

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELAYANAN PELANGGAN PADA
PERUSAHAAN UMUM DAERAH (PERUMDA) AIR MINUM
TIRTANADI CABANG SUNGGAL**

TESIS

*Diajukan Untuk Memperoleh Gelar Magister Manajemen (M.M)
Program Studi Magister Manajemen*



Oleh :

EBBY SETIA YUDHA

NPM : 2320030019

**PROGRAM MAGISTER MANAJEMEN
PROGRAM PASCASARJANA
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2025**

PENGESAHAN TESIS

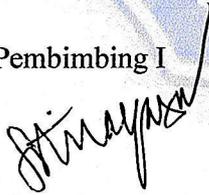
Nama : Ebby Setia Yudha
Nomor Pokok Mahasiswa : 2320030019
Prodi/Konsentrasi : Magister Manajemen/ Manajemen Pemasaran
Judul Tesis : Analisis Tingkat Kepuasan Pelayanan Pelanggan Pada
Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Air Minum Tirtanadi
Cabang Sunggal

Pengesahan Tesis:

Medan, Juli 2025

Komisi Pembimbing

Pembimbing I



Assoc. Prof.Ir. Satria Tirtayasa, M.M., Ph.D

Pembimbing II



Dr. Widyana Verawaty, S.T., M.M

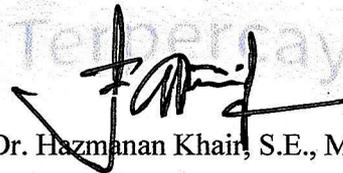
Diketahui:

Direktur



Prof. Dr. H. Triono Eddy, S.H., M.Hum

d/Ketua Program Studi



Dr. Hazmanan Khair, S.E., M.BA

PENGESAHAN

**ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELAYANAN PELANGGAN PADA
PERUSAHAAN UMUM DAERAH (PERUMDA) AIR MINUM
TIRTANADI CABANG SUNGGAL**

EBBY SETIA YUDA

NPM: 2320030019

Program Studi: Magister Manajemen

Tesis ini Telah Dipertahankan di Hadapan Panitia Penguji Yang Dibentuk Oleh Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Dan Dinyatakan Lulus Dalam Ujian Tesis Serta Berhak Menyandang Gelar Magister Manajemen (M.M) Pada Hari Kamis, 17 Juli 2025

Panitia Penguji

1. **Hazmanan Khair, S.E., M.B.A., Ph.D. o/n**

Ketua

1.

2. **Assoc. Prof. Dr. Drs. Sjahril Effendy P.,**

M.Si, M.A, M.Psi, M.H, MRE, CNLP

Sekretaris

2.

3. **Prof. Dr. Widia Astuty, S.E., M.Si.,**

QIA., Ak., CA. CPA

Anggota

3.

Unggul | Cerdas | Terpercaya

PERNYATAAN

ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELAYANAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN UMUM DAERAH (PERUMDA) AIR MINUM TIRTANADI CABANG SUNGGAL

Dengan ini penulis menyatakan bahwa:

1. Tesis ini disusun sebagai syarat untuk memperoleh gelar Magister pada Program Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara benar merupakan hasil karya peneliti sendiri.
2. Tesis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik (sarjana, magister, dan/atau doktor), baik di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara maupun di perguruan tinggi lain.
3. Tesis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan Komisi Pembimbing dan masukan Tim Penguji.
4. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah diterbitkan atau ditulis oleh orang lain, kecuali secara tertulis dicantumkan sebagai acuan dan tercantum dalam daftar pustaka.
5. Pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila di kemudian hari ditemukan bahwa sebagian atau seluruh isi tesis ini bukan hasil karya saya sendiri, atau terbukti adanya pelanggaran etika akademik, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai ketentuan yang berlaku, termasuk pencabutan gelar akademik dan sanksi lainnya.

Medan, 18 Juli 2025

Penulis



EBBY SETIA YUDHA
2320030019

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatu. Puji dan syukur kehadiran Allah Subhanahu wa ta'ala, yang telah melindungi, menuntun dan membimbing penulis dalam penyusunan tesis ini hingga selesai, serta dapat memenuhi persyaratan guna mencapai gelar Magister Manajemen. Adapun judul yang penulis ajukan adalah “Analisis Tingkat Kepuasan Pelayanan Pelanggan Pada Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Air Minum Tirtanadi Cabang Sunggal”.

Selama proses penyusunan tesis ini penulis mendapatkan bimbingan, bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Suami dan keluarga tercinta yang selalu memberikan doa dan motivasi dalam menyelesaikan proposal tesis ini.
2. Bapak Prof. Dr. Agussani, MAP, sebagai Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Prof. Dr. H. Triono Eddy, SH, MHum sebagai Direktur Program Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
4. Bapak Dr. Hazmanan Khair, S.E., MBA, selaku Ketua Program Studi Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Assoc. Prof. Ir. Satria Tirtayasa, M.M., Ph.D selaku Pembimbing I yang telah memberikan masukan, bimbingan dan pengarahan dalam penyelesaian tesis ini.

6. Ibu Dr. Widyana Verawaty, S.T., M.M sebagai Pembimbing II yang telah memberikan masukan, bimbingan dan pengarahan dalam penyelesaian tesis ini.
7. Seluruh Dosen di Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, terima kasih atas ilmu dan pengarahan yang diberikan selama ini dan seluruh pegawai Biro Akademik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Program Pasca Sarjana atas bantuan dan arahannya.
8. Teman-teman mahasiswa Pasca Sarjana Magister Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara atas kebersamaan, keceriaan, kerjasama dan dukungannya selama ini.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan tesis ini masih terdapat kekurangan. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun demi sempurnanya tesis ini sangat diharapkan. Semoga tesis ini sangat diharapkan berguna bagi semua pihak.

Medan, 2025

Ebby Setia Yudha
NPM. 2320030019

DAFTAR ISI

Halaman

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI.....	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT.....	x
BAB I. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Identifikasi Masalah	8
1.3. Batasan Masalah.....	9
1.4. Rumusan Masalah.....	9
1.5. Tujuan Penelitian	9
1.6. Manfaat Penelitian	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1. Landasan Teori.....	11
2.1.1 Konsep Pelayanan.....	11
2.1.2. Kualitas Pelayanan	14
2.1.2.1. Dimensi Kualitas Pelayanan	15
2.1.2.2. Indikator Pelayanan	16
2.1.2.3. Strategi Kualitas Pelayanan	17
2.1.3. Kepuasan Pelanggan.....	19
2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan	19

2.1.3 Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan ...	20
2.2. Kajian Penelitian yang Relevan	22
2.3. Kerangka Konseptual	25
2.4. Hipotesis	25
BAB III. METODE PENELITIAN.....	26
3.1. Pendekatan Penelitian.....	26
3.2. Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.3. Populasi dan Sampel.....	26
3.3.1. Populasi	26
3.3.2. Sampel.....	26
3.4. Definisi Operasional	27
3.5. Teknik Pengumpulan Data	29
3.6. Uji Instrumen.....	29
3.6.1. Uji Validitas.....	29
3.6.2. Uji Reliabilitas	30
3.7. Teknik Analisis Data.....	32
3.7.1. <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	32
3.7.2. <i>Importance and Performance Analysis (IPA)</i>	33
BAB IV. HASIL PENELITIAN.....	36
4.1. Hasil Penelitian.....	36
4.1.1. Analisis Deskriptif Responden.....	36
4.1.2. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan	37
4.1.3. Analisis <i>Customer Satisfaction Index (CSI)</i>	44
4.1.4. Analisis <i>Importance and Performance Analysis (IPA)</i>	46

4.2. Pembahasan.....	50
4.2.1. <i>Customer Satisfaction Index</i>	50
4.2.2. Kuadran I.....	52
4.2.3. Kuadran II.....	54
4.2.4. Kuadran III	55
4.2.5. Kuadran IV	57
BAB V. PENUTUP.....	60
5.1. Kesimpulan	60
5.2. Saran	61

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Jumlah Laporan Pengaduan Pelanggan.....	4
Tabel 2.1. Penelitian Yang Relevan	23
Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian	27
Tabel 3.2. Definisi Operasional	29
Tabel 3.3. Skala Likert	29
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas	31
Tabel 3.5. Hasil Uji Reliabilitas	32
Tabel 3.6. Kriteria CSI	34
Tabel 4.1. Frekuensi Jenis Kelamin	37
Tabel 4.2. Frekuensi Usia	37
Tabel 4.3. Frekuensi Lama Menggunakan PDAM	38
Tabel 4.4. Butir Pertanyaan A1.....	38
Tabel 4.5. Butir Pertanyaan A2.....	39
Tabel 4.6. Butir Pertanyaan A3.....	39
Tabel 4.7. Butir Pertanyaan A4.....	39
Tabel 4.8. Butir Pertanyaan B1.....	40
Tabel 4.9 Butir Pertanyaan B2.....	40
Tabel 4.10 Butir Pertanyaan B3.....	41
Tabel 4.11. Butir Pertanyaan C1.....	41
Tabel 4.12. Butir Pertanyaan C2.....	41
Tabel 4.13 Butir Pertanyaan C3.....	42

Tabel 4.14 Butir Pertanyaan D1.....	42
Tabel 4.15 Butir Pertanyaan D2.....	43
Tabel 4.16 Butir Pertanyaan D3.....	43
Tabel 4.17. Butir Pertanyaan D4.....	44
Tabel 4.18. Butir Pertanyaan E1	44
Tabel 4.19. Butir Pertanyaan E2	45
Tabel 4.20. Butir Pertanyaan E3	45
Tabel 4.21. Hasil Indeks Kepuasan Pelanggan.....	46
Tabel 4.22. Hasil Perhitungan IPA.....	47
Tabel 4.23. Pembahasan Atribut Tiap Kuadran.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Angket Fenomena <i>Tangible</i>	5
Gambar 1.2. Angket Fenomena <i>Reliability</i>	6
Gambar 1.3. Angket Fenomena <i>Responsiveness</i>	6
Gambar 1.4. Angket Fenomena <i>Assurance</i>	7
Gambar 1.5. Angket Fenomena <i>Empathy</i>	7
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual	25
Gambar 3.1. Diagram Kartesius	35
Gambar 4.1. Diagram Kartesius.....	50

ABSTRAK

Air merupakan salah satu kebutuhan dasar fisiologis yang fungsinya sangat vital untuk kebutuhan hidup manusia. Banyaknya kebutuhan air di wilayah Sunggal, membuat Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal perlu melakukan perbaikan untuk meningkatkan pelayanan kepada pelanggannya. Hal ini harus dilakukan agar perusahaan mampu mengatasi keluhan-keluhan dari pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa tingkat kepuasan pelayanan pelanggan pada Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal. Metode yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan adalah *Customer Satisfaction Index (CSI)* dan *Importance Performance Analysis (IPA)*. Responden dalam penelitian ini berasal dari pelanggan di wilayah Sunggal dengan jumlah 395 responden. Hasil yang diperoleh dengan menggunakan metode CSI bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal sebanyak 64,7% yang termasuk dalam kategori cukup puas. Hasil penelitian menggunakan metode IPA kinerja pelayanan berada dalam kategori cukup puas, hal ini berdasarkan dari 17 atribut. 9 diantaranya berada pada kuadran II yang perlu dipertahankan pihak Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal, 2 atribut berada di kuadran I dan 6 atribut berada pada kuadran III.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Water is one of the basic physiological needs that is very vital for human life needs. The large number of water needs in the Sunggal area, makes Perumda Tirtanadi Sunggal Branch need to make improvements to improve services to its customers. This must be done so that the company is able to overcome complaints from customers. This study aims to analyze the level of customer service satisfaction at Perumda Tirtanadi Sunggal Branch. The method used to measure service quality is the Customer Satisfaction Index (CSI) and Importance Performance Analysis (IPA). Respondents in this study came from customers in the Sunggal area with a total of 395 respondents. The results obtained using the CSI method showed that the level of customer satisfaction with the services of Perumda Tirtanadi Sunggal Branch was 64.7% which was included in the fairly satisfied category. The results of the study using the IPA method showed that service performance was in the fairly satisfied category, this was based on 17 attributes. 9 of them are in quadrant II which needs to be maintained by Perumda Tirtanadi Sunggal Branch, 2 attributes are in quadrant I and 6 attributes are in quadrant III.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang Masalah

Air merupakan salah satu kebutuhan dasar fisiologis yang fungsinya sangat vital untuk kesehatan manusia dan dibutuhkan dalam jumlah besar. Sebanyak 50 – 65 % tubuh manusia terdiri dari air, sehingga dapat dikatakan bahwa manusia tidak akan bisa bertahan lama tanpa minum air. Karena itu kualitas kehidupan dan kesehatan manusia ditentukan oleh ketersediaan air untuk berbagai aktivitas yang membutuhkan air seperti cuci tangan, mandi, terutama kebutuhan untuk minum. Sedemikian pentingnya kebutuhan air minum di tengah masyarakat menyebabkan pemerintah berupaya untuk mengelola penyediaan air minum, baik untuk konsumsi rumah tangga maupun untuk kebutuhan konsumsi lainnya seperti kebutuhan industri dan fasilitas umum.

Pengelolaan penyediaan air minum umumnya dilaksanakan oleh Pemerintah Provinsi sebagai tindak lanjut dari Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 2005 Tentang Pengembangan Sistem Penyediaan Air Minum (SPAM) dimana pada pasal 39 dinyatakan bahwa: “Wewenang dan tanggung jawab pemerintah provinsi dalam penyelenggaraan pengembangan SPAM dapat membentuk BUMD provinsi sebagai penyelenggara SPAM.”Sehubungan dengan penyerahan wewenang dan tanggung jawab tersebut, maka sebagian besar Pemerintah Provinsi di Indonesia telah membentuk badan usaha yang diperuntukkan secara khusus mengelola penyediaan air minum bagi kebutuhan masyarakat umum.

Provinsi Sumatera Utara sebagai salah satu daerah Provinsi di Indonesia juga telah sejak lama membentuk badan usaha pengelolaan air minum, yang dinamakan Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadi. Pada awalnya PDAM Tirtanadi dibangun oleh Pemerintahan Kolonial Belanda pada tanggal 8 September 1905 yang diberi nama NV Waterleiding Maatschappij Ajer Beresih, berdasarkan Perda Provinsi Sumatera Utara No 11 Tahun 1979 berubah status menjadi PDAM Tirtanadi Provinsi Sumatera Utara. Berdasarkan Perda Provinsi Sumatera Utara Nomor 2 Tahun 2022 PDAM Tirtanadi resmi mengalami perubahan nama dan bentuk hukum menjadi Perumda Tirtanadi Provinsi Sumatera Utara

Sejak dibentuknya badan usaha pengelolaan air minum, Perumda Tirtanadi sampai saat ini sudah meraih banyak penghargaan salah satunya Perumda Tirtanadi Provinsi Sumatera Utara meraih penghargaan sebagai Top BUMD Award 2024. Adapun tujuan pokok Perumda Tirtanadi Sumatera Utara sebagaimana dinyatakan dalam Perda Provinsi Sumatera Utara No. 10 Tahun 2009 Tentang Perusahaan Daerah Air Minum Tirtanadi adalah: “untuk mengelola dan menyelenggarakan pelayanan air minum yang memenuhi persyaratan kesehatan dan untuk mengembangkan perekonomian daerah, meningkatkan pendapatan daerah, serta meningkatkan kualitas lingkungan dengan memberikan pelayanan pengumpulan dan penyaluran air limbah melalui sistem perpipaan dalam rangka untuk mencapai kesejahteraan masyarakat pada umumnya.” Artinya bahwa tujuan utama operasional perusahaan adalah fungsi pelayanan terhadap masyarakat, yang harus mengutamakan kepentingan masyarakat sebagai pelanggan.

Perumda Tirtanadi mempunyai kewajiban memberikan pelayanan air minum kepada pelanggan dengan memperhatikan kualitas, kuantitas dan kontinuitas, memberitahukan kepada pelanggan tentang adanya gangguan dan

hambatan peayanan. Perusahaan harus memberikan pelayanan yang berkualitas kepada para pelanggan dengan cara cepat tanggap dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.

Pelanggan merupakan orang yang memiliki minat potensi yang kuat terhadap produk dan kemampuan membelinya. Setiap pelanggan pasti menginginkan pelayanan yang lebih baik untuk menjadi puas, dan tidak akan pernah merasa puas sampai mendapatkan apa yang diinginkan oleh pelanggan tersebut. Jika suatu perusahaan memberikan perhatian pada kepuasan pelanggan hanya dari segi produk atau harga saja, maka perusahaan tersebut akan kehilangan kesempatan untuk mendapatkan nilai tambah dari pelanggannya. Pelanggan akan merasa puas apabila keluhan yang mereka alami ditanggapi dan ditindaklanjuti dengan baik.

Berdasarkan data yang bersumber dari Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal, Kecamatan Medan Sunggal, Provinsi Sumatera Utara, yang terkumpul dari tahun 2021 sampai 2024, diperoleh bentuk pengaduan, seperti terlihat pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1 Jumlah Laporan Pengaduan Pelanggan Tahun 2021-2024

No	Jenis Aduan	Tahun			
		2021	2022	2023	2024
1	Bocor Pipa Dinas	634	800	968	996
2	Air Mati	415	343	770	970
3	Air Keci	283	213	260	447
4	Bocor Pipa Distribusi	296	356	310	309
5	Bocor Lobang Bor	102	67	122	164
6	Bocor Sekitar Meter / Kopleng	153	255	169	118
7	Air Keruh	135	42	38	136
8	Komplain Tagihan	168	83	132	122
9	Lain-lain	163	219	344	98
10	Meter Pecah	25	34	79	90
11	Bocor Pipa Transmisi	15	15	8	11
12	Konfirmasi No Peanggan	10	21	12	10
13	Air Tidak Normal	6	5	7	10

14	Meter Mati	275	843	1317	745
15	Meter Ragu	67	49	69	57
16	Meter Labil	68	141	74	122
17	Meter Hilang	88	485	364	186
18	Meter Kabur	72	154	283	88
19	Stop Kran Tidak Berfungsi	2	7	4	9

Sumber : Kantor Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat diketahui bahwa jenis pengaduan yang paling sering terjadi adalah terjadinya bocor pipa dinas dan air mati. Keluhan pelanggan yang masuk ke instansi tersebut kemudian diproses dan diselesaikan oleh instansi. Berdasarkan hasil pengamatan bahwa tidak sedikit pelanggan Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal yang masih mengeluhkan adanya pelayanan yang tidak maksimal dari petugas Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal.

Dalam perusahaan jasa peningkatan kualitas pelayanan sangatlah mutlak diperlukan oleh perusahaan. Kualitas pelayanan atau *service* yang diberikan oleh perusahaan dapat mempengaruhi puas tidaknya pelanggan yang merupakan urat nadi suatu perusahaan. Jika harapan pelanggan sama dengan atau lebih rendah daripada kinerja jasa produk maka ia akan merasa puas, sebaliknya jika harapan pelanggan lebih tinggi daripada kinerja produk maka ia akan merasa tidak puas.

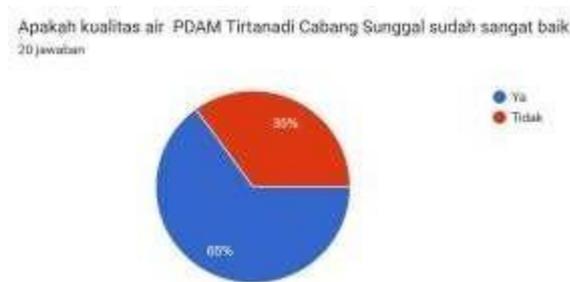
Berbicara mengenai pelayanan khususnya kualitas pelayanan, maka kepuasan pelanggan bisa digunakan sebagai barometer kualitas. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaian.

Keberhasilan sebuah perusahaan dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan tidak hanya diwujudkan oleh satu bagian saja, akan tetapi berkaitan erat dengan sistem kerja sama yang baik antar departemen dalam perusahaan, sehingga

diharapkan setiap bagian dapat berperan aktif dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Keluhan pelanggan oleh perusahaan dapat dijadikan sebuah bahan evaluasi yang nyata dalam meningkatkan pelayanan kepada pelanggan.

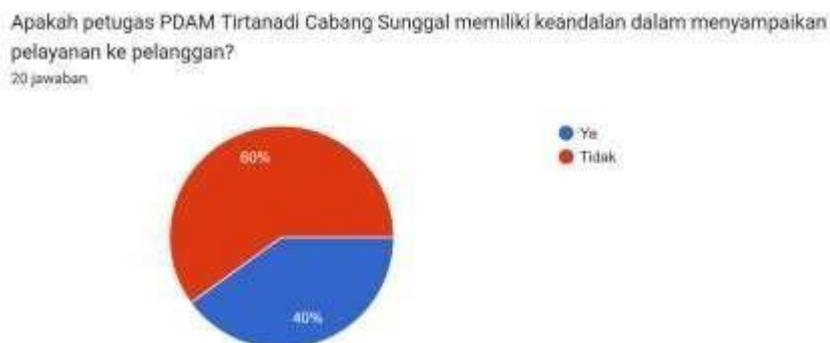
Fenomena diatas sejalan dengan hasil survey awal yang dilakukan pada 20 pelanggan Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal terkait kualitas pelayanan.

Gambar 1.1 Angket fenomena *Tangibles* (Bukti Fisik)



Dari gambar 1.1 di atas dapat dilihat berdasarkan hasil survey bahwa 65% pelanggan menjawab bahwa kualitas air yang disediakan Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal belum cukup baik untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari.

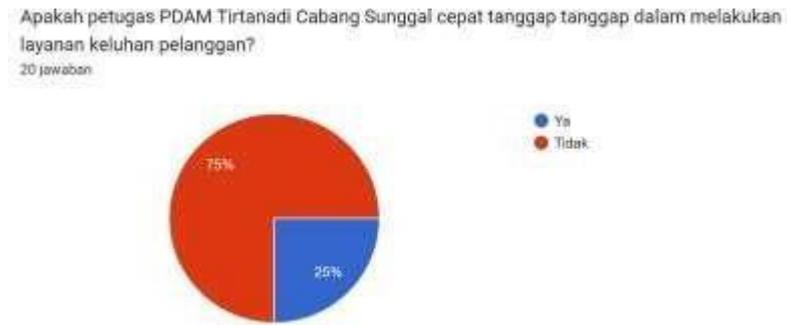
Gambar 1.2 Angket fenomena *Reliability* (Keandalan)



Dari gambar 1.3 di atas dapat dilihat bahwa hanya 40% pelanggan yang setuju bahwa petugas memiliki keandalan dalam menyampaikan pelayanan

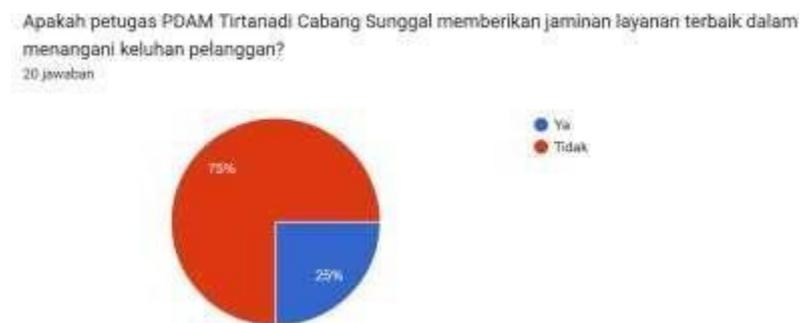
ke pelanggan. Sedangkan 60% pelanggan menjawab tidak setuju.

Gambar 1.3 Angket Fenomena *Responsiveness* (Ketanggapan)



Dari gambar 1.3 di atas dapat dilihat bahwa pelanggan menjawab petugas Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal cepat tanggap dalam melakukan keluhan pelanggan hanya 25%. Sebanyak 75% pelanggan menjawab petugas tidak cepat tanggap dalam melakukan layanan keluhan pelanggan

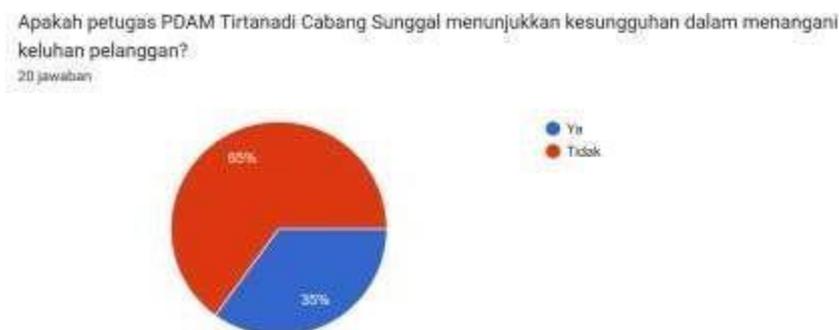
Gambar 1.4 Angket Fenomena *Assurance* (Jaminan)



Dari gambar 1.4 di atas berdasarkan hasil survey bahwa mayoritas pelanggan sebanyak 75% menjawab tidak atas pertanyaan petugas Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal memberikan jaminan layanan terbaik dalam menangani

keluhan pelanggan.

Gambar 1.5 Angket Fenomena *Empathy* (Empati)



Dari gambar 1.5 di atas berdasarkan hasil survey bahwa sebanyak 35% pelanggan menjawab iya atau setuju petugas Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal menunjukkan kesungguhan dalam menangani keluhan pelanggan sedangkan 65% pelanggan menjawab tidak.

Menurut hasil penelitian terdahulu dari Raudatul (2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini berarti semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu Perusahaan akan berpengaruh terhadap kepuasan yang dirasakan pelanggan

Berdasarkan data di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal ini masih belum optimal. Petugas Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal masih kurang andal dalam menyampaikan pelayanan ke pelanggan, disamping itu kurang cepat tanggap dalam melakukan pelayanan dan penanganan keluhan pelanggan, kurang memberikan jaminan layanan, empati dan kesungguhan dalam menangani keluhan pelanggan. Sehingga diperlukan sebuah penelitian yang dilakukan secara berkala mengenai tingkat kepuasan pelanggan agar pihak Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal dapat mengambil langkah untuk

memperbaiki kualitas pelayanan. Berdasarkan uraian di atas penulis tertarik melakukan penelitian dengan memilih judul: “Analisis Tingkat Kepuasan Pelayanan Pelanggan Pada Pelayanan Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Air Minum Tirtanadi Cabang Sunggal”.

1.2. Identifikasi Masalah

Dari latar belakang masalah tersebut, maka dapat diidentifikasi yang menjadi masalah dalam analisis tingkat kepuasan pelanggan pada pelayanan yaitu:

1. Kualitas air Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal belum memenuhi syarat
2. Ada beberapa petugas Perumda Tirtanadi Cabang sunggal tidak cukup handal dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan
3. Ada beberapa petugas Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal dinilai tidak cepat tanggap dalam melakukan layanan keluhan pelanggan.
4. Ada beberapa petugas Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal belum memberikan jaminan layanan terbaik dalam menangani keluhan pelanggan.
5. Ada beberapa petugas Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal tidak menunjukkan kesungguhan dalam menangani keluhan pelanggan.

1.3. Batasan Masalah

Untuk menghindari pembahasan yang tidak terarah dan mengakibatkan tidak tepatnya sasaran yang diharapkan, penulis membatasi masalah, dimana dalam penelitian ini meneliti tingkat kepuasan pelanggan pada pelayanan Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal. Pemilihan lokasi penelitian ini didasarkan pada wilayah Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal yang dekat dengan Instalasi Pengolahan Air dan diharapkan dapat mencukupi kebutuhan air pelanggan.

1.4. Rumusan Masalah

Rumusan masalah merupakan suatu pertanyaan yang akan dicarikan

jawabannya melalui pengumpulan data. Rumusan masalah pada penelitian ini adalah:

1. Apakah Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal memiliki tingkat kepuasan pelayanan pelanggan yang tinggi?
2. Strategi prioritas apa yang digunakan untuk meningkatkan pelayanan di Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal ?

1.5. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan rumusan kalimat yang menunjukkan adanya hasil, sesuatu yang diperoleh setelah penelitian selesai, sesuatu yang akan dicapai atau dituju dalam sebuah penelitian. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisa tingkat kualitas pelayanan pelanggan Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal
2. Untuk menganalisa strategi yang dapat diprioritaskan untuk meningkatkan pelayanan pelanggan di Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal

1.6. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat teoritis dan sekaligus praktis, yaitu:

1. Manfaat teoritis

Adapun manfaat teoritis yang diharapkan dalam penelitian ini adalah :

- a. Memberikan sumbangan pemikiran dalam aspek ilmu pengetahuan secara khusus dibidang kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan.
- b. Menambah khasanah penelitian bagi program studi manajemen Pasca Sarjana Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

2. Manfaat praktis

Adapun manfaat praktis yang diharapkan dalam penelitian adalah :

- a. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal dalam membuat kebijakan dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan.
- b. Menambah wawasan dan pengetahuan bagi peneliti dalam mengembangkan hal-hal yang berhubungan dengan latar belakang kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan.
- c. Sebagai referensi bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian yang sama di masa yang akan datang.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Konsep Pelayanan

Pelayanan pada hakikatnya adalah serangkaian kegiatan, karena itu proses pelayanan berlangsung secara rutin dan berkesinambungan, meliputi seluruh kehidupan organisasi dalam masyarakat. Pelayanan dapat juga diartikan sebagai kegiatan atau sebuah rangkaian aktifitas atau proses yang dimaksudkan dilakukan sehubungan dengan saling memenuhi kebutuhan antara penerima dan pemberi pelayanan.

Pelayanan adalah cara melayani, membantu, menyiapkan, dan mengurus, menyelesaikan keperluan, kebutuhan seseorang atau sekelompok orang, artinya obyek yang dilayani adalah individu, pribadi, dan kelompok organisasi, sedangkan publik dapat diartikan sebagai masyarakat atau rakyat (Rohman, 2015:25).

Moenir (2013:16) menyatakan bahwa proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain yang langsung inilah yang dinamakan pelayanan. Jadi dapat dikatakan pelayanan adalah kegiatan yang bertujuan untuk membantu menyiapkan atau mengurus apa yang diperlukan orang lain.

Selanjutnya pengertian pelayanan menurut *American Marketing Association*, seperti dikutip oleh Cowell dalam Hardiansyah (2018:13), bahwa pelayanan pada dasarnya adalah merupakan kegiatan atau manfaat yang ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain dan pada hakekatnya tidak berwujud serta tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, proses produksinya juga mungkin tidak dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Istilah lain yang sejenis dengan pelayanan itu adalah pengabdian dan pengayoman. Dari seorang administrator diharapkan akan tercermin sifat-sifat memberikan pelayanan publik, pengabdian kepada kepentingan umum dan memberikan pengayoman kepada masyarakat lemah dan kecil. Administrator lebih menekankan pada mendahulukan kepentingan masyarakat/umum dan memberikan *service* kepada masyarakat ketimbang kepentingan sendiri menurut Thoha dalam Hardiansyah (2018:14).

Istilah *public* berasal dari bahasa Inggris, *public* yang berarti umum, masyarakat, negara. Kata *public* sebenarnya sudah diterima menjadi bahasa Indonesia baku menjadi publik yang dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia berarti umum, orang banyak, ramai.

Undang-Undang No. 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik mendefinisikan pelayanan publik sebagai berikut: Pelayanan publik adalah kegiatan atau rangkaian kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan publik.

Pelayanan publik (*public service*) adalah suatu pelayanan atau pemberian terhadap masyarakat yang berupa penggunaan fasilitas-fasilitas umum, baik jasa maupun non jasa, yang dilakukan oleh organisasi publik dalam hal ini suatu pemerintahan. Dalam pemerintahan pihak yang memberikan pelayanan adalah aparatur pemerintahan beserta segenap kelengkapan kelembagaannya (Rohman, 2015:33).

Pelayanan publik dengan demikian merupakan segala kegiatan dalam rangka pemenuhan kebutuhan dasar sesuai dengan hak-hak dasar setiap warga

negara dan penduduk atau suatu barang, jasa, dan atau pelayanan administrasi yang disediakan oleh penyelenggara pelayanan yang terkait dengan kepentingan publik. Adapun penyelenggaranya adalah lembaga dan petugas pelayanan publik baik pemerintah daerah maupun badan usaha milik negara yang menyelenggarakan pelayanan publik. Penerimaan pelayanan publik adalah orang perseorangan, dan/atau kelompok orang, dan/atau badan hukum yang memiliki hak, dan kewajiban terhadap suatu pelayanan publik.

Standar pelayanannya didasarkan atas ketentuan yang berisi norma, pedoman dan kesepakatan mengenai kualitas pelayanan, sarana dan prasarana yang dirumuskan secara bersama-sama antara penyelenggara pelayanan publik, penerima pelayanan dan pihak yang berkepentingan. Dengan demikian, pelayanan publik dapat diartikan sebagai pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan. Sementara itu, kondisi masyarakat saat ini telah terjadi suatu perkembangan yang sangat dinamis, tingkat kehidupan masyarakat yang semakin baik, merupakan indikasi dari *empowering* yang dialami oleh masyarakat (Thoha, dalam Hardiansyah, 2018:19).

Hal ini berarti masyarakat semakin sadar akan apa yang menjadi hak dan kewajibannya sebagai warga negara dalam hidup bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Masyarakat semakin berani untuk mengajukan tuntutan, keinginan dan aspirasinya kepada pemerintah. Masyarakat semakin kritis dan semakin berani untuk melakukan kontrol terhadap apa yang dilakukan oleh pemerintahnya. Dan untuk memberikan pelayanan publik yang lebih baik perlu ada upaya untuk memahami sikap dan perubahan kepentingan *public* sendiri. Perubahan kehidupan dunia yang begitu cepat mempunyai pengaruh yang cepat pula terhadap perubahan sikap dan perilaku masyarakat secara umum (Saefullah dalam Hardiansyah,

2018:18).

2.1.2. Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang baik hanya akan diwujudkan apabila didalam organisasi pelayanan terdapat system pelayanan yang mengutamakan kepentingan warga negara khususnya pengguna jasa pelayanan dan sumber daya manusia yang berorientasi pada kepentingan warga negara. penyelenggaraan pelayanan publik yang berkualitas sudah menjadi tuntutan bagi pemerintah, terlebih pada saat ini, dimana pelayanan publik tidak hanya harus mampu berkompetisi dengan swasta, akan tetapi pelayanan publik juga harus mampu bersaing ditingkat internasional. Kualitas pelayanan ini merupakan suatu hal yang sangat penting bagi organisasi penyedia pelayanan.

Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sehingga definisi kualitas pelayanan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketetapan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen (Tjiptono, 2015:3).

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan-permasalahan konsumen/pelanggan (Ratminto dan Witarsih, 2013:23).

Kualitas pelayanan (*service quality*) dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima/peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan/inginkan terhadap atribut-atribut pelayanan suatu perusahaan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan

baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Tjiptono (2015:5), kualitas pelayanan (jasa), adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan demikian ada 2 faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan (jasa), yaitu: *expected service* dan *perceived Service*. Apabila pelayanan (jasa) yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan (*expected service*), maka kualitas pelayanan (jasa) dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan (jasa) yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan (jasa) dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika pelayanan (jasa) yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan (jasa) dipersepsikan buruk. Maka baik tidaknya kualitas pelayanan (jasa) tergantung pada penyedia pelayanan (jasa) dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

2.1.2.1 Dimensi Kualitas Pelayanan

Parasuraman et al dalam Kusyana., (2019:26) mengungkapkan ada lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Tangible* (Bentuk fisik) yaitu dimensi jasa yang berkaitan dengan penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan dan bahan komunikasi. Pelanggan akan memberikan penilaian terhadap aspek-aspek ini berdasarkan persepsi mereka terhadap kondisi fisik dari perusahaan atau lingkungan pelayanan.
2. *Reliability* (Kehandalan) yaitu kemampuan melaksanakan jasa yang dijanjikan secara meyakinkan dan akurat

3. *Responsiveness* (Daya Tanggap), yaitu kesediaan melayani konsumen dan memberikan jasa dengan cepat.
4. *Assurance* (Jaminan), yaitu pengetahuan dan kesopanan serta kemampuan penyedia jasa menyampaikan kepercayaan dan keyakinan.
5. *Emphaty* (Empati) yaitu kesediaan memberikan perhatian yang mendalam dan khusus kepada masing-masing konsumen

2.1.2.2 Indikator Pelayanan

Menurut Sinambela dalam Rahayu (2020:176), ada beberapa indikator yang harus dipenuhi agar suatu pelayanan dapat dikatakan sebagai pelayanan prima.

Indikator tersebut adalah :

1. *Transparansi*, yaitu pelayanan bersifat terbuka, mudah dan dapat diakses oleh semua pihak yang membutuhkan dan disediakan secara memadai serta mudah dimengerti. Penyelenggara pelayanan harus bisa mengakomodasi setiap kebutuhan publik akan pelayanan. Institusi pemerintah wajib memberikan kemudahan masyarakat untuk dapat mengakses pelayanan dan juga menyediakan segala fasilitas yang dapat memudahkan masyarakat dalam memperoleh pelayanan yang baik.
2. *Akuntabilitas*, yakni pelayanan yang dapat dipertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan perundang-undangan. Dalam penelitian ini, akuntabilitas dilihat dari kekonsistenan penyelenggara pelayanan publik dalam menjalankan pelayanan sesuai dengan standar pelayanan yang sudah ditetapkan.
3. *Kondisional*, yakni pelayanan yang sesuai dengan kondisi dan kemampuan pemberi dan penerima pelayanan dengan tetap berpegang pada prinsip efisiensi dan efektivitas. Dalam hal ini, pemberian pelayanan harus disesuaikan dengan kondisi masyarakat maupun pelayanan publik dimana nantinya setiap orang yang hendak mengakses pelayanan publik bisa mendapatkan pelayanan yang

baik tanpa memberatkan kedua belah pihak, seperti biaya yang memberatkan atau waktu yang tidak sesuai jadwal sehingga memberatkan penyedia pelayanan publik.

4. Partisipatif, yaitu pelayanan yang dapat mendorong peran serta masyarakat dalam penyelenggaraan pelayanan publik dengan memperhatikan aspirasi, kebutuhan dan harapan masyarakat.
5. Kesamaan hak, yakni pelayanan yang tidak melakukan diskriminasi dilihat dari aspek apapun khususnya suku, ras, agama, golongan, status sosial dan lain-lain.
6. Keseimbangan hak dan kewajiban, yakni pelayanan yang mempertimbangkan aspek keadilan antara pemberi dan penerima pelayanan publik. Dalam penyelenggaraan pelayanan publik, tentunya tidak hanya berpihak kepada salah satu pihak apakah pemberi atau penerima pelayanan.

2.1.2.3 Strategi Kualitas Layanan

Menurut Tjiptono dan Diana (2014:132), strategi kualitas jasa atau layanan harus mencakup empat hal yaitu:

1. Atribut Layanan Pelanggan

Penyampaian layanan atau jasa harus tepat waktu, akurat, dengan perhatian dan keramahan. Hal ini dinilai sangat penting karena jasa tidak berwujud fisik (*intangible*) dan merupakan fungsi dari persepsi. Selain itu, jasa juga bersifat tahan lama (*perishable*), sangat variatif (*variable*), dan tidak terpisahkan antara produksi dan konsumsi (*inseparable*).

2. Pendekatan untuk penyempurnaan kualitas jasa

Penyempurnaan kualitas jasa merupakan aspek penting dalam rangka menciptakan kepuasan pelanggan. Hal ini disebabkan oleh faktor biaya, waktu menerapkan program dan pengaruh layanan pelanggan. Ketiga faktor tersebut merupakan inti pemahaman dan penerapan suatu sistem yang responsif

terhadap pelanggan dan organisasi untuk pencapaian kepuasan optimum.

3. Sistem umpan balik untuk kualitas layanan pelanggan

Umpan balik sangat dibutuhkan untuk evaluasi dan perbaikan berkesinambungan. Untuk itu, perusahaan perlu mengembangkan sistem yang responsif terhadap kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan. Informasi umpan balik harus difokuskan pada:

- a. Memahami persepsi pelanggan terhadap organisasi, jasa organisasi dan para pesaing.
- b. Mengukur dan memperbaiki kinerja organisasi.
- c. Mengubah bidang-bidang terkuat organisasi menjadi faktor pembeda pasar.
- d. Mengubah kelemahan menjadi peluang berkembang, sebelum pesaing lain melakukannya.
- e. Mengembangkan sarana komunikasi internal agar setiap orang tahu apa yang mereka lakukan.
- f. Menunjukkan komitmen perusahaan pada kualitas dan para pelanggan.

4. Implementasi

Implementasi merupakan strategi yang paling penting. Sebagai bagian dari proses implementasi, manajemen harus menentukan cakupan kualitas jasa dan level layanan pelanggan sebagai bagian dari kebijakan organisasi. Selain itu, manajemen harus menentukan rencana implementasi. Dalam rencana implementasi tersebut harus mencakup jadwal waktu, tugas-tugas dan siklus pelaporan

2.1.3. Kepuasan Pelanggan

2.1.3.1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan tidak akan pernah berhenti pada satu titik, bergerak dinamis mengikuti tingkat kualitas produk dan layanannya dengan harapan-harapan yang berkembang di benak konsumen. Harapan pembeli dipengaruhi oleh pengalaman pembelian mereka sebelumnya, nasehat teman dan kolega, serta janji dan informasi pemasar dan pesaingnya. Kusmayadi (2015:69) mengemukakan konseptual dari kepuasan konsumen *overall* terhadap jasa (*service*) terdiri atas tiga hal penting, termasuk kepuasan terhadap: (1) *contact person*; (2) *the core service*, and (3) *the organization*.

Kotler dan Keller dalam Kyeongmin (2023:4) menyatakan bahwa Kepuasan Pelanggan adalah persepsi pelanggan tentang kebahagiaan atau frustrasi hasil dari perbandingan antara kinerja suatu produk atau layanan dan *expectations*. Pelanggan menjadi puas ketika kualitas memenuhi atau melampaui ekspektasi diciptakan oleh kebutuhan dan keinginan mereka; jika tidak, pelanggan menjadi tidak puas

Kotler (2014:198) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah ia membandingkan antara kinerja yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Ada dua level harapan konsumen terhadap kualitas layanan: level layanan yang diinginkan (*desired service*) dan level layanan memadai (*adequate service*).” *Desired service* merupakan level harapan yang diharapkan konsumen untuk diterima. Harapan yang dimaksud adalah gabungan dari apa yang diyakini konsumen dapat dan harus disampaikan, sedangkan *adequate service* adalah level layanan yang akan diterima oleh konsumen. Level layanan ini merupakan layanan minimum yang dapat diberikan suatu perusahaan dan masih

diharapkan memenuhi kebutuhan dasar konsumen. Kedua level tersebut akan menjadi batas yang disebut zone toleransi (*zone of tolerance*).

Zone toleransi ini dapat mengembangkan dan mengecil tergantung pada tinggi rendahnya level layanan yang diinginkan (*desire service*) dan level layanan yang memadai (*adequate service*). Perubahan pada zone toleransi konsumen individual lebih banyak dipengaruhi oleh perusahaan pada *adequate service* dibandingkan dengan *desire service* yang bergerak lebih bertahap. Hal ini disebabkan akumulasi dari pengalaman. Dengan adanya dua level harapan terhadap layanan kemungkinan akan menyebabkan terjadinya behavioral intentions yang berbeda jika kualitas layanan berada di atas, di bawah atau dalam zone toleransi. Dengan demikian kualitas layanan secara positif berhubungan dengan behavioral intentions yang *favorable* (menyenangkan) dan negatif terhadap kualitas yang *unfavorable* (tidak menyenangkan). Hal ini tergantung dari persepsi konsumen tentang kualitas layanan yang berbeda pada *level adequate services* dan *desire service*. Disamping itu pengalaman memperoleh masalah dalam hal layanan akan mempengaruhi persepsi keseluruhan konsumen terhadap kualitas layanan, yang selanjutnya akan berpengaruh terhadap pada behavioral intentions yang ditunjukkan oleh konsumen.

2.1.3.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Pada dasarnya ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas produk dan kepuasan pelanggan. Dalam mengevaluasi hal ini pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai standar atau acuan. Umumnya dalam konteks kepuasan pelanggan harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang hal yang diterima. Harapan pelanggan berkembang dari waktu ke waktu seiring dengan semakin banyaknya informasi yang diterima serta makin bertambahnya pengalamannya. Pada gilirannya semua ini akan berpengaruh

terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.

Menurut Nasution (2016:112) adapun faktor-faktor yang mempengaruhi harapan kepuasan tersebut adalah:

1. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika ia sedang mencoba melakukan transaksi dengan perusahaan. Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginannya besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi.
2. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
3. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang dibeli.
4. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi pelanggan dan harapan pelanggan.

Selanjutnya, menurut Lupiyoadi (2015:158) bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu:

1. Kualitas produk. Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.
2. Kualitas pelayanan. Pelanggan akan merasa puas jika mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.
3. Emosional. Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi.
4. Harga. Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menerapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
5. Biaya. Pelanggan yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak

perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk jasa cenderung puas terhadap produk jasa tersebut.

Kepuasan dan ketidakpuasan pelanggan atas produk akan berpengaruh terhadap pola perilaku selanjutnya. Menurut S. Assauri dalam jurnal Elida Olivia (2022 : 2) Kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dan ekspektasi jika kinerjanya dibawah ekspektasi, pelanggan tidak akan puas, dan jika kinerjanya sesuai dengan harapann maka pelanggan akan puas . Apabila pelanggan merasa puas, maka dia akan menunjukkan besarnya kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas juga akan cenderung memberikan referensi yang baik terhadap produk kepada orang lain. Sedangkan pelanggan yang tidak puas akan berkata negatif terhadap produk dan pindah pada produk atau perusahaan lain. Dengan demikian jelaslah bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan akan menentukan apakah suatu komponen masyarakat akan terdorong untuk menjadi pelanggan yang setia atau tidak.

2.2. Kajian Penelitian yang Relevan

Berikut ini beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan judul yang penulis teliti yang disajikan pada Tabel 2.1.

Tabel 2.1. Penelitian Yang Relevan

No	Judul	Alat Analisis	Hasil
1	Kartini Halief dan Haryono Putro (2017). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Rumah Tangga Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Kahuripan Cabang Pelayanan VI Ciomas	Metode Importance and Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI), dan analisis deskripsi	Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode IPA, kelancaran air pada jam puncak pagi serta ketersediaan air selama 24 jam menjadi prioritas yang paling penting untuk diperbaiki. Sedangkan berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode CSI, penilaian pelanggan secara keseluruhan terhadap mutu produk dan kualitas pelayanan dapat dikatakan puas dengan nilai CSI sebesar 0,7295 untuk mutu produk dan 0,7196 untuk kualitas pelayanan.
2	Ryian Shaputra (2020). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Rumah Tangga terhadap Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) di Wilayah Prumnas Nendagung Kota Pagar Alam	Metode Importance and Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI)	Dari hasil penelitian pengolahan air bersih menjadi prioritas yang paling penting untuk dilakukan perbaikan dan dari hasil penelitian keseluruhan penilaian pelanggan kualitas produk dan kualitas pelayanan dapat dikatakan cukup puas dengan jumlah nilai CSI sebesar 0,6335 untuk kualitas produk dan 0,6357 untuk kualitas pelayanan.
3	Wahyu Ningsih, Heni Fitriani, Febrian.H (2023) Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Perusahaan Air Minum Daerah Lematang Enim	Customer Satisfaction Index (CSI) dan Analisis Regresi Logistik Biner	Berdasarkan hasil penelitian PDAM Lematang Enim secara umum telah melaksanakan kegiatan operasional dengan cukup baik secara keseluruhan yang sudah masuk dalam kategori Puas dengan nilai CSI pada angka 67,6075028. akan tetapi jika kepuasan pelanggan dibagi menjadi dua aspek antara mutu produk dan mutu jasa didapatkan hasil yang berbeda yaitu, mutu produk masuk dalam kategori Cukup Puas dengan nilai CSI pada angka 65,25693 dan mutu Jasa masuk dalam kategori Puas

			dengan nilai CSI pada angka 68,146096.
4	Rahmatul Farhan (2024). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Pengembangan Sistem Penyediaan Air Minum (Studi Kasus ; SPAM Sukabumi)	Metode Importance and Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI)	Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan didapat bahwa tingkat kepuasan yang di analisis menggunakan metode CSI menunjukkan indeks hasil kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh PDAM atau SPAM yang meliputi variabel seperti sambungan rumah, pembayaran, pengaduan atau pelayanan kualitas, kuantitas, dan meter air berada pada kategori "Sangat Puas" ^{***} dengan nilai skor 86%
5	Andi Hijra (2024) Analisis Kepuasan Pelanggan PDAM Kota Makassar Menggunakan Metode CSI dan IPA	Metode Importance and Performance Analysis (IPA), Customer Satisfaction Index (CSI)	Berdasarkan perhitungan dengan metode CSI diperoleh kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM di Wilayah pelayanan IV Makassar sebesar 78,32% dengan skala 66% sampai dengan 80% pelanggan tergolong puas terhadap pelayanan PDAM dengan tingkat kepentingan tinggi, pada metode IPAdiyatakan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan puas pada pada atribut TE1, RY1, RY2, RY4, dan AE1.

2.3. Kerangka Konseptual

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual



2.4 Hipotesis

Adapun hipotesis dari penelitian ini, yaitu:

1. Terdapat tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi pada pelanggan Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. Pendekatan Penelitian

Berdasarkan jenis masalah yang diselidiki, tempat dan waktu yang dilakukan serta teknik dan alat yang digunakan dalam melakukan penelitian, maka pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dalam penelitian ini, data yang telah didapat berwujud angka-angka yang dapat dihitung jumlahnya.

Penelitian kuantitatif adalah analisis data terhadap data-data yang mengandung angka-angka atau *numeric* tertentu. Analisis data kuantitatif biasanya menggunakan statistik-statistik yang beragam banyaknya, baik statistik deskriptif maupun statistik inferensial, statistik parametrik maupun statistik non parametrik (Juliandi, 2020:88).

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif sebab pendekatan yang digunakan di dalam usulan penelitian, proses, hipotesis, turun ke lapangan, analisa data dan kesimpulan data sampai dengan penulisannya menggunakan aspek pengukuran, perhitungan, rumus dan kepastian data *numeric*.

3.2. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada daerah Kota Medan khususnya Kecamatan Medan Sunggal. Penelitian ini dijadwalkan pada bulan Februari 2025 s/d Mei 2025, seperti terlihat pada Tabel 3.1.

Tabel 3.1. Jadwal Pelaksanaan Penelitian

	Februari 2025				Maret 2025				April 2025				Mei 2025				Juni			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
Pengajuan Judul	■																			
Bimbingan Judul		■																		
Pembuatan Proposal			■	■	■	■														
Bimbingan Proposal				■	■	■														
Seminar Proposal							■													
Riset Lapangan								■												
Pembuatan Tesis									■	■	■	■								
Bimbingan Tesis													■	■	■	■				
Seminar Hasil																		■		
Sidang																				■

3.3. Populasi Dan Sampel

3.3.1. Populasi

Sugiyono (2022:115) menyatakan bahwa “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Populasi penelitian ini seluruh pelanggan Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal yang berjumlah 39.209 pelanggan.

3.3.2. Sampel

Menurut Sugiyono (2022:116), “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Penentuan jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin adalah formula untuk menghitung jumlah sampel minimal jika perilaku sebuah populasi belum diketahui secara pasti. Besaran sampel penelitian

dengan rumus Slovin ditentukan lewat nilai tingkat kesalahan. Dimana semakin besar tingkat kesalahan yang digunakan, maka semakin kecil jumlah sampel yang diambil. Berikut merupakan rumus Slovin :

Rumus Slovin sebagai berikut:

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

Keterangan:

n = jumlah sampel

N= jumlah populasi

e= tingkat kesalahan pengambilan sampel

Berdasarkan jumlah populasi yang ada yaitu 39.209 pelanggan dimana seluruh populasi merupakan perwakilan yang dianggap peneliti memiliki kriteria yang sesuai, maka sampel dengan tingkat kesalahan 5% pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{39.209}{1 + 39.209 (0,05)^2}$$

$$N = 395$$

Sampel keseluruhan adalah 395 responden.

3.4. Definisi Operasional

Definisi operasional untuk mengetahui pengertian terhadap variable yang diteliti di dalam pemasaran sehingga memudahkan dan mengarahkan masalah yang diteliti.

Tabel 3.2. Definisi Operasional

Variabel	Definisi Operasional	Dimensi	Skala
Kualitas Pelayanan	Kualitas pelayanan (jasa), adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Zeithaml dan Bitner dalam Tjiptono (2015:5),	1. <i>Tangible</i> (Bentuk Fisik) 2. <i>Reliability</i> (Kehandalan) 3. <i>Responsiveness</i> (Daya Tangkap) 4. <i>Assurance</i> (Jaminan) 5. <i>Emphaty</i> (Empati) Parasuraman dalam Kusyana (2019:26)	Likert

Menurut Sugiyono (2012:132), skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Setiap jawaban diberi skor dengan berdasarkan pada skala likert dengan angka atau bobot yaitu 1 sampai dengan 5, seperti terlihat pada Tabel 3.3.

Tabel 3.3. Skala Likert

Pernyataan	Jawaban	Bobot Nilai
Sangat Puas	SP	5
Puas	P	4
Kurang Puas	KP	3
Tidak Puas	TP	2
Sangat Tidak Puas	STP	1

Sumber: Sugiyono (2022)

3.5. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data penelitian sebagai berikut:

1. Kuesioner

Sugiyono (2022:199) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Dalam penelitian ini peneliti memberikan kuesioner kepada pelanggan Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal untuk diisi oleh responden sehubungan dengan analisis tingkat kepuasan pelanggan pada pelayanan.

2. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi adalah teknik pengambilan data yang diperoleh dari laporan yang sudah diolah sebelumnya. Dalam penelitian ini peneliti melakukan pengumpulan data dengan mempelajari data data terkait keluhan pelanggan serta informasi yang dapat digunakan sebagai data pada penelitian ini.

3.6. Uji Instrumen

3.6.1. Uji Validitas

Suatu kuesioner dinyatakan valid apabila ada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan skor tiap butir. Sebelum digunakan sebagai alat mengumpulkan data harus diuji cobakan terlebih dahulu. Uji coba tersebut dilakukan terhadap 30 responden diluar sampel. Untuk membantu proses pengolahan data untuk uji validitas dilakukan dengan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS) Versi 26 for Windows*.

Kriteria pengujian dapat diuraikan sebagai berikut :

- a) Jika nilai Sig. (2-tailed) < 0,05 dan *Pearson Correlation* bernilai positif, maka item soal angket tersebut valid
- b) Jika nilai Sig. (2-tailed) < 0,05 dan *Pearson Correlation* bernilai negatif, maka item soal angket tersebut tidak valid

Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas

Dimensi	Atribut	R Hitung	Sig.	Keterangan
Tangible	A1	0.975	0.000	Valid
	A2	0.961	0.000	Valid
	A3	0.973	0.000	Valid
	A4	0.965	0.000	Valid
Reliability	B1	0.986	0.000	Valid
	B2	0.948	0.000	Valid
	B3	0.966	0.000	Valid
Responsiveness	C1	0.971	0.000	Valid
	C2	0.958	0.000	Valid
	C3	0.873	0.000	Valid
Assurance	D1	0.944	0.000	Valid
	D2	0.957	0.000	Valid
	D3	0.962	0.000	Valid
	D4	0.968	0.000	Valid
Empathy	E1	0.979	0.000	Valid
	E2	0.990	0.000	Valid
	E3	0.987	0.000	Valid

Sumber : Output SPSS Ver 26 (diolah)

Berdasarkan Tabel 3.4, seluruh butir pertanyaan pada dimensi *Tangible* (A1–A4), *Reliability* (B1–B3), *Responsiveness* (C1–C3), *Assurance* (D1–D4), dan *Empathy* (E1–E3) memiliki nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0.000. Karena nilai Sig. < 0.05, maka seluruh item dinyatakan valid.

3.6.2 Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas berkaitan dengan masalah adanya kepercayaan terhadap instrumen penelitian. Suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel atau andal jika jawabannya responden atas pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila memenuhi kriteria

pengujian reliabilitas instrument dengan menggunakan taraf signifikan 5%. Pengujian reliabilitas instrumen dalam penelitian ini dilakukan secara internal. Sugiyono (2022), mengatakan bahwa pengujian reliabilitas instrument secara internal dapat menggunakan teknik belah dua (*split-half*) yaitu pengujian reliabilitas internal dapat dilakukan dengan membelah item-item instrument menjadi dua kelompok (ganjil dan genap), kemudian ditotal, dan dicari korelasinya. Pengujian reliabilitas koesoner diuji dengan menggunakan bantuan program *Statistical Product and Service Solution (SPSS) Versi 26 for Windows*.

Kriteria pengujian dapat diuraikan sebagai berikut :

- a) Jika nilai Alpha Cronbach yang dihitung lebih besar dari nilai kritis (0.60) atau r tabel, maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel.
- b) Jika nilai Alpha Cronbach yang dihitung lebih kecil dari nilai kritis (0.60) atau r tabel, maka instrumen penelitian dinyatakan tidak reliabel

Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas

Dimensi	Cronbach Alpha	Titik Kritis	Keterangan
Tangible	0.976	0.6	Reliabel
Reliability	0.965	0.6	Reliabel
Responsiveness	0.926	0.6	Reliabel
Assurance	0.970	0.6	Reliabel
Empathy	0.984	0.6	Reliabel

Sumber : Output SPSS Ver 26 (diolah)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas yang disajikan dalam Tabel 3.5, seluruh dimensi dalam instrumen penelitian menunjukkan nilai Cronbach's Alpha yang sangat tinggi, yaitu: Tangible (0,979), Reliability (0,954), Responsiveness (0,943), Assurance (0,963), dan Empathy (0,962). Nilai-nilai ini berada jauh di atas ambang batas umum sebesar 0,70, yang menunjukkan bahwa instrumen ini memiliki reliabilitas yang sangat baik.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa seluruh dimensi dalam kuesioner ini konsisten dan dapat diandalkan dalam mengukur persepsi pelanggan terhadap layanan Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal. Hal ini memperkuat kepercayaan terhadap hasil analisis yang dilakukan, karena instrumen yang digunakan terbukti memiliki konsistensi internal yang sangat baik

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Customer Satisfaction Index (CSI) atau Indeks Kepuasan Pelanggan adalah indeks yang digunakan untuk mengevaluasi tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan, atau pengalaman yang diberikan oleh suatu perusahaan secara menyeluruh. CSI didasarkan pada persepsi dan penilaian pelanggan terhadap berbagai aspek yang mempengaruhi kepuasan mereka. Perhitungan indeks kepuasan pelanggan (CSI) terdiri atas beberapa tahapan.

1. Menentukan *Mean Importance Score (MIS)* tiap-tiap variabel. MIS adalah nilai rata-rata tingkat kepentingan atau harapan pelanggan pada suatu variabel.

Rumus untuk perhitungan MIS yaitu:

$$MIS = \frac{\sum_1^n \mathbf{1Yi}}{n}$$

2. Lalu menghitung *Weight Factors (WF)* per variabel. WF adalah persentase nilai *mean importance score (MIS)* masing-masing atribut terhadap nilai *total mean importance score (MIS)* seluruh atribut, yang didapatkan dengan rumus.

$$WF = \frac{\sum_1^n \mathbf{1Yi}}{\sum MIS} \times 100\%$$

3. Kemudian menentukan *Mean Satisfaction Score* (MSS) tiap atribut. MSS adalah nilai rata-rata tingkat kinerja/kepuasan atribut Rumus perhitungan MSS adalah sebagai berikut.

$$MSS = \frac{\sum_{i=1}^n \mathbf{1X}_i}{n}$$

4. Selanjutnya menghitung *Weight Score* (WS) tiap variabel. WS adalah perkalian antara *weight factor* (WF) dengan *mean satisfaction score* (MSS), didapatkan dengan rumus.

$$WS = WF \times MSS$$

5. Tahapan terakhir yaitu menghitung *Customer Satisfaction Index* (CSI). Perhitungan CSI didapatkan dengan membagi nilai *weight score* (WS) dengan skala tertinggi yang digunakan dalam penelitian.

$$CSI = \frac{\sum WS}{HS}$$

dimana HS (*Highest Scale*) = skala maksimum yang digunakan. Selanjutnya untuk interpretasi hasil perhitungan CSI dikelompokkan atas beberapa kriteria yaitu sebagai berikut:

Tabel 3.6. Kriteria CSI

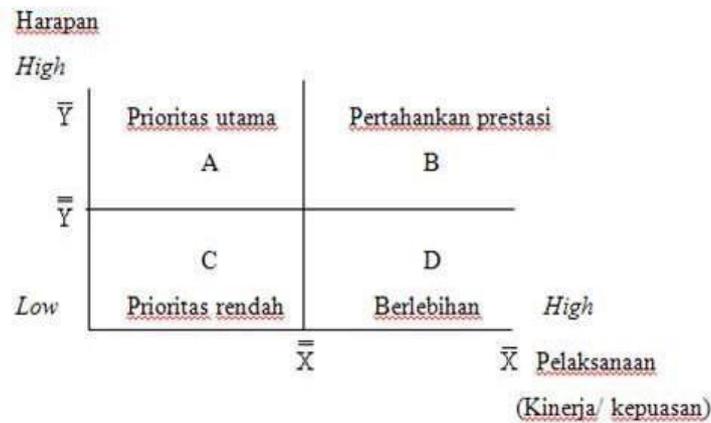
No	Nilai CSI	Kriteria CSI
1	0,00 – 0,34	Tidak Puas
2	0,35 – 0,50	Kurang Puas
3	0,51 – 0,65	Cukup Puas
4	0,66 – 0,80	Puas
5	> 0,81	Sangat Puas

3.7.2 Importance and Performance Analysis (IPA)

Importance and Performance Analysis (IPA) adalah suatu metode untuk menganalisis Tingkat kepuasan seseorang terhadap kinerja sebuah Perusahaan didasarkan pada hasil penelitian Tingkat kepentingan dan hasil penilaian kerja menggunakan diagram kartesius. IPA menggunakan titik (*coordinate*) untuk

menggambarkan kinerja merek. Kombinasi sumbu x (*performance*) dan sumbu y (*importance*) akan menghasilkan posisi setiap atribut. Atribut akan terletak pada salah satu kuadran dari keempat kuadran yang ada. Keempat kuadran tersebut disajikan pada Gambar 3.1

Gambar 3.1 Diagram Kartesius (*Importance Performance Matrix*)



Berdasarkan diagram tersebut maka Perusahaan dapat merumuskan strategi yang dapat dilakukan berkenaan dengan posisi masing-masing atribut pada keempat kuadran tersebut yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran A (Attributes to Improve)

Atribut-atribut kualitas jasa yang berada di kuadran ini dianggap sangat penting, namun kinerjanya dianggap belum sesuai dengan harapan pelanggan.

2. Kuadran B (Maintain Performance)

Posisi ini menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan oleh Perusahaan.

3. Kuadran C (Attributes to Maintain)

Posisi ini menunjukkan beberapa atribut kualitas jasa yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan dan pelaksanaan oleh Perusahaan dirasa biasa biasa saja.

4. Kuadran D (Main Priority)

Posisi ini menunjukkan factor yang kurang penting pengaruhnya bagi pelanggan akan tetapi pelaksanaannya dianggap sangat memuaskan.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Analisis Deskriptif Responden

Tabel 4.1. Frekuensi Jenis Kelamin

		Frequency	Percent
Valid	Laki-laki	172	43.5
	Perempuan	223	56.5
	Total	395	100.0

Sumber : Output SPSS Ver 26 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.3, komposisi responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa mayoritas responden adalah perempuan, yaitu sebanyak 223 orang (56.5%), sementara laki-laki sebanyak 172 orang (43.5%). Hal ini mengindikasikan bahwa perempuan lebih banyak berpartisipasi dalam penelitian ini.

Tabel 4.2. Frekuensi Usia

		Frequency	Percent
Valid	24-30	98	24.81
	31-40	192	48.61
	41-50	105	26.58
	Total	395	100.0

Sumber : Output SPSS Ver 26 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.4, distribusi usia responden didominasi oleh kelompok usia 31–40 tahun sebanyak 192 orang (48.61%), diikuti oleh kelompok usia 41–50 tahun sebanyak 105 orang (26.58%), dan kelompok usia 24–30 tahun sebanyak 98

orang (24.81%). Ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada usia produktif.

Tabel 4.3. Frekuensi Lama Menggunakan PDAM

		Frequency	Percent
Valid	1 – 5 tahun	77	19.5
	6 – 10 tahun	143	36.2
	Lebih dari 10 tahun	175	44.3
	Total	395	100.0

Sumber : Output SPSS Ver 26 (diolah)

Berdasarkan Tabel 4.5, terkait lama penggunaan layanan PDAM, mayoritas responden telah menggunakan layanan lebih dari 10 tahun sebanyak 175 orang (44.3%), diikuti oleh 6–10 tahun sebanyak 143 orang (36.2%), dan 1–5 tahun sebanyak 77 orang (19.5%). Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pelanggan memiliki pengalaman yang cukup lama dalam menggunakan layanan PDAM Tirtanadi Cabang Sunggal.

4.1.2. Analisis Deskriptif Variabel Kepuasan

4.1.2.1. Bukti Langsung (*Tangibles*)

Tabel 4.4. Butir Pertanyaan A1 (Air Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal bersih dan jernih)

		Kinerja		Kepentingan	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
A1	1	119	30.1	105	26.6
	2	5	1.3	14	3.5
	3	63	15.9	71	18
	4	133	33.7	132	33.4
	5	75	19	73	18.5

Sumber : data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.6, mayoritas responden, yaitu 33,7% menyatakan puas dan 19% sangat puas pada kualitas air dan menilai bahwa air PDAM Tirtanadi Cabang Sunggal bersih dan jernih. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas air dianggap penting dan kinerja PDAM dalam hal ini cukup baik.

Tabel 4.5. Butir Pertanyaan A2 (Air yang didistribusikan ke pelanggan lancar setiap saat)

		Kinerja		Kepentingan	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
A2	1	61	15.4	53	13.4
	2	63	15.9	71	18
	3	56	14.2	57	14.4
	4	146	37	146	37
	5	69	17.5	68	17.2

Sumber : data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.7, sebanyak 37% responden puas dan 17.5% responden sangat puas terhadap distribusi air yang lancar setiap saat. Ini menunjukkan bahwa kontinuitas distribusi air penting bagi pelanggan dan PDAM cukup berhasil memenuhinya.

Tabel 4.6. Butir Pertanyaan A3 (Karyawan Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal yang selalu berpenampilan rapi)

		Kinerja		Kepentingan	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
A3	1	112	28.4	95	24.1
	2	12	3	28	7.1
	3	53	13.4	58	14.7
	4	173	43.8	170	43
	5	45	11.4	44	11.1

Sumber : data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.8, mayoritas responden sebanyak 43,8% menyatakan puas dan 11.4% menyatakan sangat puas dengan karyawan Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal yang selalu berpenampilan rapi. Ini mencerminkan bahwa penampilan karyawan penting bagi pelanggan dan kinerja PDAM dalam hal ini memadai.

Tabel 4.7. Butir Pertanyaan A4 (Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal memiliki ruang tunggu pelayanan yang nyaman)

		Kinerja		Kepentingan	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
A4	1	115	29.1	97	24.6
	2	11	2.8	25	6.3
	3	70	17.7	80	20.3
	4	155	39.2	150	38
	5	44	11.1	43	10.9

Sumber : data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.9, sebanyak 39.2% responden menyatakan puas dan 11.1% menyatakan sangat puas dengan ruang tunggu pelayanan yang nyaman. Ini menunjukkan bahwa fasilitas pelayanan penting bagi pelanggan dan perusahaan cukup berhasil dalam penyediaannya.

4.1.2.2. Keandalan (*Reliability*)

Tabel 4.8. Butir Pertanyaan B1 (Karyawan bersikap simpatik terhadap keluhan pelanggan)

		Kinerja		Kepentingan	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
B1	1	73	18.5	66	16.7
	2	4	1	13	3.3
	3	79	20	80	20.3
	4	175	44.3	173	43.8
	5	64	16.2	63	15.9

Sumber : data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.10, Mayoritas responden sebanyak 44.3% puas dan 16.2% sangat puas terhadap karyawan yang bersikap simpatik terhadap keluhan pelanggan. Ini menunjukkan bahwa keandalan dalam menangani keluhan penting bagi pelanggan dan perusahaan cukup berhasil dalam hal ini.

Tabel 4.9. Butir Pertanyaan B2 (Karyawan melakukan penyelesaian keluhan pelanggan secara tepat waktu)

		Kinerja		Kepentingan	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
B2	1	74	18.7	67	17
	2	1	0.3	15	3.8
	3	74	18.7	78	19.7
	4	189	47.8	181	45.8
	5	57	14.4	54	13.7

Sumber : data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.11, sebanyak 47.8% menyatakan puas dan 14.4% menyatakan sangat puas dengan karyawan melakukan penyelesaian keluhan pelanggan secara tepat waktu. Ini mencerminkan bahwa ketepatan waktu dalam penyelesaian keluhan penting bagi pelanggan dan perusahaan cukup berhasil memenuhinya.

Tabel 4.10. Butir Pertanyaan B3 (System pencatatan rekening air sesuai dengan pemakaian pelanggan)

		Kinerja		Kepentingan	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
B3	1	75	19	63	15.95
	2	4	1	11	2.78
	3	93	23.5	89	22.53
	4	169	42,8	165	41.77
	5	54	13.7	53	13.42

Sumber : data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.12, sebanyak 42.8% responden merasa puas dan 13.7% responden merasa sangat puas dengan sistem pencatatan rekening air sesuai dengan pemakaian pelanggan Ini menunjukkan bahwa akurasi pencatatan penting bagi pelanggan dan perusahaan cukup berhasil dalam hal ini.

4.1.2.3. Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Tabel 4.11. Butir Pertanyaan C1 (Penyampaian infomasi dilakukan secara jelas kepada pelanggan)

		Kinerja		Kepentingan	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
C1	1	111	28.1	88	22.3
	2	8	2	20	5.1
	3	18	4.6	29	7.3
	4	192	48.6	192	48.6
	5	66	16.7	66	16.7

Sumber : data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.13, penyampaian informasi secara jelas kepada pelanggan sebanyak 48.6% responden merasa puas dan 16.7% responden merasa sangat puas. Ini menunjukkan bahwa kejelasan informasi penting bagi pelanggan dan perusahaan cukup berhasil dalam hal ini.

Tabel 4.12. Butir Pertanyaan C2 (Karyawan melakukan perbaikan dihari yang sama ketika terjadi gangguan di rumah pelanggan)

		Kinerja		Kepentingan	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
C2	1	106	26.8	86	21.8
	2	13	3.3	19	4.8
	3	30	7.6	44	11.1
	4	184	46.6	183	46.3
	5	62	15.7	63	15.9

Sumber : data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.14, karyawan melakukan perbaikan di hari yang sama ketika terjadi, dengan 46,6% responden merasa puas dan 15,7% merasa sangat puas. Ini mencerminkan bahwa respons cepat terhadap gangguan penting bagi pelanggan dan perusahaan cukup berhasil memenuhinya.

Tabel 4.13. Butir Pertanyaan C3 (Karyawan tidak terlampau sibuk, sehingga sanggup menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat)

		Kinerja		Kepentingan	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
C3	1	116	29.4	85	21.5
	2	11	2.8	22	5.6
	3	49	12.4	52	13.2
	4	176	44.6	181	45.8
	5	43	10.9	55	13.9

Sumber : data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.15, karyawan yang tidak terlalu sibuk sehingga dapat menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat, mayoritas responden sebanyak 44.6% merasa puas dan 10.9% merasa sangat puas. Ini menunjukkan bahwa ketersediaan karyawan penting bagi pelanggan dan perusahaan cukup berhasil dalam hal ini.

4.1.2.4. Jaminan (*Assurance*)

Tabel 4.14. Butir Pertanyaan D1 (Karyawan melakukan sapaan penyambutan kepada pelanggan)

		Kinerja		Kepentingan	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
D1	1	88	22.3	85	21.5
	2	10	2.5	14	3.5
	3	60	15.2	61	15.4
	4	187	47.3	184	46.6
	5	50	12.7	51	12.9

Sumber : data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.16, sebanyak 47.3% responden merasa puas dan 12.7% responden merasa sangat puas atas karyawan melakukan sapaan penyambutan kepada pelanggan. Ini menunjukkan bahwa sikap ramah dalam penyambutan penting bagi pelanggan dan perusahaan cukup berhasil dalam hal ini.

Tabel 4.15. Butir Pertanyaan D2 (Pelanggan merasa aman ketika melakukan transaksi pembayaran rekening air di loket pembarayan)

		Kinerja		Kepentingan	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
D2	1	87	22	84	21.3
	2	13	3.3	17	4.3
	3	56	14.2	56	14.2
	4	189	47.8	186	47.1
	5	50	12.7	52	13.2

Sumber : data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.17, pelanggan merasa aman ketika melakukan transaksi pembayaran rekening air di loket pembayaran sebanyak 47.8% responden merasa puas dan 12.7% merasa sangat puas. Ini mencerminkan bahwa keamanan transaksi penting bagi pelanggan dan perusahaan cukup berhasil memenuhinya.

Tabel 4.16. Butir Pertanyaan D3 (Karyawan selalu bersikap ramah terhadap pelanggan)

		Kinerja		Kepentingan	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
D3	1	85	21.5	82	20.8
	2	9	2.3	13	3.3
	3	71	18	71	18
	4	174	44.1	173	43.8
	5	56	14.2	56	14.2

Sumber : data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.18, karyawan selalu bersikap ramah karyawan terhadap pelanggan, dengan 44,1% responden merasa puas dan 14,2% merasa sangat puas. Ini menunjukkan bahwa keramahan karyawan penting bagi pelanggan dan perusahaan cukup berhasil dalam hal ini.

Tabel 4.17. Butir Pertanyaan D4 (Karyawan selalu dapat menangani setiap permasalahan pelanggan)

		Kinerja		Kepentingan	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
D4	1	92	23.3	87	22
	2	6	1.5	12	3
	3	46	11.6	47	11.9
	4	196	49.6	194	49.1
	5	55	13.9	55	13.9

Sumber : data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.19, kemampuan karyawan dalam menangani setiap permasalahan pelanggan, dengan 49,6% responden merasa puas dan 13,9% merasa sangat puas. Ini menunjukkan bahwa kemampuan menyelesaikan masalah penting bagi pelanggan dan perusahaan cukup berhasil dalam hal ini.

4.1.2.5. Empati (*Emphaty*)

Tabel 4.18. Butir Pertanyaan E1 (Setiap keluhan pelanggan langsung ditangani dengan baik)

		Kinerja		Kepentingan	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
E1	1	100	25.3	87	22
	2	10	2.5	14	3.5
	3	66	16.7	76	19.2
	4	152	38.5	153	38.7
	5	67	17	65	

Sumber : data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.20, setiap keluhan pelanggan langsung ditangani dengan baik, sebanyak 38,5% responden menyatakan puas dan 17% menyatakan sangat puas. Ini menunjukkan bahwa perhatian terhadap keluhan penting bagi pelanggan dan perusahaan cukup berhasil dalam hal ini.

Tabel 4.19. Butir Pertanyaan E2 (Jam operasional perusahaan sesuai dengan kebutuhan pelanggan)

		Kinerja		Kepentingan	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
E2	1	103	26.1	89	22.5
	2	7	1.8	13	3.3
	3	67	17	75	19
	4	152	38.5	154	39
	5	66	16.7	64	16.2

Sumber : data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.21, jam operasional perusahaan yang sesuai dengan kebutuhan pelanggan, sebanyak 38,5% responden merasa puas dan 16,7% merasa sangat puas. Ini mencerminkan bahwa kesesuaian jam operasional penting bagi pelanggan dan perusahaan cukup berhasil memenuhinya.

Tabel 4.20. Butir Pertanyaan E3 (Karyawan secara responsif melakukan pengecekan ketika terjadi keluhan ketidaksesuaian pemakaian air pelanggan)

		Kinerja		Kepentingan	
		Frekuensi	%	Frekuensi	%
E3	1	100	25.3	94	23.8
	2	5	1.3	15	3.8
	3	58	14.7	62	15.7
	4	179	45.3	173	43.8
	5	53	13.4	51	12.9

Sumber : data diolah (2025)

Berdasarkan Tabel 4.22, karyawan secara responsif melakukan pengecekan ketika terjadi keluhan ketidaksesuaian pemakaian air pelanggan, mayoritas responden sebanyak 45.3% merasa puas dan 13.4% merasa sangat puas. Ini menunjukkan bahwa responsivitas terhadap keluhan penting bagi pelanggan dan perusahaan cukup berhasil dalam hal ini.

4.1.3. Analisis *Customer Satisfaction Index (CSI)*

Metode analisis data digunakan untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan pada Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal, dengan menitikberatkan pada evaluasi kinerja layanan. Tingkat kesesuaian antara harapan dan persepsi pelanggan dianalisis berdasarkan lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu *tangible* (aspek fisik),

reliability (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati).

Tabel 4.21 Hasil Perhitungan Indeks Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Sunggal

Faktor	Atribut	MIS	WF(%)	MSS	WS
A1	Air PDAM Tirtanadi Cabang Sunggal bersih dan jernih	3.137	5.680	3.101	17.815
A2	Air yang didistribusikan ke pelanggan lancar setiap saat	3.266	5.913	3.251	19.312
A3	Karyawan PDAM Tirtanadi Cabang Sunggal yang selalu berpenampilan rapi	3.101	5.615	3.068	17.415
A4	PDAM Tirtanadi Cabang Sunggal memiliki ruang tunggu pelayanan yang nyaman	3.043	5.510	3.005	16.767
B1	Karyawan bersikap simpatik terhadap keluhan pelanggan	3.390	6.138	3.387	20.807
B2	Karyawan melakukan penyelesaian keluhan pelanggan secara tepat waktu	3.354	6.074	3.390	20.374
B3	System pencatatan rekening air sesuai dengan pemakaian pelanggan	3.314	6.000	3.311	19.885
C1	Penyampaian informasi dilakukan secara jelas kepada pelanggan	3.324	6.019	3.238	20.007
C2	Karyawan melakukan perbaikan dihari yang sama ketika terjadi gangguan di rumah pelanggan	3.299	5.973	3.210	19.703
C3	Karyawan tidak terlampau sibuk, sehingga sanggup menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat	3.251	5.886	3.048	19.133
D1					
D2	Pelanggan merasa aman ketika melakukan transaksi pembayaran rekening air di loket pembayaran	3.266	5.913	3.258	19.312
D3	Karyawan selalu bersikap ramah terhadap pelanggan	3.273	5.927	3.271	19.402
D4	Karyawan selalu dapat menangani setiap permasalahan	3.299	5.973	3.294	19.703

	pelanggan				
E1	Setiap keluhan pelanggan langsung ditangani dengan baik	3.241	5.868	3.192	19.014
E2	Jam operasional perusahaan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	3.230	5.849	3.180	18.895
E3	Karyawan secara responsif melakukan pengecekan ketika terjadi keluhan ketidaksesuaian pemakaian air pelanggan	3.182	5.762	3.203	18.337
Jumlah		55.228		54.663	325.10 3
Rata-rata		3.249		3.215	
CSI		0.649739			

Berdasarkan hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI), tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal sebesar **64,97%**, yang termasuk dalam kategori “**Cukup Puas**” sesuai dengan kriteria interval intensitas. Nilai ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa cukup puas terhadap layanan yang diberikan, meskipun masih terdapat peluang perbaikan agar kepuasan dapat meningkat ke kategori “Puas” atau bahkan “Sangat Puas”. Nilai rata-rata kepentingan (*Mean Importance Score/MIS*) sebesar **3,249** menunjukkan bahwa ekspektasi pelanggan terhadap layanan cukup tinggi, sedangkan nilai rata-rata kinerja (*Mean Satisfaction Score/MSS*) sebesar **3,215** menunjukkan bahwa secara umum pelayanan sudah berjalan baik, namun belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan.

4.1.4 Analisis *Importance and Performance Analysis* (IPA)

Importance and Performance Analysis (IPA) adalah suatu metode untuk menganalisis Tingkat kepuasan seseorang terhadap kinerja sebuah Perusahaan didasarkan pada hasil penelitian Tingkat kepentingan dan hasil penilaian kerja menggunakan diagram kartesius

Tabel 4.22 Hasil Perhitungan IPA Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal

Faktor	Item Pertanyaan	MIS	MSS	GAP
A1	Air PDAM Tirtanadi Cabang Sunggal bersih dan jernih	3.137	3.101	-0.035
A2	Air yang didistribusikan ke pelanggan lancar setiap saat	3.266	3.251	-0.015

A3	Karyawan PDAM Tirtanadi Cabang Sunggal yang selalu berpenampilan rapi	3.101	3.068	-0.033
A4	PDAM Tirtanadi Cabang Sunggal memiliki ruang tunggu pelayanan yang nyaman	3.043	3.005	-0.038
B1	Karyawan bersikap simpatik terhadap keluhan pelanggan	3.390	3.387	-0.003
B2	Karyawan melakukan penyelesaian keluhan pelanggan secara tepat waktu	3.354	3.390	0.035
B3	System pencatatan rekening air sesuai dengan pemakaian pelanggan	3.314	3.311	-0.003
C1	Penyampaian informasi dilakukan secara jelas kepada pelanggan	3.324	3.238	-0.086
C2	Karyawan melakukan perbaikan dihari yang sama ketika terjadi gangguan di rumah pelanggan	3.299	3.210	-0.089
C3	Karyawan tidak terlampau sibuk, sehingga sanggup menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat	3.251	3.048	-0.203
D1	Karyawan melakukan sapaan penyambutan kepada pelanggan	3.258	3.256	-0.003
D2	Pelanggan merasa aman ketika melakukan transaksi pembayaran rekening air di loket pembayaran	3.266	3.258	-0.008
D3	Karyawan selalu bersikap ramah terhadap pelanggan	3.273	3.271	-0.003
D4	Karyawan selalu dapat menangani setiap permasalahan pelanggan	3.299	3.294	-0.005
E1	Setiap keluhan pelanggan langsung ditangani dengan baik	3.241	3.192	-0.048
E2	Jam operasional perusahaan sesuai dengan kebutuhan pelanggan	3.230	3.180	-0.051
E3	Karyawan secara responsif melakukan pengecekan ketika terjadi keluhan ketidaksesuaian pemakaian air pelanggan	3.182	3.203	0.020
Jumlah		55.228	54.663	
Rata-rata		3.249	3.215	-0.033
CSI		0.650		

Sumber : Output SPSS Ver 26 (diolah)

Berdasarkan analisis *Importance Performance Analysis* (IPA) yang ditunjukkan dalam tabel, dapat diketahui bahwa seluruh atribut layanan memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang relatif tinggi dan konsisten. Dalam atribut A yaitu dimensi *tangible* (bentuk fisik) setiap item dalam atribut ini memiliki nilai gap yang negatif. Nilai gap ini menunjukkan bahwa kinerja belum memenuhi harapan atau ekspektasi pelanggan, hal ini dapat dilihat pada item A1 “Air bersih dan jernih”, A2 “Air yang didistribusikan lancar”, A3 “Karyawan selalu berpenampilan rapi”, dan A4 “Memiliki ruang tunggu pelayanan yang nyaman” yang memiliki nilai gap minus. Semakin negatif nilai gap maka semakin besar kesenjangan antara kinerja dan harapan

Atribut B dengan dimensi *reability* (keandalan) menunjukkan gap yang tidak terlalu besar hal ini menunjukkan bahwa ada kesenjangan antara kinerja dan harapan pelanggan. Dilihat pada item B1 “Karyawan bersikap simpatik terhadap keluhan pelanggan” dan item B3 yaitu „Sistem pencatatan air sesuai dengan pemakaian pelanggan” keduanya memiliki nilai gap negatif yang menunjukkan belum terpenuhinya harapan pelanggan. Sedangkan pada item seperti B2 (*penyelesaian keluhan secara tepat waktu*) memiliki nilai gap positif yaitu 0,035, hal ini menunjukkan bahwa persepsi pelanggan terhadap kinerja sudah sedikit melampaui harapan.

Namun, terdapat beberapa atribut yang memiliki kesenjangan antara kinerja dan harapan yang cukup mencolok, terutama pada dimensi *responsiveness* (ketanggapan), seperti pada item C3 yaitu “Karyawan tidak terlampaui sibuk, sehingga sanggup menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat” yang memiliki perbedaan nilai cukup besar antara harapan dan kenyataan. Atribut lainnya yang juga menunjukkan adanya ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan mencakup item C2 dan C1, yang masing-masing terkait dengan kecepatan perbaikan gangguan dan kejelasan informasi.

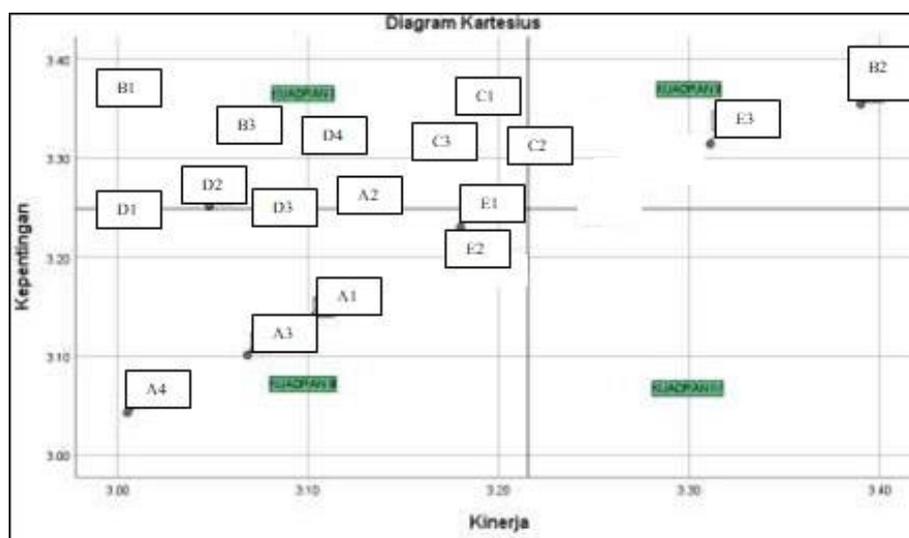
Dalam atribut D yaitu pada dimensi *assurance* (jaminan) setiap item juga masih memiliki nilai gap yang negatif namun nilainya tidak terlalu besar. Hal ini berarti ada kesenjangan yang masih perlu di perbaiki terkait keramahan karyawan dan rasa aman pelanggan ketika melakukan transaksi pembayaran.

Atribut E yaitu *emphaty* (empati) juga memiliki gap yang tidak terlalu besar. Perbedaan yang tidak terlalu besar dalam analisis IPA menunjukkan bahwa kinerja yang ada sudah cukup memuaskan, namun masih ada potensi untuk peningkatan.

Item seperti E3 (*responsif terhadap keluhan pemakaian air*) menunjukkan adanya kinerja yang sudah sedikit melebihi harapan pelanggan

Dengan demikian, manajemen Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal dapat menjadikan hasil analisis ini sebagai dasar untuk menyusun prioritas perbaikan layanan, dengan fokus utama pada atribut-atribut dengan tingkat kepentingan tinggi namun pencapaian kinerjanya masih relatif rendah. Dengan perbaikan yang berfokus pada dimensi responsivitas, kejelasan komunikasi, dan kenyamanan pelayanan, diharapkan tingkat kepuasan pelanggan dapat meningkat secara signifikan dalam waktu mendatang.

Gambar 4.1 Diagram Kartesius IPA



Sumber : Output SPSS Ver 26 (diolah)

4.2 Pembahasan

4.2.1 Customer Satisfaction Index (CSI)

Customer Satisfaction Index (CSI) atau Indeks Kepuasan Pelanggan adalah metrik yang digunakan untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk, layanan atau pengalaman yang diberikan suatu perusahaan. CSI membantu perusahaan memahami seberapa baik mereka memenuhi kebutuhan pelanggan dan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan.

Dengan CSI maka perusahaan dapat mengetahui seberapa baik perusahaan memenuhi harapan pelanggan. Menemukan aspek-aspek produk atau layanan

yang perlu ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Meningkatkan loyalitas pelanggan dan meningkatkan profitabilitas apabila pelanggan memiliki kepuasan yang tinggi dan memberi rekomendasi positif kepada orang lain.

Berdasarkan hasil perhitungan *Customer Satisfaction Index* (CSI) pada penelitian ini, tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal sebesar 64,97%, yang termasuk dalam kategori “Cukup Puas” sesuai dengan kriteria interval intensitas. Nilai ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa cukup puas terhadap layanan yang diberikan, meskipun masih terdapat peluang perbaikan agar kepuasan dapat meningkat ke kategori “Puas” atau bahkan “Sangat Puas”.

Mean Importance Score (MIS) atau Rata-Rata Skor Kepentingan adalah rata-rata dari tingkat kepentingan yang diberikan oleh responden atau pelanggan terhadap suatu atribut atau faktor dalam sebuah survey atau penelitian. Dalam konteks pengukuran kepuasan pelanggan MIS digunakan untuk mengetahui seberapa penting suatu aspek produk atau layanan bagi pelanggan.

Mean Satisfaction Score (MSS) adalah nilai rata-rata kepuasan pelanggan terhadap suatu produk, layanan atau pengalaman tertentu. Hal ini adalah metrik yang digunakan untuk mengukur seberapa puas pelanggan secara keseluruhan dengan suatu penawaran. MSS memberikan gambaran tentang tingkat kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Nilai yang tinggi menunjukkan bahwa pelanggan cenderung puas, sementara nilai yang rendah menunjukkan adanya masalah yang perlu ditangani.

Dalam hasil penelitian ini nilai rata-rata kepentingan (*Mean Importance Score*/MIS) sebesar 3,249 menunjukkan bahwa ekspektasi pelanggan terhadap layanan cukup tinggi, sedangkan nilai rata-rata kinerja (*Mean Satisfaction Score*/MSS) sebesar 3,215 menunjukkan bahwa secara umum pelayanan sudah

berjalan baik, namun belum sepenuhnya memenuhi harapan pelanggan.

4.2.2 Kuadran I

Indikator yang termasuk dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang tinggi. Artinya, indikator ini memberikan kontribusi besar terhadap kepuasan pelanggan dan harus tetap dijaga kualitasnya. Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan pelanggan tercapai ketika kinerja produk atau layanan memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Oleh karena itu, mempertahankan kualitas pada indikator-indikator ini sangat penting untuk memastikan kepuasan pelanggan tetap tinggi.

Atribut seperti A2 (Air yang didistribusikan ke pelanggan lancar setiap saat), B1 (Karyawan bersikap simpatik terhadap keluhan pelanggan), B3 (Sistem pencatatan rekening air sesuai dengan pemakaian pelanggan), C1 (Penyampaian informasi dilakukan secara jelas kepada pelanggan), C2 (Karyawan melakukan perbaikan dihari yang sama ketika terjadi gangguan di rumah pelanggan), C3 (Karyawan tidak terlampau sibuk, sehingga sanggup menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat), D1 (Karyawan melakukan sapaan penyambutan kepada pelanggan), D2 (Pelanggan merasa aman ketika melakukan transaksi pembayaran rekening air di loket pembayaran), D3 (Karyawan selalu bersikap ramah terhadap pelanggan), dan D4 (Karyawan selalu dapat menangani setiap permasalahan pelanggan). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan sangat menginginkan respons yang cepat dan efisiensi karyawan dalam menangani masalah, namun kinerja perusahaan pada atribut ini belum tercapai dengan baik.

Perusahaan harus memberikan prioritas utama perbaikan pada atribut yang masuk kedalam kuadran ini. Strategi yang dapat dilakukan adalah mengoptimisasi jaringan distribusi dan perawatan jaringan perpipaan secara berkala agar kapasitas

air cukup memenuhi kebutuhan pelanggan. Perawatan perpipaan ini dilakukan untuk mengidentifikasi adanya kemungkinan pipa yang bocor dan mengakibatkan air terbuang sia sia. Dengan adanya kerusakan pipa ini dapat berdampak ke kapasitas air yang mengalir ke rumah pelanggan.

Membekali karyawan dengan keahlian dan peralatan yang lengkap sehingga perbaikan dapat dengan cepat diselesaikan. Peralatan yang lengkap serta keahlian karyawan yang mumpuni dapat mempercepat perbaikan yang akan dikerjakan .Apabila perbaikan dapat dengan cepat diselesaikan maka untuk setiap keluhan pelanggan yang memerlukan perbaikan segera juga dapat ditangani dengan baik, hal inilah yang diperlukan dan diharapkan pelanggan.

Menggunakan sistem manajemen keluhan untuk melacak dan memprioritaskan keluhan pelanggan sehingga keluhan pelanggan dapat dikelompokkan dengan baik dan diselesaikan sesuai dengan skala prioritas yang ada. Dengan melakukan perbaikan ke atribut-atribut yang termasuk maka kinerja perusahaan dapat memenuhi harapan pelanggan. Terpenuhinya harapan pelanggan ini dapat memberikan dampak positif terhadap kepuasan pelanggan terhadap perusahaan dan harus tetap dijaga kualitasnya.

Memberikan pelatihan khusus kepada karyawan tentang cara berkomunikasi yang efektif, mendengarkan keluhan pelanggan serta memberikan solusi yang tepat. Mengembangkan SOP yang jelas serta memastikan karyawan memahami produk atau layanan yang ditawarkan secara mendalam untuk memberikan informasi yang akurat. Memberikan pelatihan tentang etika dalam memberikan pelayanan untuk memastikan karyawan bersikap profesional dan ramah. Pelatihan ini dilakukan dengan tujuan untuk mengembangkan kemampuan setiap karyawan untuk lebih profesional dalam memberikan pelayanan ke pelanggan. Tercapainya tujuan ini diharapkan dapat menambah kepuasan pelanggan terhadap layanan

yang diberikan perusahaan.

Hal ini sejalan dengan penelitian Hidayat (2023) dimana atribut pada dimensi *responsiveness* yaitu karyawan (staf/manajemen) menangani keluhan pelanggan dengan segera dan ketangganpan karyawan (staf/manajemen) dalam memberikan pelayanan terhadap permintaan pelanggan berada pada kuadran I. Hal ini menunjukkan perlu dilakukannya perbaikan kualitas pelayanan pada PDAM Tirta Tuah Benua

4.2.3 Kuadran II

Indikator pada kuadran ini menunjukkan bahwa atribut ini telah berhasil dilaksanakan oleh perusahaan, sehingga wajib untuk di pertahankan. Atribut pada kuadran ini dianggap sangat penting dan memuaskan. Atribut seperti B2 (Karyawan melakukan penyelesaian keluhan pelanggan secara tepat waktu) dan E3 (Karyawan secara responsif melakukan pengecekan ketika terjadi keluhan ketidaksesuaian pemakaian air pelanggan) dalam dua atribut ini perusahaan sudah memiliki kinerja yang baik untuk melampaui harapan pelanggan.

Strategi yang dapat dilakukan untuk mempertahankan dan meningkatkan atribut pada kuadran ini adalah memberikan pelatihan khusus kepada karyawan tentang cara berkomunikasi yang efektif, mendengarkan keluhan pelanggan serta memberikan solusi yang tepat. Dengan adanya pelatihan kepada karyawan maka kemampuan karyawan untuk dapat menyelesaikan keluhan pelanggan dapat semakin baik lagi. Solusi yang akan diberikan ke pelanggan juga tepat dengan sasaran sehingga pelanggan dapat merasa lebih puas dengan adanya pelayanan yang optimal dari seluruh karyawan perusahaan.

Menyediakan berbagai saluran komunikasi yang mudah diakses pelanggan, seperti telepon, email, aplikasi pesan instan, atau sistem pengaduan online serta mempertimbangkan penggunaan sistem pemantauan jarak jauh untuk mendeteksi

potensi masalah pada meter air atau jaringan distribusi air. Dengan adanya saluran komunikasi yang mudah untuk diakses pelanggan maka pelanggan juga dapat semakin cepat untuk melaporkan apabila terjadi keluhan mengenai ketidaksesuaian pemakaian air. Pelanggan tidak perlu langsung datang ke kantor untuk melakukan pengaduan. Hal ini dapat mempercepat tindakan penanganan dari pihak perusahaan untuk mengatasi keluhan pelanggan. Pengembangan sistem pemantauan jarak jauh pada meteran air juga perlu di pertimbangkan untuk dapat memantau apabila terjadi kerusakan pada meteran air pelanggan.

Dalam penelitian Nugroho (2015) juga dapat dilihat bawah atribut dalam dimensi *assurance*, *emphaty* dan *tangible* berada pada kuadran II, yaitu keramahan dan kesopanan petugas penerima pengaduan dalam memberikan pelayanan, kejujuran karyawan dalam proses pembayaran sambungan baru, keterampilan karyawan dalam menangani proses pembayaran rekening, sikap petugas di loket pembayaran, kenyamanan ruang tunggu kantor pelayanan serta fasilitas tempat parkir di kantor pelayanan. Atribut yang berada pada kuadran ini menunjukkan bahwa PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor telah berhasil dilaksanakan. Atribut ini dianggap penting dan memuaskan.

4.2.4 Kuadran III

Indikator dalam kuadran ini memiliki tingkat kepentingan dan kinerja yang rendah. Oleh karena itu, peningkatannya bukan menjadi fokus utama dalam upaya perbaikan. Lupiyoadi (2015) menyatakan bahwa kualitas produk dan pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun, jika suatu aspek tidak dianggap penting oleh pelanggan dan kinerjanya juga rendah, maka prioritas untuk peningkatannya dapat dipertimbangkan rendah.

Atribut seperti A1 (Air PDAM Tirtanadi Cabang Sunggal bersih dan jernih),

A3 (Karyawan PDAM Tirtanadi Cabang Sunggal yang selalu berpenampilan rapi), A4 (PDAM Tirtanadi Cabang Sunggal memiliki ruang tunggu pelayanan yang nyaman), E1 (Setiap keluhan pelanggan langsung ditangani dengan baik), E2 (Jam operasional perusahaan sesuai dengan kebutuhan pelanggan), menunjukkan kinerja dan kepentingan yang rendah. Oleh karena itu, peningkatannya bukan menjadi fokus utama dalam upaya perbaikan. Atribut-atribut ini dapat dipertimbangkan untuk dikurangi atau dialihkan sumber daya ke area yang lebih prioritas.

Strategi yang dapat dilakukan perusahaan untuk mengoptimalkan atribut yang termasuk kedalam kuadran ini adalah. Melakukan pemeriksaan rutin pada pipa distribusi untuk mendeteksi kebocoran pipa. Kebocoran pipa yang terjadi apabila tidak dilakukan pemeriksaan rutin dan ditangani dengan baik maka dapat mengurangi debit air yang mengalir ke rumah pelanggan yang mengakibatkan air kecil. Selain air kecil kebocoran pipa ini juga dapat mengakibatkan air keruh. Membersihkan pipa secara berkala dapat dilakukan untuk menghilangkan endapan dan kotoran yang dapat menyebabkan air keruh.

Melakukan analisis kebutuhan pelanggan untuk mengidentifikasi pola kunjungan pelanggan agar keluhan pelanggan dapat agar dapat dilayani dan ditanggapi dengan baik serta mempertimbangkan fleksibilitas layanan ke pelanggan. Dengan melakukan analisis kebutuhan pelanggan juga dapat membantu untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan sehingga dapat memberikan pengalaman positif bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat kepada pelanggan.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Fatimah (2021) bahwa hasil yang diperoleh adalah kinerja pelayanan secara umum cukup baik, hal ini berdasarkan dari 19 atribut, 8 diantaranya terletak pada kuadran II yang perlu dipertahankan

pihak PDAM, 2 atribut ada di kuadran 4, kuadran ini kurang penting bagi konsumen tapi pelayanannya sangat memuaskan. 4 atribut terletak pada kuadran I, menjadi prioritas perbaikan dan 5 atribut pada kuadran III, Prioritas rendah bagi konsumen.

4.2.5 Kuadran IV

Kuadran ini menunjukkan indikator yang kurang penting namun memiliki kinerja memuaskan. Menurut Kotler (2014), kepuasan pelanggan terbentuk dari perbandingan antara kinerja yang dirasakan dan harapan pelanggan. Jika suatu aspek penting namun kinerjanya rendah, perusahaan harus segera memperbaikinya agar dapat memenuhi harapan pelanggan dan meningkatkan kepuasan secara keseluruhan.

Namun, dalam hasil analisis ini, tidak terdapat indikator yang masuk ke dalam kuadran IV. Hal ini berarti bahwa tidak ada atribut yang dianggap kurang penting oleh pelanggan namun memiliki kinerja yang memuaskan. Kondisi ini menunjukkan bahwa seluruh aspek penting sudah memiliki kinerja yang cukup baik dan tidak ada area yang perlu mendapat perhatian khusus secara mendesak.

Jika terdapat atribut yang berada pada kuadran ini maka perusahaan sebaiknya mengurangi upaya atau investasi pada faktor-faktor ini. Tujuannya adalah untuk menghindari pemborosan sumber daya, misalnya biaya, waktu dan tenaga kerja pada hal-hal yang tidak terlalu diharagi oleh pelanggan. Perusahaan tetap perlu melakukan analisis lebih lanjut. Untuk menemukan alasan lain mengapa atribut dalam kuadran ini memiliki kinerja yang tinggi atau mungkin ada potensi perbaikan tersembunyi yang dapat dimanfaatkan.

Meskipun demikian, perusahaan tetap harus melakukan pemantauan secara

berkala untuk memastikan bahwa tidak ada atribut penting yang kinerjanya menurun, serta menjaga agar seluruh layanan tetap optimal agar kepuasan pelanggan terus terjaga.

Tabel 4.23 Pembahasan Atribut Tiap Kuadran

No	Dimensi	Atribut	Hasil Analisis IPA	Kuadran	Strategi
1	Tangible	A2	-0.015	I	1. Mengoptimaisasi jaringan distribusi dan perawatan jaringan perpipaan secara berkala agar kapasitas air cukup memenuhi kebutuhan pelanggan 2. Membekali karyawan dengan keahlian dan peralatan yang lengkap sehingga perbaikan dapat dengan cepat diselesaikan 3. Menggunakan sistem manajemen keluhan untuk melacak dan memprioritaskan keluhan pelanggan 4. Mengembangkan SOP yang jelas serta memastikan karyawan memahami produk atau layanan yang ditawarkan secara mendalam untuk memberikan informasi yang akurat 5. Memberikan pelatihan tentang etika dalam memberikan pelayanan untuk memastikan karyawan bersikap profesional dan ramah
2	Reliability	B1	-0.003		
3	Reliability	B3	-0.003		
4	Responsiveness	C1	-0.086		
5	Responsiveness	C2	-0.089		
6	Responsiveness	C3	-0.203		
7	Assurance	D1	-0.003		
8	Assurance	D2	-0.008		
9	Assurance	D3	-0.003		
10	Assurance	D4	-0.005		
11	Reliability	B2	0.035	II	1. Memberikan pelatihan khusus kepada karyawan tentang cara berkomunikasi yang efektif, mendengarkan keluhan pelanggan serta memberikan solusi yang tepat 2. Menyediakan berbagai
12	Emphaty	E3	0.020		

					saluran komunikasi yang mudah diakses pelanggan, seperti telepon, email, aplikasi pesan instan, atau sistem pengaduan online serta mempertimbangkan penggunaan sistem pemantauan jarak jauh untuk mendeteksi potensi masalah pada meter air atau jaringan distribusi air
13	Tangible	A1	-0.035	III	<p>1. Melakukan pemeriksaann rutin pada pipa distribusi untuk mendeteksi kebocoran pipa</p> <p>2. Membersihkan pipa secara berkala untuk menghilangkan endapan dan kotoran yang dapat menyebabkan air keruh</p> <p>3.Melakukan analisis kebutuhan pelanggan untuk mengidentifikasi pola kunjungan pelanggan agar dapat mempertimbangkan fleksibilitas layanan ke pelanggan</p>
14	Tangible	A3	-0.033		
15	Tangible	A4	-0.038		
16	Emphaty	E1	-0.048		
17	Emphaty	E2	-0.051		

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

1. Secara umum pelanggan merasa cukup puas terhadap layanan yang diberikan oleh Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal . Sebagian besar atribut pelayanan perusahaan masih memiliki nilai gap yang minus dimana atribut ini berada pada posisi yang mencerminkan kinerja yang belum sesuai namun sudah mendekati harapan pelanggan. Terutama, atribut yang berhubungan dengan responsivitas, keramahan serta kejelasan penyampaian informasi karyawan menunjukkan kinerja yang baik dan sangat dihargai oleh pelanggan. Kondisi ini mencerminkan bahwa perusahaan telah berhasil membangun fondasi pelayanan yang cukup solid dan mampu menjawab sebagian besar kebutuhan pelanggan dengan baik. Atribut seperti kecepatan masih menjadi prioritas utama perbaikan bagi perusahaan karena atribut ini memiliki kinerja yang masih jauh dari harapan pelanggan.
2. Strategi peningkatan pelayanan kedepan dapat difokuskan pada dua hal utama. Pertama, mempertahankan dan terus meningkatkan kualitas pada atribut-atribut penting yang telah menunjukkan kinerja tinggi, agar kepuasan pelanggan tetap stabil bahkan dapat meningkat. Kedua, mengevaluasi penggunaan sumber daya pada atribut-atribut yang dinilai kurang penting oleh pelanggan, namun saat ini menunjukkan kinerja tinggi. Pendekatan ini dapat membantu perusahaan untuk mengalokasikan sumber daya secara lebih efisien dan menyesuaikan prioritas perbaikan berdasarkan kebutuhan pelanggan yang sebenarnya. Dengan begitu, Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal dapat menjaga kepuasan pelanggan sekaligus meningkatkan efektivitas operasionalnya.

5.2. Saran

1. Memperbaiki kualitas pelayanan pada Kuadran I yang berhubungan dengan kecepatan perbaikan dan pelayanan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan menggunakan sistem manajemen keluhan pelanggan. Keluhan dari pelanggan yang datang di kelompokkan dan dibagi berdasarkan skala jenis dan skala prioritas yang ada dengan begitu keluhan pelanggan dapat diselesaikan dengan baik. Karyawan yang melakukan penyelesaian keluhan pelanggan dan memerlukan perbaikan langsung ke lapangan harus dibekali dengan keahlian yang sesuai dan peralatan yang lengkap sehingga proses perbaikan dapat berjalan dengan lebih baik dan efisien sesuai dengan yang diharapkan pelanggan. Mempertahankan kualitas pelayanan pada Kuadran II yang berhubungan dengan keandalan dan empati merupakan aspek yang sangat dihargai oleh pelanggan dan menjadi komponen utama dalam membentuk kepuasan. Memberikan pelatihan khusus kepada karyawan tentang etika, cara berkomunikasi yang efektif, mendengarkan keluhan pelanggan serta memberikan solusi yang tepat namun tetap bersikap profesional dan ramah. Mengembangkan SOP yang jelas serta memastikan karyawan memahami produk atau layanan yang ditawarkan secara mendalam untuk memberikan informasi yang akurat.
2. Mempertimbangkan atribut Kuadran III dengan melakukan evaluasi efektivitas penggunaan sumber daya. Hal ini bertujuan untuk memastikan bahwa alokasi sumber daya perusahaan sudah sesuai dengan prioritas kebutuhan pelanggan. Melakukan analisis kebutuhan pelanggan juga dapat membantu untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan sehingga dapat memberikan pengalaman positif bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat kepada pelanggan. Perumda Tirtanadi Cabang Sunggal disarankan untuk terus melakukan evaluasi rutin terhadap perubahan ekspektasi dan kepuasan pelanggan. Perusahaan harus segera merespons apabila terjadi penurunan kinerja pada hal-hal atau atribut yang tergolong penting sehingga penanganan dapat dilakukan secara tepat waktu dan tepat sasaran. Hal ini untuk menjaga ekspektasi pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan sehingga apabila ekspektasi telah terpenuhi maka kepuasan pelanggan terhadap perusahaan juga akan semakin meningkat.

DAFTAR PUSTAKA

- Farhan, Rahmatul. 2024. *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Pengembangan Sistem Penyediaan Air Minum (Studi Kasus: SPAM Sukabumi)*. Jurnal Artesis Volume 4 Nomor 1.
- Fatimah dan Muhammad Zakaria. 2021. *Analisis Tingkat Kinerja PDAM Tirta Mon Pase Dalam Melayani Keluhan Pelanggan Berdasarkan Metode Importance Performance Analysis*. Jurnal Jieom, Vol. 04 No. 01
- Halief, Kartini dan Haryono Putro. 2017. *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Rumah Tangga Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Kahuripan Cabang Pelayanan VI Ciomas*. Jurnal Desain Konstruksi Volume 16 Nomor 1.
- Hardiyansyah, 2018. *Kualitas Pelayanan Publik, Disertai Dengan Konsep, Dimensi, Indikator, Dan Implementasi*. Yogyakarta: Gava Media.
- Hidayat, Dirga Febrian, La Ode Ahmad Safar Tosungkur dan Lina Dianati Fathimahhayati. 2023. *Analisis Kualitas Pelayanan Menggunakan Metode Serual dan Importance Performance Analysis (IPA) (Studi Kasus; PDAM Tirta Tuah Benua Kutai Timur*. Jurnal Teknik Industri, Vol. 9, No. 1
- Hijra, Andi. 2024. *Analisis Kepuasan Pelanggan PDAM Kota Makassar Menggunakan Metode CSI dan IPA*. Jurnal Aplikasi dan Pengembangan Sistem Industri Volume 2 Nomor 2.
- Jannah, Raudatul. 2024. *Analisis Kualitas Layanan Daerah Air Minum terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada PDAM Bersujud Kabupaten Tanah Bumbu Kalimantan Selatan)*. Ebisnis Manajemen Volume 2 Nomor 4.
- Juliandi, A., Irfan I, dan Manurung S. 2020. *Metodelogi Penelitian Bisnis Konsep dan Aplikasi*. Medan: UMSU Press.
- Kusmayadi, D. 2015. *Good Corporate Governance*. Tasikmalaya: LPPM Universitas Siliwangi
- Kusyana, Dewa Nyoman Beni., & Komang Ary Pratiwi. 2019. *Skala Pengukuran Kualitas Pelayanan: Sebuah Kajian Literatur*. Jurnal Widya Manajemen Vol. 1, No,2
- Kotler, Philip. 2014. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan pengendalian*, Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Kevin Lane Keller. 2016. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta; Erlangga
- Lupiyoadi. 2015. *Manajemen Pemasara Jasa*. Edisi 2. Jakarta : Salemba Empat

- Moenir. 2013. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasution, N.M. 2016. *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Nugroho, Ari Agung. 2015. *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Pakuan Bogor*. Holistic Journal of Management Research, Vol. 3 No. 2
- Pangaribuan, Elida Olivia., Satria Tirtayasa., & Hery Syahrial. 2022. *Analysis Of Consumer Satisfaction Level Of PT. Prima Indonesia Logistics*. Journal of Economics, Volume 11, No. 02
- Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 2005 Tentang Pengembangan Sistem Penyediaan Air Minum (SPAM).
- Rahayu., Amy Y.S., Vishnu Juwono., Krisna Puji Rahmayanti. 2020. *Pelayanan Publik Dan E-Government Sebuah Teori Dan Konsep*. Rajagrafindo Persada
- Ratminto dan Winarsih. 2013. *Manajemen Pelayanan (Pengembangan Model Konseptual, Penerapan Citizen's Charter dan Standar Pelayanan Minimal)*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Raudatul, Hikmah, dkk. 2024. *Perspektif Kepuasan Pelanggan PT. Arrai Ghirah Medika : Peran Fundamental Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan dalam Mewujudkannya*. Jurnal Ekonomi USI, Vol. 6 No. 1
- Rohman, Ahmad Ainur. 2015. *Reformasi Pelayanan Publik*. Malang: Averroes Press.
- Shaputra, Ryian. 2020. *Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Rumah Tangga terhadap Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) di Wilayah Prumnas Nendagung Kota Pagar Alam*. Jurnal Ilmiah Bering"s Volume 7 Nomor 2.
- Sinambela, Lijan Poltak. 2016. *Reformasi Pelayanan Publik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sugiyono. 2022. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiotono, Fandy dan Anastasia Diana. 2014. *Total Quality Management*, Yogyakarta: Andi.
- Tjiptono, Fandy. 2015. *Service Management, Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Andi.

Undang-Undang No. 25 Tahun 2009 Tentang Pelayanan Publik.

Yum, K., & Yoo, B.2023. *The Impact of Service Quality on Customer Loyalty through Customer Satisfaction in Mobile Social Media*. Sustainability.

LAMPIRAN

1. Uji Validitas

Correlations

		A1	A2	A3	A4	Tangible
A1	Pearson Correlation	1	.939**	.921**	.913**	.975**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
A2	Pearson Correlation	.939**	1	.909**	.879**	.961**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
A3	Pearson Correlation	.921**	.909**	1	.942**	.973**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
A4	Pearson Correlation	.913**	.879**	.942**	1	.965**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Tangible	Pearson Correlation	.975**	.961**	.973**	.965**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		B1	B2	B3	Reliability
B1	Pearson Correlation	1	.906**	.952**	.986**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
B2	Pearson Correlation	.906**	1	.846**	.948**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
B3	Pearson Correlation	.952**	.846**	1	.966**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
Reliability	Pearson Correlation	.986**	.948**	.966**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		C1	C2	C3	Responsiveness
C1	Pearson Correlation	1	.938**	.765**	.971**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
C2	Pearson Correlation	.938**	1	.726**	.958**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30

C3	Pearson Correlation	.765**	.726**	1	.873**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
Responsiveness	Pearson Correlation	.971**	.958**	.873**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		D1	D2	D3	D4	Assurance
D1	Pearson Correlation	1	.862**	.863**	.889**	.944**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
D2	Pearson Correlation	.862**	1	.906**	.902**	.957**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
D3	Pearson Correlation	.863**	.906**	1	.917**	.962**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
D4	Pearson Correlation	.889**	.902**	.917**	1	.968**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Assurance	Pearson Correlation	.944**	.957**	.962**	.968**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		E1	E2	E3	Emphaty
E1	Pearson Correlation	1	.952**	.942**	.979**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
E2	Pearson Correlation	.952**	1	.977**	.990**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
E3	Pearson Correlation	.942**	.977**	1	.987**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
Emphaty	Pearson Correlation	.979**	.990**	.987**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

2. Uji Reabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.976	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.965	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.926	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.970	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.984	3

3. Analisis Deskriptif Responden

		Frequency	Percent
Valid	Laki-laki	172	43.5
	Perempuan	223	56.5
	Total	395	100.0

		Frequenc y	Percent
Valid	24-30	98	24.81
	31-40	192	48.61
	41-50	105	26.58
	Total	395	100.0

		Frequency	Percent
Valid	1 – 5 tahun	77	19.5
	6 – 10 tahun	143	36.2
	Lebih dari 10 tahun	175	44.3
	Total	395	100.0

4. Diagram Kartesius

