, dan data-data yang dikumpulkan berupa kumpulan angka-angka. Data yang diperoleh tersebut diproses dengan menggunakan SPSS.

Teknik pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kausalitas. Penelitian kausalitas yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan sebab akibat antara dua variabel atau lebih.

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari satu-satuan atau individu-individu yang karakteristiknya hendak diduga Nasehudin dan Gozali (2015:121). Populasi yang akan dipilih dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan pada PDAM Kecamatan Nganjuk, Kabupaten Nganjuk.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Populasi memiliki jumlah yang besar sehingga peneliti menggunakan sampel dari populasi tersebut. Sampel dilakukan karena keterbatasan peneliti dalam melakukan peneliti baik dari segi dana, waktu, tenaga, dan jumlah populasi yang sangat banyak. Oleh karena itu sampel yang diambil harus betul-betul dapat mewakili populasi Sanusi (2016: 87).

Teknik sampling menggunakan *Incidental Sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel dengan tidak memberikan syarat tertentu kepada setiap sampel. Berikut perhitungan jumlah sampel, menggunakan rumus Slovin

$$n = \frac{N}{(1+Ne^2)}$$

Ket :

n = Ukuran sampel

N = Ukuran populasi

D = Persen kelonggaran ketidak telitian yang masih dapat ditolelir sebesar 1-15%

Perhitungan :

$$n = \frac{N}{(1+Ne^2)}$$

$$= \frac{50}{1+50(0,1)^2}$$

$$= \frac{50}{1,01}$$

= 49,504 digenapkan menjadi 50

Berdasarkan perhitungan diatas maka sampel yang digunakan dalam penelitian ini sejumlah 49,504 yang di genapkan menjadi 50 responden.

Instrumen penelitian adalah sebagai alat untuk mengumpulkan data mengenai variabel-variabel penelitian untuk kebutuhan penelitian. Dalam penelitian ini, instrument yang akan digunakan adalah menggunakan Skala *Likert*. Skala ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian.

Uji Validitas, bertujuan untuk menghitung valid dan tidaknya suatu kuesioner, dan kuesioner dapat dinyatakan valid apabila mampu mengungkap suatu hal yang akan diukur kuesioner itu. Uji validitas bisa dilakukan menggunakan korelasi antara skor pada item variabel dengan jumlah skor konstruks. Dengan penilaian uji validitas yaitu bila r hitung lebih besar daripada r tabel (pada taraf signifikan 0,05), maka kuesioner dapat disebut valid dan bisa dipakai untuk penelitian. Namun jika sebaliknya r hitung kuesionernya lebih kecil dari r tabel (pada taraf signifikan 0,05), maka pertanyaan tersebut tidak valid. Pada penelitian ini telah ditemukan bahwa r tabel pada taraf signifikan 0,05 dan N (df) = 50 responden adalah 0,312. Berdasarkan tabel 3. diketahui bahwa dari keseluruhan indikator pernyataan yang dipakai pada penelitian ini (variabel X) terhadap skor konstruks (variabel Y) menunjukkan hasil yang signifikan dan menunjukkan bahwa nilai r hitung > r tabel (0,312). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semua item pertanyaan pada masing-masing variabel X dan Y dinyatakan valid.

Reliabilitas merupakan pengukur suatu komponen yang sebagai indikator dari suatu variabel. Kuesioner dapat dinyatakan reliabel/andal apabila jawaban individu terhadap pertanyaan secara konsisten dari waktu ke waktu. Pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan reliabilitas konsistensi internal, yaitu di hitung berdasarkan rumus Alpha. Penilaian soal yang disusun peneliti berbentuk uraian, sehingga butir- butir soal yang dinilai bukan hanya "benar" maupun "salah" akah tetapi menghendaki tingkat penilaian. Oleh karenanya menggunakan rumus Alpha serta analisis butir soal guna mencari reliabilitas keseluruhan soal. Koefisien alpha disebut reliabel ketika nilai Cronbach Alpha atau koefisien variabelnya lebih dari 0,6. Berdasarkan tabel 2, diketahui bahwa kualitas pelayanan (X) menghasilkan nilai Cronbach Alpha 74,1%, kepuasan pelanggan (Y1) menghasilkan nilai Cronbach Alpha 80,5%, dan loyalitas pelanggan (Y2) menghasilkan nilai Cronbach Alpha 81,7%, yang menurut kriteria *Nunnally* pada Ghozali (2018:49), dapat dikatakan reliabel. Dengan demikian keseluruhan kuesioner pada variabel-variabel tersebut dinyatakan reliabel karena nilai Cronbach Alpha yang dihasilkan lebih dari 0,6.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kualitas	1	0,704	0,312	Valid
	2	0,640	0,312	Valid
Pelayanan	3	0,698	0,312	Valid
	4	0,657	0,312	Valid
	5	0,462	0,312	Valid
	6	0,605	0,312	Valid
	7	0,655	0,312	Valid
	8	0,778	0,312	Valid
Kepuasan	1	0,749	0,312	Valid
	2	0,659	0,312	Valid
	3	0,678	0,312	Valid
	4	0,799	0,312	Valid
	5	0,769	0,312	Valid
	6	0,635	0,312	Valid
Loyalitas	1	0,718	0,312	Valid
Pelanggan	2	0,689	0,312	Valid
	3	0,722	0,312	Valid
	4	0,812	0,312	Valid
	5	0,701	0,312	Valid
	6	0,697	0,312	Valid

Sumber : data yang diolah 2021

Tabel 1. Hasil uji validitas, semua pernyataan pada variabel kualitas pelayanan, kepuasan, dan loyalitas pelanggan dinyatakan valid karena nilai r hitung > r tabel

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

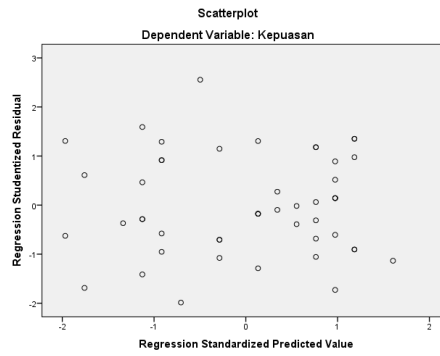
Variabel	Cronbach Alpha	Status
Kualitas Pelayanan	0,741	Reliabel
Kepuasan	0,805	Reliabel
Loyalitas Pelanggan	0,817	Reliabel

Sumber : data yang diolah 2021

Hasil uji reliabilitas pada Tabel 2. Menunjukkan bahwa ketiga instrumen pengukuran variabel (kuesioner) memiliki nilai Cronbach Alpha > 0,6 sehingga dinyatakan reliabel.

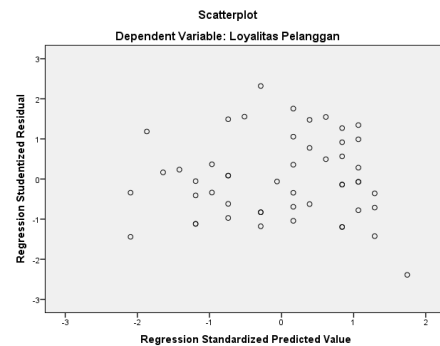
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Uji Heterokedastisitas



Gambar 1. Hasil Uji Heterokedastisitas X terhadap Y1

Sumber : data yang diolah penulis (2021)

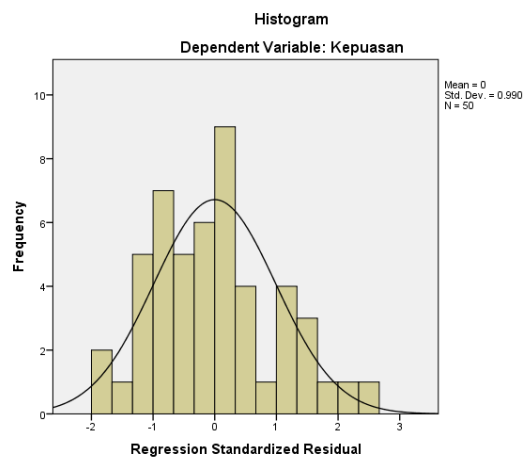


Gambar 2. Hasil Uji Heterokedastisitas X terhadap Y2

Sumber : data yang diolah penulis (2021)

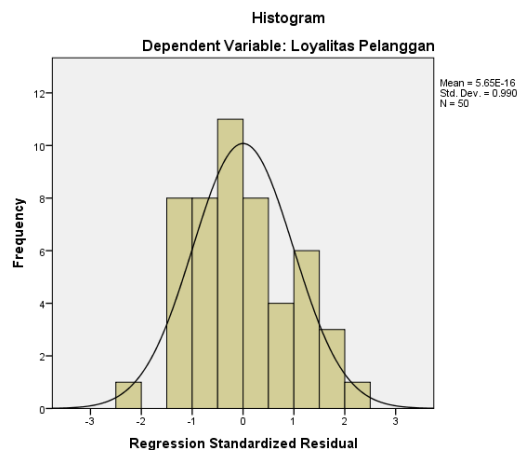
Gambar 1 dan 2 menunjukkan titik-titik menyebar secara acak tidak membentuk pola serta berada diatas nol dan dibawah nol. Sehingga asumsi heterokedastisitas terpenuhi.

Uji Normalitas



Gambar 3. Histogram Hasil Uji Normalitas X terhadap Y1

Sumber : data SPSS yang diolah penulis (2021)



Gambar 4. Histogram Hasil Uji Normalitas X terhadap Y2

Sumber : data yang diolah penulis (2021)

Dengan melihat grafik histogram diatas dapat disimpulkan bahwa grafik histogram menunjukkan pola distribusi normal dan berbentuk simetris, tidak menceng (skewness) ke kanan atau ke kiri.

Analisis Linier Sederhana

Tabel 4. Hasil Uji Analisis Linier Sederhana X terhadap Y1

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	-1.218	2.595
Kualitas Pelayanan	.819	.091

Variabel kualitas pelayanan (X) memiliki koefisien regresi sebesar .819, dan memiliki arah positif, ini berarti apabila variabel kualitas pelayanan (X) ditingkatkan maka variabel kepuasan (Y1) akan naik atau meningkat demikian juga sebaliknya, apabila variabel kualitas pelayanan (X) turun maka variabel kepuasan (Y1) akan turun.

Tabel 5. Hasil Uji Analisis Linier Sederhana X terhadap Y2

Model	Unstandardized Coefficients	
	B	Std. Error
1 (Constant)	-1.363	2.666
Kualitas Pelayanan	.805	.093

Variabel kualitas pelayanan (X) memiliki koefisien regresi sebesar .805, dan memiliki arah positif, ini berarti apabila variabel kualitas pelayanan (X) ditingkatkan maka variabel loyalitas pelanggan(Y2) akan naik atau meningkat demikian juga sebaliknya, apabila variabel kualitas pelayanan (X) turun maka variabel loyalitas pelanggan (Y2) akan turun.

Koefisien Determinasi

Tabel 6. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2) X terhadap Y1

Model	R Square	Adjusted R Square
1	.630	.622

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: kepuasan

Sumber : data diolah penulis (2021)

Berdasarkan tabel diatas, koefisien determinasi diperoleh nilai adjusted R square sebesar .622. Hal ini berarti kualitas pelayanan dapat menjelaskan kepuasan dan loyalitas pelanggan 6,22 % dan sisanya yaitu 37,8 dijelaskan di variabel yang lainnya yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Tabel 7. Hasil Analisis Koefisien Determinasi (R^2) X terhadap Y2

Model	R Square	Adjusted R Square
1	.609	.601

a. Predictors: (Constant), kualitas pelayanan

b. Dependent Variable: loyalitas pelanggan

Sumber : data diolah penulis (2021)

Berdasarkan tabel diatas, koefisien determinasi diperoleh nilai adjusted R square sebesar .601. Hal ini berarti rekrutmen, disiplin kerja dan penempatan kerja dapat menjelaskan kinerja karyawan sebesar 60,1 % dan sisanya yaitu 39,9 dijelaskan di variabel yang lainnya yang tidak dikaji dalam penelitian ini.

Hasil Uji t

Tabel 6. Hasil Uji t (Secara Parsial) X terhadap Y1

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.218	2.595		-.469	.641
Kualitas Pelayanan	.819	.091	.793	9.031	.000

a Dependent Variable : Kepuasan

Sumber data diolah 2021

Dari hasil uji t, dapat dikatakan kualitas pelayanan (X_1) nilai t hitung = 9,031 > 1,678 atau nilai signifikan = 0,000 < 0,05 hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas pelayanan (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Y_1).

Tabel 6. Hasil Uji t (Secara Parsial) X terhadap Y2

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	-1.363	2.666		-.511	.611

Kualitas Pelayanan	.805	.093	.780	8.641	.000
--------------------	------	------	------	-------	------

a Dependent Variable : Loyalitas Pelanggan

Sumber data diolah 2021

Dari hasil uji t, dapat dikatakan kualitas pelayanan (X_1) nilai t hitung = 8.641 > 1,678 atau nilai signifikan = 0,000 < 0,05 hal ini berarti H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya kualitas pelayanan (X_1) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan (Y).

Pembahasan

Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Hasil uji hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PDAM Nganjuk. Hasil ini memberikan bukti bahwa nilai kualitas pelayanan (X) memiliki $t_{hitung} 9,031 > t_{tabel} 1,678$ dan nilai signifikan variabel kualitas pelayanan $0,000 < 0,05$. Dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Hasil uji hipotesis penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan di PDAM Nganjuk. Hasil ini memberikan bukti nilai kualitas pelayanan (X) memiliki $t_{hitung} 8,641 > t_{tabel} 1,678$ dan nilai signifikan variabel kualitas pelayanan $0,000 < 0,05$. Dapat diartikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan.
3. Berdasarkan hasil perhitungan pada variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dapat dinyatakan bahwa variabel tersebut berpengaruh secara signifikan.

KESIMPULAN

Tujuan dari penelitian ini untuk meneliti secara mendalam mengenai pengaruh faktor kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan dampaknya pada loyalitas pelanggan di PDAM Kabupaten Nganjuk. Hasil dari penelitian serta pembahasan yang dikemukakan oleh penulis, dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan secara individual atau parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PDAM Kabupaten Nganjuk. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan secara individual atau parsial terhadap loyalitas pelanggan di PDAM Kabupaten Nganjuk. Dan variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan dan loyalitas pelanggan di PDAM Kabupaten Nganjuk. Dan variabel independen kualitas pelayanan dalam menjelaskan variabel dependen yaitu kepuasan senilai 6,22% serta sisanya senilai 37,8% dijelaskan variabel lain yang tidak dikaji pada penelitian ini, sedangkan variabel kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan yaitu senilai 60,1% sisanya 39,9% dijelaskan di variabel lain yang tidak dikaji di penelitian ini.

Bagi Perusahaan, diharapkan untuk dapat menghasilkan air yang berkualitas, perlu diadakan pergantian pipa air yang sudah tua ataupun sarana produksi yang sudah rusak, karena bagaimanapun memberikan pelayanan, kualitas air tetap harus diutamakan. Bagi peneliti yang akan diharap memperbanyak variabel atau penggunaan variabel lain untuk mendapatkan temuan baru mengenai apa saja yang dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan.

DAFTAR RUJUKAN

- [1] Akbar, I. (2019) 'Pengaruh kualitas pelayanan, sarana dan prasarana terhadap kepuasan serta dampaknya terhadap loyalitas konsumen pada industri perhotelan di Banda Aceh', *Manajemen dan Akuntansi*, 5, pp. 1–7.
- [2] Firatmadi, A. (2017) 'Pengaruh kualitas pelayanan dan persepsi harga terhadap kepuasan pelanggan serta dampaknya terhadap loyalitas pelanggan', *Jurnal Of Business Studies*, 2, pp. 80–105.
- [3] Juniantara, I. M. A. and Sukawati, T. G. R. (2018) 'Pengaruh Persepsi Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen', *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 7(11), p. 5955. doi: 10.24843/ejmunud.2018.v07.i11.p06.

- [4] Nasehudin, T. S. and Gozali, N. (2015) *Metode Penelitian Kuantitatif*. 2nd edn. Edited by B. A. Saebani. Bandung: CV Pustaka Setia.
- [5] Pahlawan, M. R. *et al.* (2019) 'Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Kota Makassar', *Journal of Applied Business Administration*, 3(2), pp. 228–244. doi: 10.30871/jaba.v3i2.1560.
- [6] Rahayu, S. and Wati, L. N. (2018) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dan dampaknya terhadap Loyalitas Pelanggan', *EKOBIS*, 8.
- [7] Sanusi, A. (2016) *Metodologi Penelitian Bisnis*. cetakan ke. Jakarta: Salemba Empat.
- [8] Sudarso, A. (2016) *Manajemen Pemasaran Jasa Perhotelan (Dilengkapi dengan Hasil Riset Pada Hotel Bintang di Sumatra Utara)*. Yogyakarta: Deepublish.
- [9] Suryani, Kartini and Khairi (2019) 'AKSELERASI BADAN USAHA MILIK DAERAH (BUMD) ACCELERATION OF REGIONAL OWNED ENTERPRISES (BUMD) The purpose of this study was to find out the best legal model of government in managing', 9(2018), pp. 56–66.
- [10] Suwardi, M. and Prasetyo, E. (2018) 'Efisiensi Teknis Badan Usaha Milik Daerah (Bumd) Bidang Jasa Produksi Provinsi Jawa Tengah', *Jurnal Ekonomi & Studi Pembangunan*, 19(1), pp. 11–20. doi: 10.18196/jesp.19.1.4111.
- [11] Tjiptono, F. (2014) *Pemasaran Jasa*. 1st edn. Edited by O. ANDI. Yogyakarta: CV. ANDI OFFSET.