

## **PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP PENINGKATAN KEPUASAN DAN LOYALITAS PELANGGAN PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM (PDAM) KOTA MAKASSAR**

**<sup>1)</sup>Muhammad Rezha Pahlawan, <sup>2)</sup>Abdul Rahman Laba, <sup>3)</sup>Erlina Pakki,**

**<sup>4)</sup>Hardiyono, <sup>5)</sup>Nurlia**

*<sup>1)</sup>Program Pascasarjana Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin <sup>2)</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin*

*<sup>3)</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin <sup>4)</sup>STIE Amkop Makassar <sup>5)</sup>Fakultas Ekonomi Universitas Balikpapan*

(mrezhapahlawan2@gmail.com)

[jenepono2000@yahoo.com](mailto:jenepono2000@yahoo.com)

(erlinapakki09@gmail.com)

[dyonsrj@gmail.com](mailto:dyonsrj@gmail.com)

[nurlia@uniba-bpn.ac.id](mailto:nurlia@uniba-bpn.ac.id)

### ***Abstract***

*This study aims to determine the effect of Product Quality and Service Quality on Increasing Customer Satisfaction and Loyalty in Makassar Municipal Water Company (PDAM) both directly and through intervening variables or indirect effects. This study uses a quantitative approach conducted with the aim to explain the position of the variables studied and the relationship between one variable with another variable. This research will explain the causal relationship between variables through hypothesis testing. In this study, the analysis method used is path analysis using the SmartPLS program. The results of this study found that directly the product quality had a positive and significant effect on customer satisfaction, service quality had a positive and significant effect on customer satisfaction, product quality had a positive and significant effect on customer loyalty, service quality had a positive and not significant effect on customer loyalty, customer satisfaction positive and significant effect on customer loyalty. The indirect effect of this research is product quality has a positive and significant effect on customer loyalty if mediated by customer satisfaction. Service quality also has a positive and significant effect on customer loyalty if mediated by customer satisfaction.*

**Keywords:** *Product Quality, Service Quality, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar baik secara langsung dan melalui variabel intervening atau pengaruh tidak langsung. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang dilakukan dengan tujuan untuk menjelaskan kedudukan variabel-variabel yang diteliti serta hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain. Penelitian ini akan menjelaskan hubungan kausal antara variabel-variabel melalui pengujian hipotesis. Dalam penelitian ini, metode analisis yang digunakan adalah analisis jalur (Path Analysis) dengan menggunakan program SmartPLS. Hasil penelitian ini menemukan bahwa secara langsung kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan, kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan. Adapun pengaruh tidak langsung dari penelitian ini yakni kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan jika dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan jika dimediasi oleh kepuasan pelanggan.

**Kata Kunci:** Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi yang sangat pesat dan modern, memberikan dampak yang positif pada berbagai perusahaan yang bergerak di bidang industri, penjualan maupun jasa. Agar perusahaan tetap mampu bersaing dengan perusahaan lain yang menawarkan atau mengeluarkan produk sejenis, maka manajemen perusahaan harus mampu mengelola perusahaannya dengan baik, supaya konsumen atau pelanggan yang ada tidak beralih kepada perusahaan lain.

Perusahaan dituntut untuk lebih memahami segala kebutuhan dan keinginan konsumen atau perusahaan harus mampu menciptakan produk yang sesuai dengan kebutuhan sehingga menumbuhkan loyalitas pada konsumen. Perusahaan juga dituntut untuk menggunakan teknologi-teknologi yang canggih dengan sistem otomatis untuk menghasilkan produk yang berkualitas.

Loyalitas pelanggan dapat diartikan sebagai kesetiaan seseorang atas suatu produk, baik barang atau jasa tertentu. Loyalitas pelanggan merupakan kelanjutan dari kepuasan pelanggan dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh pihak perusahaan, serta untuk tetap menjadi pelanggan dari perusahaan tersebut.

Loyalitas pelanggan merupakan hal yang baik dan target dari setiap perusahaan jasa. Pelanggan yang loyal lebih baik daripada pelanggan yang kurang loyal. Dan memiliki pelanggan yang loyal biasanya menghasilkan keuntungan sepanjang perjalanan bisnis perusahaan tersebut. Konsep loyalitas pelanggan lebih banyak dikaitkan dengan perilaku (*Behavior*) daripada dengan sikap. Bila seseorang merupakan pelanggan loyal, ia menunjukkan perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembelian *nonrandom* yang

diungkapkan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan.

Amin Widjaja (2008:6) menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan kelekatan pelanggan pada suatu merek, toko, pabrikan, pemberi jasa, atau entitas lain berdasarkan sikap yang menguntungkan dan tanggapan yang baik seperti pembelian ulang.

Darsono, L. I. (2017) mengemukakan bahwa kesetiaan pelanggan adalah aset berharga bagi perusahaan. Tapi, di pasar saat ini, mengelola loyalitas pelanggan adalah tugas yang menakutkan. Pemahaman tentang konsep loyalitas pelanggan adalah prasyarat untuk mengelola loyalitas pelanggan. Konsep loyalitas pelanggan paling baik dipahami dengan pendekatan gabungan; pendekatan perilaku dan sikap. Pendekatan gabungan dapat membuat pemasar untuk mengetahui kategori loyalitas dan tahapan kesetiaan pelanggan, kesetiaan loyalitas, dan mengelola kesetiaan dari anteseden itu. Kepuasan pelanggan adalah anteseden dari kesetiaan pelanggan. Namun, beberapa peneliti berpendapat bahwa kepuasan dan hubungan kesetiaan tidak linier. Pernyataan ini didukung oleh fakta di pasar, pelanggan yang puas masih cacat, tetapi beberapa pelanggan yang tidak puas tidak beralih.

Oleh karena itu, menganalisis kesetiaan pelanggan membutuhkan pandangan holistik tentang loyalitas pelanggan, konsep kesetiaan saja tidak memberikan pandangan komprehensif kepada pemasar dalam analisis kesetiaan pelanggan. Pemasar dan peneliti harus memperhatikan ketidaksetiaan serta kepuasan sebagai unsur pembentuk loyalitas.

Upaya dalam memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan memang dituntut untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah. Pembeli akan bergerak setelah

membentuk persepsi terhadap nilai penawaran, kepuasan sesudah pembelian tergantung dari kinerja penawaran dibandingkan dengan harapannya.

Kepuasan konsumen didefinisikan oleh Kotler dan Keller (2016:153), *“satisfaction is a person’s feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service’s perceived performance (or outcome) to expectations”* dengan maksud bahwa konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu jika kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas senang atau gembira.

Aryani dan Rosinta (2011) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan kunci dalam menciptakan loyalitas pelanggan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi, yakni selain dapat meningkatkan loyalitas pelanggan tapi juga dapat mencegah terjadinya perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis. Kualitas produk merupakan hal yang harus diperhatikan oleh sebuah perusahaan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kualitas produk merupakan faktor penting yang berpengaruh dalam penciptaan kepuasan pelanggan. Menurut Hidayat (2009), kualitas produk adalah faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Kualitas produk adalah suatu bentuk dengan nilai kepuasan yang kompleks.. Dengan kualitas produk

yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi. Jika mutu produk yang diterima lebih tinggi dari yang diharapkan, maka kualitas produk yang dipersepsikan akan memuaskan.

Penelitian yang dilakukan oleh Irawan dan Japarianto (2013) menemukan bahwa kualitas produk mempengaruhi puas atau tidak puasnya pelanggan yang akan berdampak kepada loyalitas pelanggan.

Kepuasan pelanggan juga tidak terlepas dari adanya kualitas pelayanan yang baik dari sebuah perusahaan. Kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan. Lupiyoadi (2013: 216) mengatakan bahwa kualitas pelayanan yaitu seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan pelanggan atas pelayanan yang mereka terima.

Hasil penelitian dari Kereta (2014) menunjukkan bahwa (1) Secara bersama-sama atau simultan seluruh variabel, yaitu faktor keandalan (*reliability*), faktor ketanggapan (*responsiveness*), faktor keyakinan (*assurance*), faktor empati (*emphaty*), dan faktor berwujud (*tangible*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Flores Timur, dan (2) Secara parsial faktor keandalan (*reliability*), jaminan (*assurance*), dan faktor berwujud (*tangible*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Flores Timur. Sebaliknya, faktor ketanggapan (*responsiveness*) dan faktor empati (*emphaty*) dalam model ini berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Flores Timur.

PDAM Kota Makassar telah menjalankan fungsinya antara lain mengolah sumber air untuk memperoleh air dan menyalurkannya kepada pelanggan,

membangun jaringan distribusi dan transmisi dalam rangka untuk mengoptimalkan penyaluran air bersih kepada masyarakat di wilayah kerjanya dan melakukan pemeliharaan jaringan distribusi dan transmisi untuk menekan kehilangan air.

## METODE PENELITIAN

### Populasi dan Sampel

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar yang berjumlah 171.561 pelanggan per oktober 2018.

Dalam penelitian ini, teknik pengambilan sampel menggunakan rumus Slovin dalam Sugiyono (2009:81), yaitu sebagai berikut:

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

Dimana:

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi

e = Batas kesalahan maksimal yang ditolerir dalam sampel (10%)

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{171.561}{1 + 171.561 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{171.561}{1716,61}$$

Jumlah responden yang diperoleh sebesar 99,94 atau dibulatkan menjadi 100 responden dengan kategori pelanggan rumah tangga.

### **Metode Pengumpulan Data**

1. Teknik Questioner, dilakukan dengan cara datang langsung ke rumah pelanggan untuk memberikan daftar pertanyaan kepada pelanggan. Dengan daftar pertanyaan tertutup yang menggunakan skala likert dengan poin 1 sampai 5.
2. Teknik wawancara yakni melakukan tanya jawab secara langsung dengan para tamu hotel yang dijadikan sampel penelitian.
3. Observasi, yaitu melakukan pengamatan secara langsung kepada para tamu hotel yang dijadikan sampel. Teknik ini bermanfaat untuk melakukan ceking data apakah data yang diperoleh melalui wawancara dan kuisioner benar-benar sesuai dengan kondisi sebenarnya.

Untuk mendukung analisis yang akan dilakukan dalam penelitian ini diperlukan data-data yang valid, baik berupa data primer maupun data sekunder. Data primer diperoleh dari pihak Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar yang akan dijadikan sampel yang berkaitan dengan variabel penelitian ini. Sedangkan data sekunder diperoleh langsung dari studi pustaka. Data sekunder yang diperlukan meliputi penelitian terdahulu, teori, serta data lain yang diperlukan untuk mendukung analisis dalam penelitian ini.

### **Analisis Data**

Dalam menganalisis data, peneliti mengumpulkan, mengklasifikasikan, menganalisis, dan menginterpretasikan data

agar dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai masalah yang diteliti. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

#### **1. Analisis Deskriptif**

Analisis deskriptif yaitu digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.

#### **2. Pengujian Hipotesis**

Pengujian hipotesis dilakukan dengan melihat nilai koefisien jalur dan melalui *uji t*. Jika nilai koefisien jalur bernilai positif, maka pengaruh antar variabel juga positif. Sementara itu, uji *t* dilakukan untuk mengetahui signifikansi pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Jika nilai  $t_{hitung}$ -nya lebih besar daripada  $t$  tabel, maka pengaruh antar variabelnya signifikan. Nilai  $t_{hitung}$  diperoleh dengan bantuan aplikasi *SmartPLS* melalui *report Bootstrapping*.

### **Variabel Penelitian dan Definisi Operasional**

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Adapun definisi operasional variabel dan pengukurannya dapat dilihat melalui tabel berikut ini:

Tabel 1. Definisi Operasional Variabel

Definisi Variabel	Indikator Pengukuran Variabel	Skala Pengukuran
Kualitas suatu produk /jasa adalah sejauh mana produk/jasa memenuhi spesifikasinya serta nilai yang harus diberikan kepada pelanggan.	1. Kinerja ( <i>Performance</i> ) 2. Ketahanan ( <i>Durability</i> ) 3. <i>Serviceability</i> 4. Kualitas yang dipersepsikan ( <i>Perceived Quality</i> ).	Likert
Kualitas Layanan yang dipersepsi oleh pelanggan ( <i>perceived service quality</i> ) didefinisikan sebagai seberapa besar kesenjangan antara persepsi pelanggan atas kenyataan yang diterima dibandingkan dengan harapan pelanggan atas Layanan yang diterima	1. <i>Reliability</i> (Keandalan), 2. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) 3. <i>Assurance</i> (Jaminan), 4. <i>Empathy</i> (Empati)	Likert
Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.	1. Kualitas Produk 2. Harga 3. Kualitas Pelayanan 4. Faktor Emosional	Likert
Loyalitas menunjukkan kesediaan pelanggan untuk menggunakan barang atau jasa secara berulang-ulang dan dengan sukarela merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada konsumen lain	1. Melakukan pembelian ulang secara teratur ( <i>repeat purchase</i> ). 2. <i>Say positive thing</i> 3. Mengajak orang lain ( <i>referrals</i> ). 4. Menunjukkan kekebalan dari daya tarik persaingan	Likert

Sumber: Tinjauan Pustaka

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### *Analisis Deskriptif*

Berdasarkan data penelitian yang telah dikumpulkan, maka diperoleh data mengenai jumlah kuesioner yang telah disebarkan. Dari jumlah distribusi kuesioner

pada tabel 2 dibawah ini, dapat dijelaskan bahwa jumlah keseluruhan kuesioner yang disebarkan adalah sebanyak 100 eksemplar dengan deskripsi tanggapan responden sebagai berikut.

Tabel 2. Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Produk

No	Pernyataan	Kode	Rata-Rata
1	PDAM Kota Makassar memiliki kualitas yang baik untuk dikonsumsi harian	X1.1	4.51
2	Meteran air PDAM Kota Makassar memiliki ketahanan yang baik	X1.2	4.41
3	Pihak PDAM memberi pelayanan yang baik ketika terjadi keluhan terhadap meteran air	X1.3	4.41
4	Kualitas air PDAM Kota Makassar sesuai dengan yang saya harapkan	X1.4	4.48
	<b>Rata-rata Tanggapan Variabel</b>	<b>X1</b>	<b>4.45</b>

Sumber: Olah Data (2019)

Tabel 2 di atas menunjukkan 4 pertanyaan dari variabel kualitas produk memiliki rata-rata 4,45. Para responden memberikan tanggapan terhadap variabel tersebut dengan kategori sangat tinggi.

Pernyataan “PDAM Kota Makassar memiliki kualitas yang baik untuk dikonsumsi harian” merupakan rata-rata tertinggi dengan skor 4,51. Dalam hal ini, Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar telah melakukan pengolahan air dengan kualitas air yang sudah baik dimana air yang disalurkan ke pelanggan merupakan air yang jernih dan bebas bau serta tidak berasa.

Sementara itu, pernyataan dari variabel kualitas produk dengan nilai rata-rata terendah dicapai dengan nilai 4,41 terdapat pada pernyataan “Meteran air PDAM Kota Makassar memiliki ketahanan yang baik” dan “Pihak PDAM memberi pelayanan yang baik ketika terjadi keluhan terhadap meteran air”. Meskipun pernyataan tersebut merupakan pernyataan dengan rata-rata tanggapan yang terendah, nilai rata-ratanya masih besar karena berada pada kategori sangat baik. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar memperhatikan kualitas produk dengan sangat baik.

Tabel 3. Tanggapan Responden mengenai Kualitas Produk

No	Pernyataan	Kode	Rata-Rata
1	PDAM memberi pelayanan yang baik saat pelanggan melakukan pembayaran tagihan	X2.1	4.47
2	PDAM Kota Makassar memberi pelayanan yang tanggap saat pelanggan memberi keluhan	X2.2	4.36
3	PDAM Kota Makassar memberikan jaminan akan peralatan meteran air yang terpasang di rumah pelanggan	X2.3	4.41
4	Pihak PDAM Kota Makassar berupaya memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan.	X2.4	4.41
	<b>Rata-rata Tanggapan Variabel</b>	<b>X2</b>	<b>4.41</b>

Sumber: Olah Data (2019)

Tabel 3 di atas menunjukkan 4 pertanyaan dari variabel kualitas pelayanan memiliki rata-rata 4,41. Para responden memberikan tanggapan terhadap variabel tersebut dengan kategori sangat tinggi.

Pernyataan “PDAM memberi pelayanan yang baik saat pelanggan melakukan pembayaran tagihan” merupakan rata-rata tertinggi dengan skor 4,47. Dalam hal ini, Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar telah melakukan pelayanan yang baik bagi pelanggan dengan menyediakan loket pembayaran yang nyaman dan bersih.

Sementara itu, pernyataan dari variabel kualitas pelayanan dengan nilai

rata-rata terendah dicapai dengan nilai 4,41 terdapat pada pernyataan “PDAM Kota Makassar memberi pelayanan yang tanggap saat pelanggan memberi keluhan”. Meskipun pernyataan tersebut merupakan pernyataan dengan rata-rata tanggapan yang terendah, nilai rata-ratanya masih besar karena berada pada kategori sangat baik. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar telah memberi respon dengan sangat baik ketika terdapat pelanggan yang melakukan keluhan. Disamping itu para karyawan yang ramah dalam melayani pelanggan.

Tabel 4. Tanggapan Responden mengenai Kepuasan

No	Pernyataan	Kode	Rata-Rata
1	PDAM Kota Makassar memiliki produk air minum yang berkualitas	Y1.1	4.45
2	Harga produk yang ditawarkan PDAM Kota Makassar terjangkau bagi saya	Y1.2	4.41
3	Saya puas akan kualitas pelayanan PDAM Kota Makassar saat melakukan pembayaran tagihan dan keluhan	Y1.3	4.48
4	Para karyawan PDAM Kota Makassar memberikan pelayanan yang ramah bagi pelanggan	Y1.4	4.37
	<b>Rata-rata Tanggapan Variabel</b>	<b>Y1</b>	<b>4.43</b>

Sumber: Olah Data (2019)

Tabel 4 di atas menunjukkan 4 pertanyaan dari variabel kepuasan pelanggan memiliki rata-rata 4,43. Para responden memberikan tanggapan terhadap variabel tersebut dengan kategori sangat tinggi.

Pernyataan “Saya puas akan kualitas pelayanan PDAM Kota Makassar saat melakukan pembayaran tagihan dan keluhan” merupakan rata-rata tertinggi dengan skor 4,48. Dalam hal ini, Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar telah melakukan pelayanan yang baik secara umum bagi para pelanggannya.

Sementara itu, pernyataan dari variabel kepuasan pelanggan dengan nilai

rata-rata terendah dicapai dengan nilai 4,41 terdapat pada pernyataan “Harga produk yang ditawarkan PDAM Kota Makassar terjangkau bagi saya”. Meskipun pernyataan tersebut merupakan pernyataan dengan rata-rata tanggapan yang terendah, nilai rata-ratanya masih besar karena berada pada kategori sangat baik. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar telah mengeluarkan produk dengan harga Rp 1.250 hingga Rp 5.465 per Liter yang terjangkau bagi masyarakat secara umum dan bagi pelanggan PDAM Kota Makassar secara khusus.

Tabel 5. Deskripsi tanggapan responden mengenai loyalitas pelanggan

No	Pernyataan	Kode	Rata-Rata
1	Saya senantiasa menggunakan produk air minum dari PDAM Kota Makassar	Y2.1	4.40
2	Saya menyampaikan kelebihan menjadi pelanggan PDAM Kota Makassar kepada teman dan kerabat yang belum berlangganan.	Y2.2	4.41
3	Saya senantiasa mengajak orang lain untuk berlangganan produk PDAM Kota Makassar.	Y2.3	4.48
4	Saya tidak tertarik untuk menggunakan produk air bersih dari pihak lain untuk kebutuhan sehari-hari	Y2.4	4.38
	<b>Rata-rata Tanggapan Variabel</b>	<b>Y2</b>	<b>4.42</b>

Sumber: Olah Data (2019)

Tabel 5 di atas menunjukkan 4 pertanyaan dari variabel loyalitas pelanggan memiliki rata-rata 4,42. Para responden memberikan tanggapan terhadap variabel tersebut dengan kategori sangat tinggi.

Pernyataan “saya senantiasa mengajak orang lain untuk berlangganan produk PDAM Kota Makassar” merupakan rata-rata tertinggi dengan skor 4,48. Dalam hal ini, para pelanggan Perusahaan Daerah Air

Minum (PDAM) Kota Makassar telah loyal terhadap perusahaan ini hingga mereka merekomendasikan ke kerabat dan orang-orang di sekitarnya untuk ikut berlangganan. Sementara itu, pernyataan dari variabel loyalitas pelanggan dengan nilai rata-rata terendah dicapai dengan nilai 4,38 terdapat pada pernyataan “Saya tidak tertarik untuk menggunakan produk air bersih dari pihak lain untuk kebutuhan sehari-hari”. Meskipun pernyataan tersebut merupakan pernyataan

### Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini dilakukan setelah bootstrapping maka diperoleh nilai koefisien estimasi untuk hubungan jalur

dengan rata-rata tanggapan yang terendah, nilai rata-ratanya masih besar karena berada pada kategori sangat baik. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar telah berhasil membuat para pelanggannya menjadi loyal tanpa tertarik untuk mencari alternatif sumber air minum lain seperti sumur biasa, sumur bor, ataupun sungai.

dalam model struktural yang diolah dengan Smart PLS 3.0. Untuk lebih jelasnya akan disajikan gambar bootstrapping dengan PLS 3.0 melalui gambar berikut ini :

Tabel 6. Hasil Olah Data Path Coefficient

No.	Hipotesis	Koef	T Statistik	T Tabel	Keterangan
1.	Bauran Pemasaran -> Kepuasan Pelanggan	0.996	827.381	0.676	Hipotesis diterima
2.	Bauran Pemasaran -> Loyalitas Pelanggan	0.187	0.970	0.676	Hipotesis diterima
3.	Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0.809	4.211	0.676	Hipotesis Diterima
4.	Bauran Pemasaran -> Kepuasan Pelanggan -> Loyalitas Pelanggan	0.806	4.201	0.676	Hipotesis Diterima

Sumber: Smart PLS 3.2.8

Berdasarkan tabel di atas maka hasil pengujian hipotesis dalam penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar.

Berdasarkan tabel 4.8, koefisien jalur pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0.318 (bernilai positif) dengan nilai  $t_{hitung}$  4.043 dan P values 0,000. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dimana semakin baik produk yang ditawarkan sebuah perusahaan, makin bertambah pula tingkat kepuasan

pelanggan, dalam hal ini Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar telah memberikan produk yang berkualitas dan memberi kepuasan pada para pelanggan.

Kemudian, dari hasil uji parsial, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dari 1,96, yakni 4.043 serta p values 0.00 yang lebih kecil daripada 0.05. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar sehingga hipotesis penelitian diterima.

2. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan

Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar.

Berdasarkan tabel 4.8, koefisien jalur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0.660 (bernilai positif) dengan nilai  $t_{hitung}$  8.628 dan P values 0,000. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, dimana semakin baik pelayanan dari karyawan perusahaan, makin bertambah pula tingkat kepuasan pelanggan, dalam hal ini Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar telah memberikan pelayanan yang baik dan memberi kepuasan pada para pelanggan.

Kemudian, dari hasil uji parsial, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dari 1,96, yakni 8.628 serta p values 0.00 yang lebih kecil daripada 0.05. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar sehingga hipotesis penelitian diterima.

3. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar.

Berdasarkan tabel 4.8, koefisien jalur pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0.129 (bernilai positif) dengan nilai  $t_{hitung}$  1.336 dan P values 0,182. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dimana semakin baik produk yang ditawarkan sebuah perusahaan, makin bertambah pula tingkat loyalitas pelanggan, dalam hal ini Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar telah memberikan produk yang berkualitas dan menimbulkan loyalitas pada para pelanggan.

Kemudian, dari hasil uji parsial, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  yang lebih kecil dari 1,96, yakni 0.129 serta p values 0.182 yang lebih besar daripada 0.05. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar sehingga hipotesis penelitian ditolak.

4. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar.

Berdasarkan tabel 4.8, koefisien jalur pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0.408 (bernilai positif) dengan nilai  $t_{hitung}$  3.724 dan P values 0,000. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dimana semakin baik pelayanan dari karyawan perusahaan, makin bertambah pula tingkat loyalitas pelanggan, dalam hal ini Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar telah memberikan pelayanan yang baik sehingga menimbulkan loyalitas dari pelanggan.

Kemudian, dari hasil uji parsial, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dari 1,96, yakni 3.724 serta p values 0.00 yang lebih kecil daripada 0.05. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar sehingga hipotesis penelitian diterima.

5. Pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar.

Berdasarkan tabel 4.8, koefisien jalur pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0.425

(bernilai positif) dengan nilai  $t_{hitung}$  3.653 dan P values 0,000. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dimana semakin baik kepuasan pelanggan, makin bertambah pula tingkat loyalitas pelanggan, dalam hal ini Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar telah membentuk kepuasan pelanggan yang baik sehingga menimbulkan loyalitas dari pelanggan.

Kemudian, dari hasil uji parsial, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dari 1,96, yakni 3.653 serta p values 0.00 yang lebih kecil daripada 0.05. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap loyalitas pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar sehingga hipotesis penelitian diterima.

6. Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan jika dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar.

Berdasarkan tabel 4.8, koefisien jalur pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan sebesar 0.135 (bernilai positif) dengan nilai  $t_{hitung}$  2.572 dan P values 0,010. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dimana semakin baik produk yang ditawarkan sebuah perusahaan, makin bertambah pula tingkat loyalitas pelanggan, dalam hal ini Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar telah memberikan produk yang berkualitas dan menimbulkan kepuasan serta loyalitas pada para pelanggan.

Kemudian, dari hasil uji parsial, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  yang lebih kecil dari 1,96, yakni 2.572 serta p values 0.10

yang lebih besar daripada 0.05. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan jika dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar sehingga hipotesis penelitian diterima.

7. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan jika dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar.

Berdasarkan tabel 4.8, koefisien jalur pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan sebesar 280 (bernilai positif) dengan nilai  $t_{hitung}$  3.495 dan P values 0,001. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan, dimana semakin baik produk yang ditawarkan sebuah perusahaan, makin bertambah pula tingkat loyalitas pelanggan, dalam hal ini Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar telah memberikan pelayanan yang berkualitas dan menimbulkan kepuasan serta loyalitas pada para pelanggan.

Kemudian, dari hasil uji parsial, diperoleh nilai  $t_{hitung}$  yang lebih kecil dari 1,96, yakni 3.495 serta p values 0.001 yang lebih besar daripada 0.05. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan jika dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar sehingga hipotesis penelitian diterima.

## PEMBAHASAN

Pembahasan hasil penelitian ini dilakukan dalam menganalisis temuan-temuan yang diperoleh dari hasil pengamatan terhadap pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum

(PDAM) Kota Makassar. Penjelasan lebih lanjut mengenai hasil penelitian ini dapat dijabarkan sebagai berikut :

- 1) Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar.

Hasil analisis mengenai kualitas produk dan kepuasan pelanggan diperoleh temuan secara empirik bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dimana semakin baik kualitas produk yang ditawarkan oleh karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar maka akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Terlihat dari tanggapan responden mengenai kualitas produk dengan nilai rata-rata skor yang tinggi dimana para karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar memberi jawaban dengan rata-rata skor berada di antara setuju dan sangat setuju.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat dari Kotler and Armstrong (2008:244) adalah “sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk sehingga kualitas suatu produk /jasa menjadi tolak ukur sejauh mana produk/jasa memenuhi spesifikasinya serta nilai yang harus diberikan kepada pelanggan karena kepuasan pelanggan sangat berkaitan erat dengan kualitas. Kualitas memuaskan yang sudah dirasakan konsumen memberikan kepuasan terhadap keinginan konsumen dan memenuhi kebutuhan konsumen dapat berpengaruh besar terhadap persepsi konsumen terhadap produk tersebut.

Adapun menurut Laksana (2008:89) menyatakan bahwa kualitas terdiri dari sejumlah keistimewahan produk yang memenuhi keinginan pelanggan dengan demikian memberikan kepuasan atas penggunaan produk.

Hasil penelitian dari Lasander, C. (2013) menemukan bahwa kualitas produk merupakan keseluruhan kualitas atau keunggulan suatu produk atau jasa layanan ber kaitan dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Adapun hasil penelitian dari Saidani dan Arifin (2012) memukan bahwa kualitas produk dan kualitas layanan mempengaruhi kepuasan pelanggan sehingga hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya.

- 2) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar.

Hasil analisis mengenai kualitas layanan dan kepuasan pelanggan diperoleh temuan secara empirik bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Dimana semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar maka akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Terlihat dari tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan dengan nilai rata-rata skor yang tinggi dimana para karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar memberi jawaban dengan rata-rata skor berada di antara setuju dan sangat setuju.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat dari Rahman Kadir (2013), kualitas pelayanan yang dipersepsi oleh pelanggan (*perceived service quality*) didefinisikan sebagai seberapa besar kesenjangan antara persepsi pelanggan atas kenyataan yang diterima

dibandingkan dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima.

Hasil penelitian dari Parawansa, D. A. S. (2012) menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan. Hasil penelitian dari Solanget.al (2014) juga menemukan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Kotamobagu sehingga hasil dari penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya.

- 3) Pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar.

Hasil analisis mengenai kualitas produk dan loyalitas pelanggan diperoleh temuan secara empirik bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Dimana semakin baik kualitas produk yang ditawarkan oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar maka akan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Terlihat dari tanggapan responden mengenai kualitas produk dan loyalitas pelanggan dengan nilai rata-rata skor yang tinggi dimana para karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar memberi jawaban dengan rata-rata skor berada di antara setuju dan sangat setuju.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat dari Buchari Alma (2007:275) mengemukakan bahwa karakteristik dari *customer loyalty* ialah dengan menggunakan produk/ jasa dari bank tertentu secara terus menerus/ teratur. serta membeli produk melebihi satu produk yang ditawarkan oleh pihak perusahaan. Adapun menurut Ika Pratiwi dan Sugiarto (2010) pelanggan yang loyal atau setia adalah seseorang yang melakukan pembelian ulang dari perusahaan yang sama, memberitahukan

kekonsumen potensial yang lain dari mulut ke mulut. Loyalitas adalah suatu perilaku pembelian pengulangan yang menjadi kebiasaan, yang mana telah ada keterkaitan dan keterlibatan tinggi pada pilihannya terhadap obyek tertentu.

Hasil penelitian dari Saputro dan Lataruva (2010) menemukan bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan sehingga hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya.

- 4) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar.

Hasil analisis mengenai kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan diperoleh temuan secara empirik bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Dimana semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar maka akan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Terlihat dari tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan dengan nilai rata-rata skor yang tinggi dimana para karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar memberi jawaban dengan rata-rata skor berada di antara setuju dan sangat setuju.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat dari Moenir (2010:26) pelayanan adalah kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor materi melalui sistem, prosedur dan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya. Ketika konsumen memperoleh pelayanan yang baik maka mereka akan menjadi pelanggan yang loyal. Adapun menurut Utami (2006:58)

loyalitas pelanggan berarti kesetiaan pelanggan untuk berbelanja di lokasi perusahaan. Loyalitas menunjukkan kesediaan pelanggan untuk menggunakan barang atau jasa secara berulang-ulang dan dengan sukarela merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada konsumen lain (Lovelock dan Wright, 2005:133).

Hasil penelitian dari Liu, et.al (2017) menemukan bahwa kualitas layanan secara positif mempengaruhi loyalitas pelanggan. Hal serupa terjadi dalam penelitian dari Kiran, K., & Diljit, S. (2017) yang menemukan bahwa kualitas pelayanan berdampak pada loyalitas pelanggan sehingga hasil dari penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya.

- 5) Pengaruhkepuasan terhadap loyalitas pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar.

Hasil analisis mengenai kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan diperoleh temuan secara empirik bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan. Dimana semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar maka akan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Terlihat dari tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dengan nilai rata-rata skor yang tinggi dimana para karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar memberi jawaban dengan rata-rata skor berada di antara setuju dan sangat setuju.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat dari Kotler (2014:150) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap

kinerja yang diharapkan. Adapun loyalitas adalah suatu kesetiaan yang timbul tanpa adanya paksaan sama sekali, melainkan timbul dari kesadaran sendiri pada masa lalu. Menurut Tjiptono (2011) Loyalitas adalah suatu kondisi dimana konsumen menunjukkan sifat positif terhadap produk atau produsen (penyedia jasa) yang disertai pola pembelian berulang secara konsisten.

Hasil penelitian dari Kasiri, et.al (2017) menemukan bahwa kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan sehingga hasil dari penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya.

- 6) Pengaruhkualitas produk terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar.

Hasil analisis mengenai kualitas produk, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan diperoleh temuan secara empirik bahwa kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan jika dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Dimana semakin baik kualitas produk yang ditawarkan oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar maka akan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan. Terlihat dari tanggapan responden mengenai kualitas produk, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dengan nilai rata-rata skor yang tinggi dimana para karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar memberi jawaban dengan rata-rata skor berada di antara setuju dan sangat setuju.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat dari kualitas produk menurut Kotler and Armstrong (2008: 244) adalah “sekumpulan ciri-ciri karakteristik dari barang dan jasa yang

mempunyai kemampuan untuk memenuhi kebutuhan yang merupakan suatu pengertian dari gabungan daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pemeliharaan serta atribut-atribut lainnya dari suatu produk. Bagus tidaknya kualitas satu produk akan berpengaruh terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2005) menguraikan bahwa kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan pada evaluasi tanggapan terhadap perbedaan antara ekspektasi awal dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah konsumsi produk. Maksud pernyataan tersebut yaitu yaitu apabila kinerja suatu produk, baik barang atau pun jasa, jauh lebih rendah dibandingkan dengan harapan pelanggan, pembeli akan merasakan ketidakpuasan. Sebaliknya, bila kinerja sesuai dengan harapan atau bahkan melebihi harapan, maka pembeli akan merasa puas atau sangat senang. Adapun menurut Ika Pratiwi dan Sugiarto (2010) pelanggan yang loyal atau setia adalah seseorang yang melakukan pembelian ulang dari perusahaan yang sama, memberitahukan kekonsumen potensial yang lain dari mulut ke mulut.

Hasil penelitian dari Hidayat, R. (2009) menemukan bahwa terdapat pengaruh signifikan pada loyalitas pelanggan dimediasi oleh kepuasan pelanggan sehingga hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya.

- 7) Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar.

Hasil analisis mengenai kualitas pelayanan dan loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan diperoleh temuan secara empirik bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap

loyalitas pelanggan jika dimediasi oleh kepuasan pelanggan. Dimana semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar maka akan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan akan meningkatkan loyalitas pelanggan. Terlihat dari tanggapan responden mengenai kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan dan loyalitas pelanggan dengan nilai rata-rata skor yang tinggi dimana para karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar memberi jawaban dengan rata-rata skor berada di antara setuju dan sangat setuju.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pendapat dari Parasuraman (1990), kualitas pelayanan yang dipersepsi oleh pelanggan (*perceived service quality*) didefinisikan sebagai seberapa besar kesenjangan antara persepsi pelanggan atas kenyataan yang diterima dibandingkan dengan harapan pelanggan atas pelayanan yang diterima. Berdasarkan hal tersebut seorang akan merasa puas atau tidak. Menurut Kotler (2014:150) kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Suatu kepuasan pelanggan akan berujung pada loyalitas pelanggan. Loyalitas pelanggan menunjukkan kesediaan pelanggan untuk menggunakan barang atau jasa secara berulang-ulang dan dengan sukarela merekomendasikan produk atau jasa tersebut kepada konsumen lain (Lovelock dan Wright, 2005:133).

Hasil penelitian dari Liu, et.al (2017) dalam penelitiannya menemukan bahwa Kualitas layanan secara positif mempengaruhi loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan. Hasil penelitian dari Kiran, K., & Diljit, S.

(2017) juga menemukan bahwa kualitas layanan dan nilai layanan memiliki efek langsung pada kepuasan pelanggan, yang kemudian langsung berdampak pada loyalitas pelanggan sehingga hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian sebelumnya.

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan terhadap 100 responden yang merupakan pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar maka kesimpulan dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar.
- 2) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar.
- 3) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar.
- 4) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar.
- 5) Kepuasan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar.
- 6) Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan jika dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar.
- 7) Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas pelanggan jika dimediasi oleh kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar.

Berdasarkan kesimpulan dari penelitian yang dilakukan terhadap pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar maka saran dari penelitian ini dapat diuraikan sebagai berikut:

- 1) Dihimbau kepada pihak Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar Meteran air PDAM Kota Makassar untuk memberi meteran air dengan kualitas dan ketahanan yang baik kepada pelanggan serta memberikan pelayanan yang tanggap ketika terjadi keluhan pelanggan terhadap meteran air. Oleh karena itu pihak Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar bisa melakukan pelatihan terhadap para teknisi lapangan agar bisa lebih tanggap dalam penanganan meteran air.
- 2) Dihimbau kepada pihak Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar memberi pelayanan yang tanggap saat pelanggan memberi keluhan dengan memaksimalkan skill karyawan dalam melayani pelanggan.
- 3) Dihimbau kepada pihak Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar agar mempertahankan kepuasan pelanggan dengan mengarahkan para karyawan untuk memberikan pelayanan yang ramah bagi pelanggan.
- 4) Dihimbau kepada pihak Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar untuk mempertahankan loyalitas pelanggan dengan cara meningkatkan kualitas produk air minum dan kualitas pelayanan agar para pelanggan tidak berhenti menggunakan produk yang ditawarkan atau mencari alternatif lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amin Widjaja Tunggal. 2008. Dasar – Dasar Customer Relationship Management. (CRM). Jakarta: Harvindo.
- Aryani, D., & Rosinta, F. (2011). Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dalam membentuk loyalitas pelanggan. *Bisnis & Birokrasi Journal*, 17(2).
- Buchari Alma (2007:275)
- Buchari Alma, 2007, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Edisi Revisi,. Bandung CV. Alfabeta.
- Darsono, L. I. (2017). Loyalty & Disloyalty: Sebuah Pandangan Komprehensif Dalam Analisa Loyalitas Pelanggan. *Kinerja*, 8(2), 163-173.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2005). Manajemen Kualitas Jasa. Yogyakarta: ANDI.
- Hidayat, R. (2009). Pengaruh kualitas layanan, kualitas produk dan nilai nasabah terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah Bank Mandiri. *Jurnal Manajemen dan kewirausahaan*, 11(1), 59-72.
- Ika Pratiwi, D., & Sugiarto, S. (2010). Analisis pengaruh harapan pelanggan, kualitas produk, kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan internet flash unlimited di Semarang (Universitas Diponegoro).
- Japarianto, Edwin; P. Laksmono; dan N.A. Khomariyah. 2007. “Analisa Kualitas pelayanan Sebagai Pengukur Loyalitas Pelanggan Hotel Majapahit Surabaya Dengan Pemasaran Relasional Sebagai Variabel Intervening”. *Jurnal Manajemen Perhotelan*, Vol. 3, No. 1, Maret 2007: 34-42.
- Kadir, Rahman. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Pertama. Penerbit IPB Press Taman Kencana, Bogor.
- Kereta, L. B. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Flores Timur. *Jurnal Administrasi Publik dan Birokrasi*, 1(3).
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2016): Marketing Management, 15th Edition New Jersey: Pearson Pretice Hall, Inc.
- Laksana, Fajar. (2008). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Lovelock dan Lauren K. Wright, (2005), Manajemen Pemasaran. Jakarta
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi. (Edisi 3). Jakarta: Salemba Empat
- Moenir, A.S. (2010). Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia. Jakarta : Bumi Aksara.
- Parasuraman. 1990. Delivering Quality Service. New york: The Free. Press
- Saidani, B., & Arifin, S. (2012). Pengaruh kualitas produk dan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen dan minat beli pada ranch market. *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 3(1), 1-22.
- Saputro, R., & Lataruva, E. (2010). Analisis pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepercayaan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan (studi pada PT. Nusantara Sakti Demak). Universitas Diponegoro.
- Solang, R., Mandey, S. L., & Nelwan, O. S. (2014). Kualitas layanan dan hubungan pelanggan Pengaruhnya terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan daerah Air minum (PDAM) Kota Kotamobagu. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 2(1).
- Tjiptono dan Gregorius Chandra (2005)
- Tjiptono, Chandra, (2005). Strategi Pemasaran, ANDI: Yogyakarta.
- Sekaran, uma dan Roger Bougie. (2010). Edisi 5, Research Method For Business: A. Skill Building Approach. John Wiley @ Sons, New York.