

## DAMPAK DARI KUALITAS PRODUK DAN PELAYANAN TERHADAP LOYALITAS PELANGGAN PERUMDA AIR MINUM TIRTA TERUBUK BENGKALIS

Ade Suhartini<sup>1</sup>, Ezril<sup>2</sup>, Sri Rahmany<sup>3</sup>, Siti Rosminah<sup>4</sup>

<sup>1234</sup>STIE Syariah Bengkalis

Corresponding email: [adesuhartini5@gmail.com](mailto:adesuhartini5@gmail.com)

### Article History

Received: 21 February 2022 Revised: 5 April 2022 Accepted: 17 Mei 2022

### Abstract

*Product and service quality is one of the factors that affect customer loyalty. With the products produced with good quality and the services provided with good quality, there will be an increasing number of customers for drinking water from Perumda Tirta Terubuk Bengkalis. This study aims to determine how the influence of the level of product and service quality on customer loyalty and how the form of quality and service is viewed from the perspective of Islam. This research is a quantitative research. The population of this research is 4,027 customers formulated with the slovin formula, so it becomes 100 respondents. The sampling technique used is random sampling, the sample in this study is a sampling technique where all individuals in the population either individually or together to be selected as sample members. Data was collected using questionnaires, library documentation and interviews. The data obtained were then processed and analyzed using the SPSS 23 application. The data analysis techniques used were validity test, data reliability, normality test, heteroscedasticity test, multiple linear test, t test, f test and coefficient of determination. The results of the study show that the results of the t-test analysis of product quality are  $4.050 > 1.98$ , for service are  $4.615 > 1.98$ , the value of  $f = 22.802 > 2.69$ , the results of the coefficient of determination ( $R^2$ ) are indicated by the coefficient R (RSquare) 0.170). This shows the understanding that the quality of products and services on customer loyalty is influenced by 32%. While the remaining 68% (100%-32%) is explained by other reasons*

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

**JEL Classification:** G4, G41

### Abstrak

Kualitas produk dan pelayanan merupakan salah satu faktor yang mempengaruhi loyalitas pelanggan air minum perumda tirta terubuk Bengkalis. Penelitian ini bertujuan untuk meneliti hasil dari pengaruh tingkat kualitas produk dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan dan bagaimana bentuk kualitas dan pelayanan ditinjau dari perspektif Islam. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik sampel *random sampling*, teknik pengambilan sampel dimana semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama untuk dipilih sebagai anggota sampel. Data yang diperoleh kemudian diolah dan dianalisis menggunakan aplikasi SPSS 23. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji validitas, reabilitas data, uji normalitas, uji heteroskedastisitas, uji linier berganda, uji t, uji f dan koefisien determinasi. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa hasil analisis uji

t kualitas produk adalah  $4.050 > 1.98$ , untuk pelayanan adalah  $4.615 > 1.98$ , nilai  $f = 22.802 > 2.69$  hasil uji koefisien Detreminasi ( $R^2$ ) ditunjukkan oleh koefisien R ( $R_{\text{Square}}$ ) 0.170). Hal ini menunjukkan pengertian bahwa kualitas produk dan pelayanan pada Loyalitas pelanggan dipengaruhi sebesar 32%. Sedangkan sisanya 68% (100%-32%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain.

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

**Klasifikasi JEL:** G4, G41

## 1. PENDAHULUAN

Penyediaan air bersih untuk masyarakat mempunyai peranan yang sangat penting dalam peningkatan kesehatan lingkungan atau masyarakat, yakni mempunyai peranan dalam menurunkan angka penderita penyakit, khususnya yang berhubungan dengan air dan berperan dalam meningkatkan standar atau kualitas hidup masyarakat. Sampai saat ini, penyediaan air bersih untuk masyarakat di Indonesia masih dihadapkan pada beberapa permasalahan yang cukup kompleks dan sampai saat ini belum dapat diatasi sepenuhnya. Salah satu masalah yang masih dihadapi yakni masih rendahnya tingkat pelayanan air bersih untuk masyarakat.

Sampai saat ini permasalahan yang dihadapi oleh Perumda di Indonesia cukup pelik baik masalah manajemen internal Perumda sendiri maupun eksternal yang berada diluar kewenangan manajemen Perumda. Menurut Ambarita beberapa masalah yang dihadapi Perumda saat ini antara lain adalah:

1. Persepsi mengenai manajemen Perumda tidak dilihat secara utuh sebagai pengelolaan perusahaan, penekanannya masih diarahkan kepada Fungsi sosial.
2. Dilihat dari aspek manajemen dan pengembangan SDM, organisasi Perumda sudah tidak sesuai dengan kondisi saat ini.
3. Perumda dibebani tugas sebagai pemasok PAD khususnya pada saat krisis.
4. Tarif air minum Perumda relative rendah sehingga tidak bisa mengantisipasi perubahan biaya operasi akibat kenaikan harga energi dan bahan kimia.

Tingkat pelayanan masih rendah dan sulit mengembangkan diri, karena terhentinya dari pusat, sedangkan keuntungan yang diperoleh digunakan untuk PAD. Didalam perusahaan Perumda Tirta Terubuk Bengkalis dimana terkadang ada beberapa permasalahan yang mungkin sama dengan perusahaan lain dimana permasalahan yang peneliti ketahui dilapangan adalah:

1. Terkadang ada perubahan kualitas air karena habisnya obat didalam penyaringan air tersebut.
2. Kurangnya pelayanan karena ada beberapa pengurangan karyawan menyebabkan pelayanan perusahaan kurang baik.

Beberapa pengguna air bersih banyak sekali yang menggunakan air bersih Perumda, tetapi ada penurunan dan peningkatan pemakaian air bersih setiap bulannya maka dari itu, hal ini kemudian membuat perusahaan dituntut untuk mempunyai kemampuan yang tinggi dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, yaitu kualitas layanan, agar konsumen puas atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Islam mengajarkan apabila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau yang tidak berkualitas kepada orang lain. Dalam

membangun pemasaran yang baik tentu perusahaan memberikan kualitas pelayanan yang menadai kepada pelanggan supaya pelanggan tetap loyal berlangganan.

1. Banyaknya jumlah pelanggan yang mengeluh akan kejernihan air bersih.
2. Masih banyak jumlah pelanggan yang melakukan tunggakan pembayaran rekening minum perumda dibengkalis.
3. Banyaknya jumlah pelanggan tetapi, kualitas perusahaan menurun.
4. Masih banyak masyarakat yang tidak menggunakan air minum perumda tirta terubuk bengklis.

## 2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena tersebut (Arifin Tajul, 2007). Sumber data dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian (Suryadani, 2007). Data primer dalam penelitian ini adalah data yang didapatkan dari hasil wawancara dan penyebaran kuesioner (angket).

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiono,2017). Populasi dalam penelitian adalah ini pelanggan/pengguna perumda yang menggunakan air minum Tirta Terubuk Bengklis sebanyak 4027 pada tahun 2017-2020. Sedangkan Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Teknik sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *random sampling* (Sugiono,2015; Tanjung & Devi, 2013).

Teknik *random sampling* adalah teknik pengambilan sampling dimana semua individu dalam populasi baik secara sendiri-sendiri atau bersama-sama diberi kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai anggota sampel. Sampel dalam penelitian ini dihitung menggunakan rumus slovin dalam Mustafa, yakni sebagai berikut (Sugiono,2017).

Bentuk rumus slovin:

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

Dimana:

N= populasi

n= sampel

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

Berdasarkan rumus tersebut, maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1+Ne^2} \\n &= \frac{4,027}{1 + 4,027 (10\%)^2} \\n &= \frac{4,027}{1+4,027 (0,01)} \\n &= \frac{4,027}{1+40,27} \\n &= \frac{4,027}{41,27} \\n &= 97.57\end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan yang diperoleh, dalam penelitian ini pengukuran sampel yang menjadi responden sebesar 97.57 atau dibuatkan menjadi 100 Orang. Analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan penghitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan penghitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan (Sugiono,2010). Teknis analisis data merupakan cara menganalisis data penelitian, termasuk alat-alat statistik yang relevan untuk digunakan dalam penelitian ini.

Teknis analisis data yang digunakan yaitu metode kuantitatif deskriptif. Analisis deskriptif ini dilakukan dengan pengujian hipotesis deskriptif. Hasil analisisnya adalah apakah hipotesis penelitian dapat digeneralisasikan atau tidak. Jika hipotesis ( $H_a$ ) diterima, berarti hasil penelitian dapat digeneralisasikan. Dalam penelitian ini, operasional menggunakan instrumen, kuesioner, masing-masing variabel diukur dengan menggunakan skala *liker*. Menurut Sugiono, skala *liker* yaitu skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seorang atau sekelompok orang tentang fenomena special (Sugiono,2009). Adapun teknis data adalah sebagai berikut:

## **a) Uji Data**

### **1. Uji Validitas**

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat validitas atau kesahihan suatu instrument, sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur (Sugiono,2006). Metode yang digunakan adalah korelasi *product moment*.

### **2. Uji Reabilitas**

Reabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil. Untuk melihat reabilitas masing-masing instrumen yang digunakan, peneliti menggunakan koefisien *alpha cronbach's* (Siregar Sofian,2013).

Jika koefisien *alpha* yang dihasilkan lebih besar dari 0,60 ( $\alpha > 0,6$ ) maka instrumen tersebut dikatakan reliabel, apabila sebaliknya *alpha* lebih rendah dari 0,60 ( $\alpha < 0,6$ ) maka instrumen tersebut tidak reliabel.

## **b) Uji Asumsi Klasik**

### **1. Uji Normalitas Data**

Uji normalitas data digunakan untuk mengetahui apakah satu data terdistribusi normal atau tidak. Jika berdistribusi normal, maka sebaran nilai masing-masing variabel berbentuk sebaran normal. Penujian normalitas dalam penelitian ini menggunakan pendekatan *Kolmogorov-Smirnov*. Data yang dinyatakan berdistribusi normal adalah jika signifikansinya lebih besar dari 0,05 (Iriyanto Ahmad,2007).

### **2. Uji Heterokedastisitas Data**

Uji ini digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya penyimpangan asumsi klasik heterokedastisitas yaitu adanya ketidaksamaan varian dari residual untuk semua pengamatan pada model regresi sehingga layak untuk digunakan.

Heterokedastisitas ditandai dengan adanya pola tertentu pada grafik scatterplot. Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang), maka terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas (Priadana,2009).

### c) Uji Hipotesis

#### 1. Analisa Regresi Linier Berganda

Analisa regresi linier berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh tiap variabel devenden. Pemasaran regresi untuk menguji hipotesis-hipotesisi yang diajukan dinyatakan dengan model sebagai berikut:

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

Keterangan:

Y =Loyalitas Pelanggan

X<sub>1</sub> = Kualitas Produk

X<sub>2</sub> = Pelayanan

a =Konstanta

b =Koefisien

c =error item

#### 2. Uji T (Persial)

Uji t merupakan suatu penguji secara persial yang bertujuan untuk mengetahui apabila masing-masing koefisien regresi singnifikan atau tidak terhadap variabel dependen dengan menggangap variabel lainya konsten (Ghazali Imam,2005). Uji t ini dilakukan dengan membandingkan nilai t<sub>hitung</sub> dan t<sub>tabel</sub>.

*Level of singnificane* yang digunakan adalah 5% atau 0,05 dan dasar pengembalian keputusan apakah Ha diterima atau ditolak adalah dengan membandingkan nilai t hitung dengan t tabel. Dasar pengambilan keputusan untuk uji t adalah:

1. Jika nilai t hitung > t tabel maka variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai t hitung < t tabel maka variabel bebas tidak berpengaruh terhadap variabel terikat.

Berdasarkan nilai singnifikan:

1. Jika nilai sig < 0,05 maka variabel bebas berpengaruh singnifikan terhadap variabel terikat.
2. Jika nilai sig > 0,05 maka variabel bebas tidak perpengaruh singnifikan terhadap variabel terikat (Murni Yusuf, 2005).

#### 3. Uji F (Simultan)

Uji simultan (uji F) dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen dan variabel dependen secara bersama-sama menggunakan F hitung (Ghazali Imam, 2011). Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari dua variabel independen atau lebih secara simultan (bersama) terhadap variabel dependen. Dasar pengambilan keputusan dalam uji F adalah:

1. Jika nilai F hitung > F tabel maka variabel independen (bebas) secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen (terikat).
2. Jika nilai F hitung < F tabel maka variabel independen (bebas) secara simultan tidak berpengaruh terhadap variabel dependen (terikat).

Berdasarkan nilai singnifikan:

1. Jika nilai signifikan  $< 0,05$ , maka variabel independen (bebas) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (terikat).
2. Jika nilai signifikan  $> 0,05$ , maka variabel dependen (bebas) secara bersama-sama tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen (terikat) (Sugiono,2017).

#### 4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa besar persentase variabel *dependen* yang dapat dijelaskan oleh variabel-variabel *independen* yang ada didalam model. Semakin besar koefisien determinasinya, maka semakin banyak variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah diantaranya nol dan satu ( $0 < R < 1$ ). Secara sistematis dirumuskan sebagai berikut:

1. Jika nilai  $R^2$  mendekati 0 (nol) berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel terikat amat terbatas, maka dapat disimpulkan antara variabel bebas dan variabel terikat tidak ada keterkaitan.
2. Jika nilai  $R^2$  mendekati 1 (satu), berarti variabel bebas memberikan hamper semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel bebas dan variabel terikat ada ketertarikan (Muri Yusuf,2007).

### 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Melalui hasil penelitian yang dilaksanakan dengan sistem kuantitatif dan hasil statistik deskriptif, Penelitian ini menggunakan responden pelanggan perumda air minum tirta terubuk bengkalis yang ada dibengkalis, penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan secara langsung dan disebarakan secara acak oleh peneliti. Jumlah kuesioner yang peneliti bagikan dilapangan sebanyak 100 responden. Dari 100 kuesioner yang disebarakan kepada responden, didapat sebanyak 100 kuesioner yang memenuhi karateria data penelitian. Distribusi ke 100 kuesioner tersebut ditunjukan pada tabel berikut:

**Tabel 1.** Rincian Pengiriman Dan Pengembalian Kuesioner

Keterangan	Jumlah
Kuesioner yang dikirim	100
Kuesioner yang kembali	100
Kuesioner yang dapat digunakan	100
Kuesioner yang tidak kembali	0
Tingkat pengembalian kuesioner ( $100/100 \times 100\%$ )	100%
Tingkat pengembalian yang digunakan ( $100/100 \times 100\%$ )	100%

Dari tabel 1 di atas dapat dilihat bahwa semua kuesioner semua kembali.

#### 3.1 Karakteristik Responden Penelitian

Karakteristik yang diteliti meliputi umur, jenis kelamin dan pekerjaan. Ringkasan mengenai karakteristik responden dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 2.** Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Orang	Persentase
Laki-laki	57	57%

Perempuan	33	33%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel 2 di atas, responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 57 orang dengan persentase 57% dan perempuan berjumlah 33 orang dengan persentase 33% hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pengguna air minum perumda adalah laki-laki.

**Tabel 3.** Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah Orang	Persentase
21-30 Tahun	13	13%
31-40 Tahun	24	24%
41-50 Tahun	51	51%
≥ 50 Tahun	12	12%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan tabel 3 diatas, responden didominasi usia 21-30 tahun sebanyak 13 responden (13%), kemudian usia 31-40 tahun sebanyak 24 responden (24%), usia 41-50 tahun sebanyak 51 responden (51%) dan usia 50 tahun sebanyak 12 responden (12%).

**Tabel 4.** Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Orang	Persentase
Ibu Rumah Tangga	44	44%
Guru	26	26%
Kantor	30	30%
Jumlah	100	100%

Berdasarkan table 4 diatas, responden didominasi pekerjaan ibu rumah tangga sebanyak 44 orang atau 44%, kemudian dari guru sebanyak 26 atau responden 26%, dan kantor sebanyak 30 atau responden 30%.

### 3.2 Hasil Statistik Deskriptif

Gambaran dan rangkuman mengenai variabel-variabel penelitian yaitu kualitas produk (X1), pelayanan (X2), loyalitas pelanggan (Y) disajikan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 5.** Rangkuman Diskriptif Responden Terhadap Varabel Kualitas Produk (X1)

No.	Pernyataan		Distribusi Frekuensi					Total	Mean
			SS	S	N	TS	STS		
			5	4	3	2	1		
1	Kualitas Produk 1	Frek	30	51	13	3	3	100	4.02
		Skor	150	204	39	6	3	402	
2	Kualitas Produk 2	Frek	19	61	13	4	3	100	3.89
		Skor	95	244	39	8	3	389	
3	Kualitas	Frek	8	72	15	3	2	100	3.81

	Produk 3	Skor	40	288	45	6	2	381	
4	Kualitas Produk 4	Frek	26	56	14	3	1	100	4.03
		Skor	130	224	42	6	1	403	
5	Kualitas Produk 5	Frek	16	70	10	1	3	100	3.95
		Skor	80	280	30	2	3	395	
6	Kualitas Produk 6	Frek	13	69	13	4	1	100	3.89
		Skor	65	276	39	8	1	389	
7	Kualitas Produk 7	Frek	20	61	15	3	1	100	3.96
		Skor	100	244	45	6	1	396	
<b>Total</b>									<b>3.94</b>

Dari seluruh indikator pernyataan kualitas produk (X1), yang telah dipertanyakan dapat dilihat total mean yang diperoleh masing-masing pertanyaan dari 7 indikator diatas, maka diperoleh total nilai untuk variabel kualitas produk (X1) yaitu 3.94).

**Tabel 6.** Rangkuman Diskriptif Responden Terhadap Variabel Pelayanan (X2)

No.	Pernyataan		Distribusi Frekuensi					Total	Mean
			SS	S	N	TS	STS		
			5	4	3	2	1		
1	Pelayanan 1	Frek	22	72	6	0	0	100	4.16
		Skor	110	288	18	0	0	416	
2	Pelayanan 2	Frek	19	76	5	0	0	100	4.14
		Skor	95	304	15	0	0	414	
3	Pelayanan 3	Frek	21	75	4	0	0	100	4.17
		Skor	105	300	12	0	0	417	
4	Pelayanan 4	Frek	15	78	7	0	0	100	4.08
		Skor	75	312	21	0	0	408	
5	Pelayanan 5	Frek	25	70	5	0	0	100	4.2
		Skor	125	280	15	0	0	420	
6	Pelayanan 6	Frek	20	67	12	1	0	100	4.06
		Skor	100	268	36	2	0	406	
7	Pelayanan 7	Frek	30	61	9	0	0	100	4.21
		Skor	150	244	27	0	0	421	
<b>Total</b>									<b>4.15</b>

Dari seluruh indikator pernyataan pelayanan (X2) yang telah dipertanyakan dapat dilihat total mean yang diperoleh dari masing-masing pertanyaan dari 7 indikator diatas, maka diperoleh total nilai untuk variabel pelayanan (X2) yaitu 4.15.

**Tabel 7.** Rangkuman Deskriptif terhadap variabel Loyalitas pelanggan (Y)

No.	Pernyataan	Distribusi Frekuensi	Total	Mean
-----	------------	----------------------	-------	------

			SS	S	N	TS	STS		
			5	4	3	2	1		
1	Loyalitas 1	Frek	50	42	6	2	0	100	4.40
		Skor	250	168	18	4	0	440	
2	Loyalitas 2	Frek	43	49	7	1	0	100	4.34
		Skor	215	196	21	2	0	434	
3	Loyalitas 3	Frek	38	54	7	1	0	100	4.29
		Skor	190	216	21	2	0	429	
4	Loyalitas 4	Frek	35	44	15	4	1	99	4.09
		Skor	175	176	45	8	1	405	
5	Loyalitas 5	Frek	36	49	14	1	0	100	4.20
		Skor	180	196	42	2	0	420	
6	Loyalitas 6	Frek	39	47	13	1	0	100	4.24
		Skor	195	188	39	2	0	424	
<b>Total</b>								<b>4.26</b>	

Dari seluruh indikator pernyataan loyalitas pelanggan (Y) yang telah dipertanyakan dapat dilihat total mean yang diperoleh dari masing-masing pertanyaan dari 6 indikator diatas, maka diperoleh total nilai untuk variabel loyalitas pelanggan (Y) yaitu 4.26.

#### a. Uji Kualitas Data

##### 1. Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

**Tabel 8.** Uji Validitas Data Variabel X1

<b>Validitas Item Variabel Kualitas Produk (X1)</b>			
<b>Item Pernyataan</b>	<b>R Hitung</b>	<b>R Tabel</b>	<b>Simpulan</b>
<b>P1</b>	0.820	0.195	<b>Valid</b>
<b>P2</b>	0.805	0.195	<b>Valid</b>
<b>P3</b>	0.893	0.195	<b>Valid</b>
<b>P4</b>	0.821	0.195	<b>Valid</b>
<b>P5</b>	0.819	0.195	<b>Valid</b>
<b>P6</b>	0.806	0.195	<b>Valid</b>
<b>P7</b>	0.803	0.195	<b>Valid</b>

**Tabel 9.** Uji Validitas Data Variabel X2

<b>Validitas Item Variabel Pelayanan (X2)</b>			
<b>Item Pernyataan</b>	<b>R Hitung</b>	<b>R Tabel</b>	<b>Simpulan</b>
<b>P1</b>	0.663	0.195	<b>Valid</b>
<b>P2</b>	0.661	0.195	<b>Valid</b>
<b>P3</b>	0.607	0.195	<b>Valid</b>
<b>P4</b>	0.654	0.195	<b>Valid</b>
<b>P5</b>	0.672	0.195	<b>Valid</b>
<b>P6</b>	0.692	0.195	<b>Valid</b>
<b>P7</b>	0.770	0.195	<b>Valid</b>

**Tabel 10.** Uji Validitas Data Variabel Y

<b>Validitas Item Variabel Loyalitas (Y)</b>			
<b>Item Pernyataan</b>	<b>R Hitung</b>	<b>R Tabel</b>	<b>Simpulan</b>
<b>Y1</b>	0.799	0.195	<b>Valid</b>
<b>Y2</b>	0.838	0.195	<b>Valid</b>
<b>Y3</b>	0.834	0.195	<b>Valid</b>
<b>Y4</b>	0.778	0.195	<b>Valid</b>
<b>Y5</b>	0.840	0.195	<b>Valid</b>
<b>Y6</b>	0.849	0.195	<b>Valid</b>

Hasil pengujian validitas dari Tabel 8, 9 dan Tabel 10 diatas dapat dilihat bahwa skor masing-masing dan skor total (*Person Correlation*) menunjukkan korelasi yang positif dan signifikan karena r hitung berada disekitar angka -1, 0, dan +1. Jika r hitung mendekati 0 (makin menjauh angka 1) maka item pertanyaan tersebut valid. Tanda positif (+) pada korelasi tersebut menunjukkan korelasi yang positif antara setiap pertanyaan dengan skor totalnya dan tanda negatif (-) menunjukkan korelasi negatif antara setiap pertanyaan dengan skor total korelasi person diatas 0.195 (N = 100) dengan signifikansi lebih kecil dari 0.05. Hasil uji validitas data diatas menunjukkan setiap butir pernyataan dinyatakan valid, karena nilai R hitungnya lebih besar dari R tabel = 0.195.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada satu pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena

instrumen tersebut sudah baik.<sup>1</sup> Uji reliabilitas yang digunakan adalah dengan menggunakan *Coefficient Cronbach's Alpha*, yang berguna untuk mengukur sejauh mana item-item pertanyaan yang diajukan mencerminkan konstruk yang sama. Instrumen dapat yang dilakukan reliabel apabila pengujian tersebut menunjukkan alpha lebih besar dari 0.05 (*reliable*). Hasil pengujian reliabilitas dari program SPSS.23 dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 11.** Uji Reliabilitas

Hasil Reliability (Alpha)		Keterangan
Kriteria	Cronbach's Alpha	
0.60	<b>0.918</b>	<i>Reliable Untuk Variabel X1</i>
0.60	<b>0.800</b>	<i>Reliable Untuk Variabel X2</i>
0.60	<b>0.900</b>	<i>Reliable Untuk Variabel Y</i>

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil pengujian reliabilitas tidak ada koefisien *cronbach alpha* yang kurang dari 0.60. Sehingga disimpulkan bahwa seluruh variabel yang digunakan tersebut *reliable* untuk digunakan.

**b. Uji Asumsi Klasik**

1. Uji Normalitas

Uji normalitas pada model regresi digunakan untuk menguji apakah nilai residual yang dihasilkan dari regresi terdistribusi secara normal atau tidak. Uji normalitas data dalam penelitian ini menggunakan uji *one sample kolmogorov-smminor* (Uji k-s) dan analisis grafik (*normal p-plot*) regresi. Hasil uji *one sample kolmogorov-smminor* (Uji k-s) dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 12.** Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

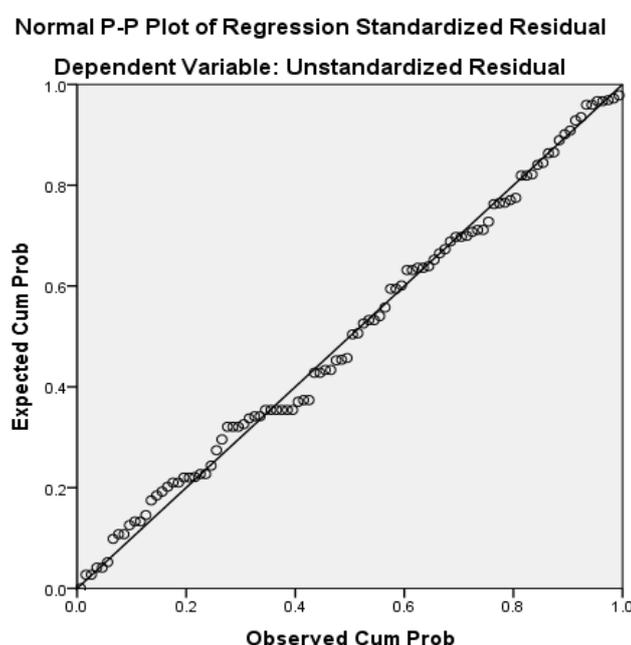
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.90322182
Most Extreme Differences	Absolute	.058
	Positive	.058
	Negative	-.049
Test Statistic		.058
Asymp. Sig. (2-tailed)		<b>.200<sup>c,d</sup></b>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Hasil Uji Normalitas pada tabel diatas dapat dilihat dengan nilai signifikansi yang dihasilkan  $> 0.05$  maka distribusi datanya dapat dikatakan normal dan sebaliknya jika signifikansi yang dihasilkan  $< 0.05$  maka data tidak berdistribusi dengan normal.

Pada output data terlihat bahwa hasil uji normalitas menunjukkan level signifikansi lebih besar dari  $\alpha$  ( $\alpha = 0.05$ ) yaitu nilai *Asymp Sig.* sebesar 0.200 yang berarti bahwa data berdistribusi normal. Untuk lebih memperjelas penyebaran data dalam penelitian ini maka akan disajikan dalam grafik *Normal P-Plot* dibawah ini. Dimana dasar pengambilan keputusan menurut ahli yaitu jika naik menyebar disekitar garis dan mengikuti garis diagonal, maka residual pada regresi tersebut berdistribusi normal.

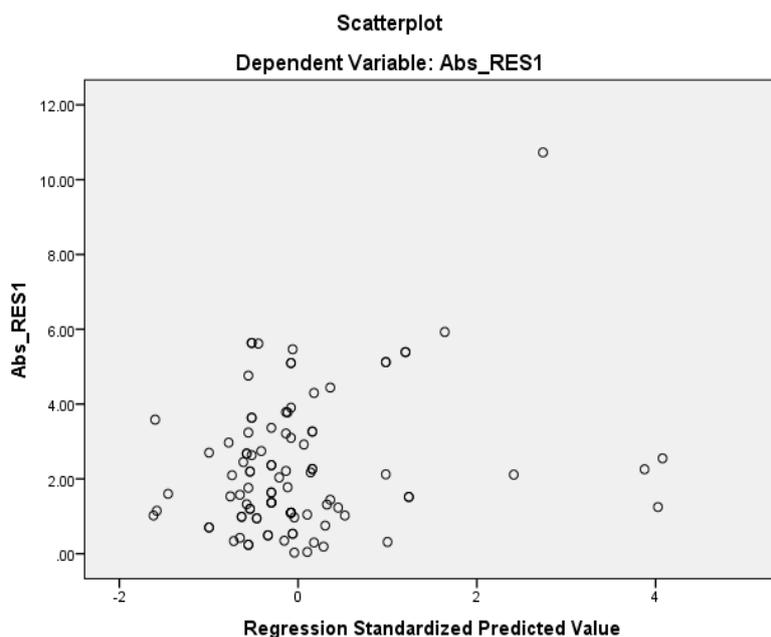


**Gambar 1.** Uji Normalitas

Dengan melihat tampilan grafik gambar diatas grafik *normal P-Plot* terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta arah penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Maka hal ini dapat disimpulkan bahwa persyaratan normalitas data dapat dipenuhi.

## 2. Uji Heteroskedastisitas

Dengan menggunakan scatter plot apabila titik-titik terletak di bawah dan di atas angka 0 secara acak dan tidak membentuk pola tertentu sehingga asumsi heterokadistisitas terpenuhi. Hasil Plot Heterokadistisitas adalah sebagai berikut:



**Gambar 2.** Plot Heteroskedastisitas

Berdasarkan Gambar 2 menunjukkan bahwa titik-titik terletak di bawah dan di atas angka 0 secara acak dan tidak membentuk pola tertentu sehingga asumsi heterokadistitas terpenuhi.

### c. Pengujian Hipotesis

#### 1. Uji Regresi Linier Berganda

Uji regresi linier berganda digunakan untuk menguji signifikansi atau tidaknya hubungan antar kedua variabel atau lebih variable melalui koefisien regresinya (Misbahuddin & Hasan, 2013).

**Tabel 13.** Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.801	3.703		.486	.628
Kualitas Produk	.269	.066	.344	<b>4.050</b>	<b>.000</b>
Pelayanan	.563	.122	.392	<b>4.615</b>	<b>.000</b>

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Uji Regresi Linier berganda digunakan untuk melihat besar pengaruh antara variabel independent (X) yaitu Kualitas Produk dan Pelayanan variabel dependent (Y) adalah Loyalitas Pelanggan yang menjadi objek penelitian. Dasar pengambilan keputusan pada uji regresi ini adalah:

Jika nilai signifikan < 0.05 maka dinyatakan berpengaruh

Jika nilai signifikan > 0.05 maka dinyatakan tidak berpengaruh

Berdasarkan tabel diatas terdapat persamaan Regresi Linier Berganda yaitu

$$Y = a + b.X1 + b.X2$$

$$Y = 1.801 + 0.269 + 0.563$$

Nilai konstanta (a) adalah 1.801 artinya variabel independent dirumuskan (0), maka kepuasan nasabah (Y) bernilai 1.801. Nilai koefisien regresi variabel constant sebesar 1.801 artinya variabel Y mengalami kenaikan. Artinya, terdapat pengaruh antar variabel.

#### d. Uji Parsial (Uji T)

Uji parametrik (*parametric test*) merupakan instrumen statistik yang digunakan untuk meneliti seberapa sering hasil pengamatan dapat terjadi semata-mata karena faktor kebetulan. Uji parametrik membuat asumsi mengenai opulasi dari data yang diperoleh dari sampel. Salah satu metode uji parametrik adalah Uji t yang digunakan untuk membandingkan mean atau nilai rata-rata sampel yang diamati dengan nilai rata-rata yang diharapkan secara normal dari distribusi nilai rata-rata. Singkatnya, uji t membandingkan nilai rata-rata satu sama lain untuk memnentukan adanya signifikansi statistik.

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah berpengaruh secara signifikansi atau tidak terhadap variabel dependent, dari data yang disebarkan ternyata adanya pengaruh antara kualitas produk, dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan. Sesuai dengan tabel nilai –nilai T bahwa untuk nilai T Tabel dengan sampel 100 dan alpha 5% (0.05) adalah 1.98.

**Tabel 14.** Data Uji T  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.801	3.703		.486	.628
Kualitas Produk	.269	.066	.344	<b>4.050</b>	<b>.000</b>
Pelayanan	.563	.122	.392	<b>4.615</b>	<b>.000</b>

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Apabila  $T_{hitung} > T_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima seperti pada Tabel IV. diatas untuk kualitas produk adalah  $4.050 > 1.98$ , dan untuk pelayanan adalah  $4.615 > 1.98$  menyatakan  $H_a$  diterima dan berarti terdapat pengaruh antara kualitas produk dan pelayanan terhadap loyallitas Prumda air minum tirtat Terubuk Bengkalis.

Berdasarkan signifikansi jika signifikansi < 0.05 maka  $H_a$  diterima, dan jika signifikansi > 0.05 maka  $H_a$  ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa untuk kualitas produk adalah  $0.000 < 0.05$ , dan untuk pelayanan adalah  $0.000 < 0.05$  menyatakan  $H_a$  diterima dan berarti terdapat pengaruh antara kualitas produk dan pelayanan terhadap loyallitas Prumda air minum tirtat Terubuk Bengkalis.

**e. Uji Simultan (Uji F)**

$$\begin{aligned} F \text{ Tabel} &= (k : n-k) \\ &= (3 : 100 - 3) \\ &= (3 : 97) = 2.69 \end{aligned}$$

**Tabel 15.** Uji Anova

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	392.309	2	196.155	<b>22.802</b>	<b>.000<sup>b</sup></b>
	Residual	834.441	97	8.602		
	Total	1226.750	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

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

Berdasarkan hasil tersebut diketahui bahwa nilai  $f = 22.802 > 2.69$  menyatakan  $H_a$  diterima dan berarti terdapat pengaruh antara kualitas produk dan pelayanan terhadap loyallitas Prumda air minum tirtat Terubuk Bengkulu.

Berdasarkan nilai signifikansi jika signifikansi  $< 0.05$  maka  $H_0$  ditolak, dan jika signifikansi  $> 0.05$  maka  $H_0$  diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa  $0.000 < 0,05$  maka  $H_a$  diterima, yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara kualitas produk dan pelayanan terhadap loyallitas Prumda air minum tirtat Terubuk Bengkulu.

**f. Koefisien Determinasi**

- Besarnya pengaruh antara Kualitas Produk (X1) dan Pelayanan (X2) terhadap Loyalitas Pelanggan (Y)

**Tabel 16.** Data Independent Determinasi ( $R^2$ )

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.566 <sup>a</sup>	.320	.306	2.933

a. Predictors: (Constant), Pelayanan, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Loyalitas Pelanggan

Tabel di atas menjelaskan bahwa diketahui nilai  $R = 0.566$  dan Koefisien Determinasi ( $R_{\text{Square}}$ ) sebesar 0.320 (adalah pengkuadratan dari koefisien korelasi, atau  $0.566 \times 0.566 = 0.320$ ). Hal ini menunjukkan pengertian bahwa kualitas produk (X1) dan pelayanan (X2) pada Loyalitas pelanggan (Y) dipengaruhi sebesar 32%. Sedangkan sisanya 68% ( $100\% - 32\%$ ) dijelaskan oleh sebab-sebab lain.

**4. KESIMPULAN DAN REKOMENDASI**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang pengaruh kualitas produk dan pelayanan terhadap loyalitas pelanggan terhadap air minum Perumda Tirta Terubuk Bengkulu dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- a. Dari hasil penelitian bahwasanya kualitas produk dan pelayanan sangat berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan, hal ini dapat dibuktikan dari hasil analisis pengolahan data yang menggunakan SPSS 23. Berdasarkan signifikansi jika signifikansi  $< 0.05$  maka  $H_0$  diterima, dan jika signifikansi  $> 0.05$  maka  $H_0$  ditolak, jadi dapat disimpulkan bahwa untuk kualitas produk adalah  $0.000 < 0.05$ , dan untuk pelayanan adalah  $0.000 < 0.05$  menyatakan  $H_0$  diterima dan berarti terdapat pengaruh antara kualitas produk dan pelayanan terhadap loyalitas Prumda air minum tirtat Terubuk Bengkalis.
- b. Terdapat pengaruh pelayanan terhadap loyalitas, Berdasarkan nilai signifikansi jika signifikansi  $< 0.05$  maka  $H_0$  ditolak, dan jika signifikansi  $> 0.05$  maka  $H_0$  diterima, jadi dapat disimpulkan bahwa  $0.000 < 0,05$  maka  $H_0$  diterima, yang menyatakan bahwa ada pengaruh antara kualitas produk dan pelayanan terhadap loyalitas Prumda air minum tirtat Terubuk Bengkalis. ). Hal ini menunjukkan pengertian bahwa kualitas produk (X1) dan pelayanan (X2) pada Loyalitas pelanggan (Y) dipengaruhi sebesar 32%. Sedangkan sisanya 68% (100%-32%) dijelaskan oleh sebab-sebab lain.
- c. Dalam Islam menjelaskan tentang pelayanan adalah sikap melayani salah satu prinsip bisnis yang islami yaitu pengurus atau pengusaha itu adalah pelayanan bagi konsumennya, dalam al-Qura'an maupun hadits memeberikan pedoman tertentu dalam masalah tata krama untuk kebaikan prilaku dalam masalah bisnis. Seseorang pelaku bisnis muslim diharuskan untuk berperilaku bisnis mereka sesuai dengan dianjurkan Al- Qur'an. Dimana dalam islam menekankan keabsahan suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen yang merasakan kepuasan secara maksimum.

## REFERENSI

- Arifin, T. (2007). *Metode Penelitian Ekonomi Islam Muamala*. Jakarta: Salemba Empat.
- Iriyanto, A. (2007). *Statistic Konsep Dasar Dan Aplikasinya*. Jakarta: Kencana.
- Ghazali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghazali, I. (2011). *Aplikasi Analisa Multivariable Dengan Program IBM SPSS 19* (Edisi Kelima). Semarang: Universitas Diponegoro.
- Maulidya, R. N., Kosim, A. M., & Devi, A. (2019). Pengaruh Etika Bisnis Islam Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan Hotel Syariah Di Bogor. *Al-Amwal: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syari'ah*, 11(2), 221-240.
- Muri, Y. (2005). *Metode Penelitian Kantitatif, Kaulitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenada Media.
- Priadana, S. (2009). *Metodologi Penelitian Ekonomi Dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual Dan SPSS*. Jakarta: Kencana.
- Sugiono. (2006). *Statistik Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sudijono. A. (2015). *Pengantar Statistic Pendidikan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Sugiono. (2009). *Metode Penelitian Bisinis*, (Pendekatan Kuantitatif, Kualitaitaf, Dan R&D). Bandung: Alfabet.
- Sugiono (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitaitaif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2007). *Metode Penelitian Pendidikan Kualitatif*. Bandung, R&D ALFABETA.
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan RAD*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2015). *Metode Penelitian Dan Pengembangan (Research And Development/R&D)*
- Sugiono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan RAD*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2009). *Metode Penelitian Bisinis*, (Pendekatan Kuantitatif, Kualitaitaif, Dan R&D), Bandung: Alfabeta.
- Sugiono. (2006). *Statistik Untuk Penelitian*, Bandung: Alfabela.
- Sugiono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (MIXED METHODS)*.
- Sugiono. (2010). *Metode Penelitian Kuantitatif*, Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, U., Jauzi, A., & Mulyani, A. (2018). *Riset Pemasaran Dan Konsumen*. Bogor: Perpustakaan Nasional.
- Suryadani & Purwanto. (2007). *Stastika: Untuk Ekonomi Keuangan Modern*, Jakarta: Salemba Empat.
- Tanjung, H., & Devi, A. (2013). *Metodologi penelitian ekonomi Islam*. Gramata Pub..