

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA PDAM TIRTANADI  
CABANG TUASAN MEDAN**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan  
Memenuhi Syarat-syarat Guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh

**DEWI JULIANI  
1505161231P**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2017**

## **ABSTRAK**

**DEWI JULIANI, NPM 1505161231P, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM TIRTANADI CABANG TUASAN MEDAN. Skripsi.2017**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM TIRTANADI CABANG TUASAN MEDAN. Populasi dalam penelitian adalah seluruh pelanggan PDAM TIRTANADI Cabang Tuasan Medan. Sampel yang diambil berjumlah 100 Responden. Teknik Pengumpulan data adalah wawancara, studi dokumentasi dan Questioner (Angket). Data menggunakan Uji Asumsi Klasik, Regresi Linear berganda, Uji t (Uji Parsial), Uji f (uji simultan), dan Koefisien Determinasi dengan bantuan software IBM statistic SPSS 18. Berdasarkan hasil pengujian secara individual pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan dapat disimpulkan bahwa bentuk fisik tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil pengujian secara individual pengaruh kehandalan terhadap kepuasan pelanggan dapat disimpulkan kehandalan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil pengujian secara individual pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan dapat disimpulkan daya tanggap tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil pengujian secara individual pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan dapat disimpulkan jaminan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil pengujian secara individual pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan dapat disimpulkan empati berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil uji simultan dapat disimpulkan secara simultan bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM TIRTANADI CABANG TUASAN MEDAN.

***Kata Kunci : Bukti fisik, Kehandalan, Daya tanggap, Jaminan, Dan Empati dan Kepuasan Pelanggan***

## KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr.Wb,

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan dan menyusun skripsi ini. Skripsi ini berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PDDAM TIRTANADI CABANG TUASAN MEDAN”**. Yang diajukan untuk melengkapi tugas dan syarat dalam menyelesaikan pendidikan pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Shalawat dan salam kepada Rasulullah SAW yang membawa ajaran kebenaran kepada semua umat manusia.

Di dalam penulisan skripsi ini penulis sadar akan keterbatasan dan kemampuan yang ada, penulis banyak mendapat bantuan dan masukan yang sangat berharga dari berbagai pihak sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulis menyadari tanpa bantuan yang diberikan pihak yang terkait maka skripsi ini tidak dapat diselesaikan dengan baik. Untuk itu ijinkan pada kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Ayahanda Abd.Malik Sitorus Pane dan Ibunda Saodah Ani Harahap tercinta dan seluruh keluarga yang telah banyak memberikan dukungan baik moril,materil maupun spritual kepada penulis serta kasih sayang yang tiada hentinya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan baik.

2. Bapak Dr Agussani,MAP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Bapak Zulaspan Tupti,SE, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Januri, SE, M.Si Selaku wakil dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Ade Gunawan, SE, M.Si Selaku wakil dekan III Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara
6. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, SE,M.Si selaku ketua prodi Manajemen.
7. Ibu Dra.Hj.Roswita Hafni,M.Si Sebagai dosen pembimbing dalam penulisan skripsi yang telah banyak meluangkan waktunya untuk membimbing, mengarahkan dan membina sehingga terwujudnya penulisan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu dosen beserta Pegawai tata usaha biro Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
9. Kakak dan Abang saya Dumaliani,Dewi Irma,Deni Faisal,Dedi Fauzi,Dewita Hariyani, Terimakasih telah memberikan semangat serta doa'nya kepada penulis
10. Sahabat-sahabat dan Khususnya Keponakan saya Nuansa Kumintha Yang telah memberikan semangat dan motivasi selama penyusunan skripsi ini.

Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi kita semua dan apabila dalam penulisan ini terdapat kata-kata yang kurang berkenan penulis mengharapkan maaf yang sebesar-besarnya, semnoga Allah SWT selalu

memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua serta keselamatan dunia dan Akhirat.Aamiin.

Medan, 14 Agustus 2017

Penulis,

Dewi Juliani

1505161231P

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>v</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	8
C. Batasan dan Rumusan Masalah.....	9
D. Tujuan dan manfaat Penelitian.....	9
<b>BAB II LANDASAN TEORITIS .....</b>	<b>11</b>
A. Uraian Teoritis .....	11
1. Kepuasan Pelanggan .....	11
a. Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	11
b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan	12
c. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	13
d. Prinsip-Prinsip Dasar Kepuasan Pelanggan .....	16
2. Kualitas Pelayanan .....	17
a. Pengertian Pelayanan dan Kualitas Pelayanan .....	15
b. Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan .....	19
c. Indikator Kualitas Pelayanan.....	21
B. Penelitian Sebelumnya .....	23

C. Kerangka Konseptual .....	24
D. Hipotesis.....	25
<b>BAB III METODELOGI PENELITIAN.....</b>	<b>26</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	26
B. Definisi Operasional .....	26
C. Tempat Dan Lokasi Penelitian.....	33
D. Populasi Dan Sampel .....	34
1. Populasi.....	34
2. Sampel.....	34
E. Teknik Pengumpulan Data.....	35
F. Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....	32
1. Uji Validitas .....	32
2. Uji Reabilitas.....	34
G. Teknik Analisis Data.....	36
1. Uji Asumsi Klasik.....	36
2. Uji Regresi Linier Berganda .....	38
3. Uji Hipotesis .....	39
a. Uji Korelasi Parsial (Uji t) .....	39
b. Uji Korelasi Simultan (Uji F).....	46
c. Analisis Koefisien Determinasi .....	48
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>50</b>
A. Hasil Penelitian .....	50

a. Identitas Responden .....	51
b. Uji Validitas dan Reabilitas .....	53
c. Tanggapan responden terhadap Kualitas Pelayanan PDAM Cabang Tuasan Medan .....	61
d. Analisis Data .....	89
a) Uji Asumsi Klasik	
1. Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas).....	90
2. Uji Multikolonieritas .....	91
3. Uji Heteroskedesitas.....	92
b) Uji Regresi Linier Berganda .....	93
c) Uji Hipotesis .....	96
(a) Uji t .....	96
(b) Uji Korelasi Simultas (Uji F).....	103
(c) Analisis Koefisien Determinasi .....	105
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>106</b>
A. Kesimpulan .....	106
B. Saran.....	107

## **DAFTAR PUSTAKA**

## **LAMPIRAN**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan Pdam Tirtanadi Cabag Tuasan.....	6
Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya.....	23
Tabel 3.1 Jadwal Kegiatan Penelitian.....	29
Tabel 4.1 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2 Klasifikasi responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	52
Tabel 4.4 Uji Validitas untuk X1 (Bukti Fisik).....	53
Tabel 4.5 Uji Validitas untuk Variabel X2 (Keandalan).....	54
Tabel 4.6 Uji Validitas untuk Variabel X3 (Daya Tanggap).....	55
Tabel 4.7 Uji Validitas untuk Variabel X4 (Jaminan).....	56
Tabel 4.8 Uji Validitas untuk Variabel X5 (Empati).....	56
Tabel 4.9 Uji Validitas untuk Variabel Y (Kepuasan Pelanggan).....	57
Tabel 4.10 Uji Reabilitas untuk Variabel X1 (Bukti Fisik).....	58
Tabel 4.11 Uji Reabilitas untuk Variabel X2 (Keandalan).....	59
Tabel 4.12 Uji Reabilitas untuk Variabel X3 (Daya Tanggap).....	59
Tabel 4.13 Uji Reabilitas untuk Variabel X4 (Jaminan).....	59
Tabel 4.14 Uji Reabilitas untuk Variabel X5 (Empati).....	60

Tabel 4.15 Uji Reabilitas untuk Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)..	60
Tabel 4.16 Keluhan yang diberikan kepada Perusahaan direspon dengan Cepat .....	61
Tabel 4.17 Sistem Penyampaian Masalah.....	62
Tabel 4.18 Sistem <i>Gohst Shopping</i> / Penyamaran Konsumen.....	63
Tabel 4.19 Pegawai Harus Lebih Sering dilakukan agar Kepuasan Pelanggan Meningkat .....	63
Tabel 4.20 PDAM Menghubungi dan Mempromosikan Pelayanan ..	64
Tabel 4.21 Perusahaan Memiliki Cara dalam Merangkul Pelanggan ..	64
Tabel 4.22 Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Rutin dilakukan PDAM .....	65
Tabel 4.23 Survey yang diberikan Sesuai dengan Penilaian Pelanggan	66
Tabel 4.24 Penampilan Petugas Sesuai dengan Prosedur Perusahaan	66
Tabel 4.25 Penampilan Petugas Rapi.....	67
Tabel 4.26 Peralatan yang digunakan Canggih.....	68
Tabel 4.27 Peralatan Memenuhi Standar .....	69
Tabel 4.28 Fasilitas yang disediakan Nyaman .....	69
Tabel 4.30 Pelayanan Sudah Sesuai dengan Motto Perusahaan .....	70

Tabel 4.31 Pelayanan yang diberikan Sudah Maksimal .....	71
Tabel 4.32 Perusahaan Memberikan Garansi pada pelayanan yang Diberikan.....	71
Tabel 4.33 Perusahaan Bertanggung Jawab dan Selalu Komitmen dengan Pelayanannya .....	72
Tabel 4.34 Perusahaan Memberikan Kesan Pertama.....	73
Tabel 4.35 Perusahaan Memberikan Kesan Pertama yang Baik Terhadap Konsumen .....	73
Tabel 4.36 Pelayanan Tepat Waktu Sesuai Jadwal.....	74
Tabel 4.37 Pelayanan Tidak Menggunakan Waktu yang Banyak .....	75
Tabel 4.38 Perusahaan Memberikan Informasi yang dibutuhkan Konsumen .....	75
Tabel 4.39 Informasi yang diberikan Membantu Konsumen.....	76
Tabel 4.40 Pelayanan yang diberikan Cepat .....	77
Tabel 4.41 Proses Pelayanan yang tidak Berbelit-belit.....	77
Tabel 4.42 Kesiediaan Petugas Membantu Konsumen.....	78
Tabel 4.43 Petugas Selalu Membantu Konsumen yang Datang .....	78
Tabel 4.44 Petugas Siap Menangani Respon Konsumen.....	79

Tabel 4.46 Petugas Cepat dalam Menangani Respon Konsumen.....	80
Tabel 4.46 Karyawan Selalu Memberikan Jaminan Kepada Konsumen	80
Tabel 4.47 Jaminan bisa dipercaya dan Dipertanggung Jawabkan....	81
Tabel 4.48 Konsumen Merasa Nyaman Menggunakan Jasa Pelayanan PDAM .....	82
Tabel 4.49 Jaminan Yang Diberikan Dapat Membuat Konsumen Merasa Aman .....	82
Tabel 4.50 Karyawan Berbicara Sopan.....	83
Tabel 4.51 Karyawan Berprilaku dengan Sopan.....	83
Tabel 4.52 Pengetahuan Karyawan.....	84
Tabel 4.53 Pengetahuan Karyawan Membuat Konsumen Merasa Percaya Terhadap Pelayanan.....	85
Tabel 4.54 Perusahaan Memberikan Perhatian Lebih Kepada Konsumen	86
Tabel 4.55 Perhatian yang diberikan Karyawan Netral dan Tidak Memandang Status Sosial .....	86
Tabel 4.56 Karyawan Paham atas Keinginan Konsumennya .....	87
Tabel 4.57 Karyawan Selalu Memberikan Solusi yang Baik .....	88
Tabel 4.58 Karyawan Mengerti Permintaan Konsumen .....	88

Tabel 4.59 Perusahaan Melayani Permintaan Pelanggan .....	89
Tabel 4.60 Hasil Uji Multikolonieritas .....	91
Tabel 4.61 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	93
Tabel 4.62 Hasil Uji t .....	96
Tabel 4.63 Uji F .....	103
Tabel 4.64 Uji Koefisien Determinasi .....	104

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Konseptual .....	24
Gambar 3.1 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji Korelasi Parsial (Uji t)	40
Gambar 3.2 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji Korelasi Parsial (Uji t)	41
Gambar 3.3 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji Korelasi Parsial (Uji t)	43
Gambar 3.4 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji Korelasi Parsial (Uji t)	44
Gambar 3.5 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji Korelasi Parsial (Uji t)	46
Gambar 3.6 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji Korelasi Simultan (Uji F)	47
Gambar 4. 1 Hasil Uji Normalitas P-Plot of Regression Standardized	90
Gambar 4.2 Hasil Uji Heterokedastisitas .....	92
Gambar 4.3 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji korelasi parsial (uji t)	
bukti fisik. ....	97
Gambar 4.4 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji korelasi parsial (uji t)	
Keandalan.....	98
Gambar 4.5 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji korelasi parsial (uji t)	
Daya Tanggap .....	100
Gambar 4.7 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji korelasi parsial (uji t)	

Jaminan .....	101
Gambar 4.8 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji korelasi parsial (uji t)	
Empati .....	102
Gambar 4.9 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji korelasi simultan (uji F)	104

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang Masalah**

Air merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi kelangsungan hidup manusia, tanpa air tidak akan ada kehidupan di bumi. Tubuh manusia 65% nya terdiri atas air. Karena pentingnya kebutuhan akan air bersih, maka adalah hal yang wajar jika sektor air bersih mendapatkan prioritas penanganan utama karena menyangkut kehidupan orang banyak. Penanganan akan pemenuhan kebutuhan air bersih dapat dilakukan dengan berbagai cara, disesuaikan dengan sarana dan prasarana yang ada.

Sebagai salah satu kota Provinsi Sumatra utara, Medan memegang peranan penting terutama sebagai pusat kegiatan ekonomi dan industri. Tingkat pertumbuhan penduduk yang tinggi dan meningkatnya kegiatan masyarakat akan berdampak pada Pesatnya pertumbuhan ekonomi dan industri, sehingga berakibat semakin besar keinginan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan dasarnya yaitu air bersih. Di satu sisi meningkatnya kebutuhan air dihadapkan pada kendala makin terbatasnya sumber air yang ada. Di samping itu akan dapat mengganggu pemenuhan kualitas pelayanan akan kebutuhan terhadap air. Oleh karena itu, setiap PDAM yang ada harus beradaptasi dengan kondisi ini dengan kecepatan dan ketepatan pemenuhan permintaan konsumen atau pelanggan. Untuk mencapai semua tujuan ini, maka PDAM harus mampu meningkatkan efektivitas dan efisiensinya dalam menjalankan produksinya.

Pengelolaan pelayanan air bersih dikota medan dilaksanakan oleh PDAM Medan. Pada umumnya PDAM Kota Medan tidak berbeda dengan PDAM wilayah lain masih mempunyai permasalahan yaitu belum maksimalnya tingkat kualitas air.

Secara umum, kecenderungan tingkat kepuasan konsumen terhadap pelayanan sistem perpipaan PDAM Kota Medan khususnya pada cabang Tuasan terbilang belum maksimal terpenuhi karena masih terdapat beberapa hal yang dikeluhkan konsumen pengguna jasa PDAM, dapat dilihat dari kondisi dilapangan yang dirasakan langsung oleh pelanggan (konsumen) seperti pada pelayanan pada konsumen belum terpenuhi, hal ini dapat dilihat dari keluhan-keluhan pelanggan yaitu seringnya air yang mengalir kecil bahkan hingga tidak mengalir sama sekali, pendistribusian air kepada para pelanggan yang tidak mearata dan layanan PDAM termasuk dalam dimensi ini adalah kecepatan dan ketepatan waktu proses pelayanan serta penanganan berbagai keluhan pelanggan assurance, yang berfokus pada kemampuan pelayanan atas hal-hal yang terkait dengan keamanan yang diberikan layanan PDAM yang termasuk dalam dimensi ini ditunjukkan dengan sistem pencatat meter pelanggan yang akurat dengan menggunakan sistem berkode. *Tangible*, terfokus pada penampilan barang atau jasa yang merupakan produk pelayanan. Hal ini mencakup fasilitas dan perlengkapan dalam pemberian pelayanan, penampilan pegawai saat memberikan pelayanan dan sarana komunikasi yang digunakan pada saat memberikan pelayanan *Emphaty*, kemampuan memberi pelayanan untuk memahami kondisi pengguna pelayanan dengan menciptakan komunikasi yang baik dengan membangun hubungan saling

percaya, saling menghargai dan perhatian kepada pengguna pelayanan. *Responsiveness*, merupakan tanggapan pemberi pelayanan atas apapun yang dibutuhkan oleh pengguna pelayanan. Layanan PDAM yang termasuk dalam dimensi ini adalah sikap kurang cepat tanggapnya petugas dalam melayani berbagai keluhan pelanggan dan konsumen pengurus jasa PDAM juga mengeluhkan tentang kualitas air yang sering kotor dan berbau khususnya pada saat musim penghujan, hal-hal tersebut akan sangat mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Dalam menjalankan aktivitasnya setiap perusahaan berusaha meningkatkan kepuasan pelanggan, namun setiap sistem dan cara yang dilakukan hendaknya benar-benar berhubungan langsung pada standar kepuasan yang dirasakan pelanggan. Hal ini merupakan salah satu ujung tombak dalam mengoptimalkan tingkat kepuasan pelanggan dengan cara memberikan pelayanan berupa kecepatan waktu penyelesaian, keramah-tamahan, informasi yang tepat dan sebagainya.

Pelayanan kepada pelanggan ini tidak dapat dilihat secara nyata, namun dapat dirasakan oleh si penerima pelayanan tersebut, seperti berulangnya pelanggan menggunakan jasa perusahaan dan kemudahan pelanggan dalam melaksanakan aktivitas yang dilakukannya. Perkembangan dan peningkatan jasa pelayanan perusahaan air minum dari tahun ke tahun menjadi perhatian masyarakat. Hal ini dapat dilihat dari ketatnya persaingan kualitas pelayanan, harga, dan promosi di antara sekian banyaknya perusahaan air minum.

Kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan merupakan perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan yang menjadi topik hangat dibicarakan pada tingkat internasional/global, nasional, industri dan perusahaan. Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang/jasa yang dikehendaki pelanggan, agar jaminan kualitas menjadi prioritas utama bagi setiap perusahaan, yang pada saat ini dijadikan sebagai tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan. Sebagaimana pelanggan, tentu mengharapkan kualitas, kuantitas air dapat didistribusikan oleh pihak PDAM Tirtanadi Propinsi Sumatera Utara kepada setiap pelanggan, namun seringkali kenyataannya tidak demikian sehingga mengecewakan dan akan menimbulkan rasa tidak puas.

Jika pelayanan yang diberikan memenuhi permintaan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas dan bila jasa pelayanan berada di bawah tingkat yang diharapkan, pelanggan akan merasa kurang / tidak puas. Pelanggan yang merasa tidak puas terhadap kualitas / pelayanan yang diberikan, dengan sendirinya akan menceritakan kepada orang lain sebagai komplain atas ketidakpuasannya. Oleh karena itu pengukuran kepuasan akan pelayanan yang diberikan oleh PDAM Tuasan Medan (Persero) pada masyarakat harus selalu dilakukan untuk mengetahui dan merencanakan strategi yang lebih baik di masa mendatang dan lebih meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta untuk meminimalisasikan masalah.

PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan Medan merupakan salah satu perusahaan daerah yang bergerak dalam bidang penyedia air minum kepada masyarakat.

Dalam menjalankan tugasnya PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan Medan melakukan;

- 1) pasang baru terhadap pelanggan yang mendaftarkan diri menjadi pelanggan yang telah memenuhi persyaratan yang telah ditetapkan
- 2) melaksanakan pengutipan atas rekening air kepada pelanggan
- 3) memberikan pelayanan prima kepada pelanggan
- 4) menerima komplain pelanggan dan menindaklanjutinya segera mungkin
- 5) mengganti meter air pelanggan yang telah kadaluarsa dan
- 6) memberi informasi pelayanan yang jelas dan transparan.

Dalam melaksanakan tugasnya PDAM Tirtanadi cabang Tuasan Medan selalu berusaha memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat dan diiringi dengan kebutuhan masyarakat yang semakin meningkat terhadap air minum, perusahaan berusaha untuk memenuhinya dan menambah kapasitas produksi. Berdasarkan data pelanggan yang diperoleh dari PDAM cabang Tuasan Medan maka dapat kita ketahui bahwa pengguna yang memakai jasa PDAM cabang Tuasan Medan mencakup 40338 pelanggan, jumlah ini bertambah setiap tahunnya sesuai dengan pertumbuhan penduduk yang semakin tinggi. Data tersebut dapat dilihat pada tabel 1.1 berikut ini :

### JUMLAH PELANGGAN PDAM TIRTANADI CABAG TUASAN

JUMLAH PELANGGAN				
BULAN	TAHUN 2014	TAHUN 2015	TAHUN 2016	TAHUN 2017
JANUARI	37.901	38.480	39.165	40.025
FEBRUARI	37.919	38.653	39.256	40.098
MARET	38.009	38.700	39.296	40.179
APRIL	38.069	38.104	39.415	40.202
MEI	38.144	38.833	39.500	40.255
JUNI	38.251	38.892	39.614	40.399
JULI	38.248	38.821	39.743	40.338
AGUSTUS	38.297	38.753	39.796	-
SEPTEMBER	38.298	38.879	39.833	-
OKTOBER	38.322	38.899	39.853	-
NOPEMBER	38.355	39.039	39.892	-
DESEMBER	38.474	39.151	39.954	-

**Tabel 1.1 Jumlah Pelanggan Pdam Tirtanadi Cabang Tuasan**

Seiring dengan meningkatnya kebutuhan masyarakat, PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan Medan sering mendapatkan keluhan dari masyarakat luas baik secara langsung maupun melalui media cetak. Keluhan itu sebagian besar mengenai buruknya mutu atau kualitas air yang dikonsumsi oleh masyarakat. Terlebih lagi beberapa tahun terakhir ini, dimana kebutuhan masyarakat semakin tinggi untuk mendapatkan air minum sedangkan kemampuan produksi belum mencukupi kebutuhan karena semakin besarnya biaya produksi yang disebabkan kenaikan BBM yang diikuti dengan kenaikan komponen produksi, juga kurangnya sumber air yang dapat dikelola perusahaan. Untuk itu dibutuhkan perbaikan kualitas yang berkesinambungan agar memberikan pelayanan yang terbaik bagi masyarakat luas (Herawati, 2006 : 1).

Yang menjadi masalah berdasarkan fenomena yang ada adalah adanya keluhan-keluhan dari pelanggan tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Cabang Tuasan Medan adalah sebagai berikut:

1. Masih sering terjadi komplain yang dilakukan pelanggan PDAM terhadap kualitas air yang rendah seperti kotor dan berbau serta pelayanan penyaluran air yang kecil bahkan tidak hidup.
2. Masih sering terjadi komplain yang dilakukan pelanggan PDAM terhadap lambatnya penanganan apabila terjadi kerusakan.
3. Adanya batasan waktu untuk penggunaan air terhadap konsumen hal ini menjadi salah satu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas, membuat penulis tertarik untuk menganalisis topik ini terutama dari segi kualitas pelayanan perusahaan air minum dan beralasan untuk membuat sebuah tulisan ilmiah yang berbentuk skripsi dengan judul : **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan Medan”** .

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan penelitian awal yang dilakukan penulis pada PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan Medan maka identifikasi masalah yang timbul adalah:

1. Masih sering terjadi komplain yang dilakukan pelanggan PDAM terhadap kualitas air yang rendah seperti kotor dan berbau serta pelayanan penyaluran air yang kecil bahkan tidak hidup.
2. Masih sering terjadi komplain yang dilakukan pelanggan PDAM terhadap lambatnya penanganan apabila terjadi kerusakan.
3. Tanggapan konsumen terhadap kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan pada PDAM Cabang Tuasan Medan.
4. Melihat seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PDAM Cabang Tuasan Medan.

## **C. Batasan dan Rumusan Masalah**

### **Batasan Masalah**

Untuk memfokuskan dan membatasi masalah sehingga tidak menyimpang dari yang diharapkan, maka penelitian ini dibatasi pada hal kepuasan terhadap kualitas pelayanan yang menjadi tanggung jawab PDAM Cabang Tuasan Medan.

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan masalah yang telah dibatasi di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “ Apakah Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Cabang Tuasan Medan”.

## **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

### **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah dan perumusan masalah di atas maka tujuan yang ingin dicapai adalah “ Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Cabang Tuasan Medan”

### **Manfaat Penelitian**

- a. Manfaat teoritis, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan sumbangan berupa pengembangan ilmu yang berkaitan dengan ekonomi khususnya tentang pengaruh kualitas pelayanan dan kualitas air terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan.

- b. Manfaat praktisi, penelitian ini bermanfaat bagi pembaca dapat memberikan gambaran tentang hubungan kualitas pelayanan dan kualitas air terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan Medan.
- c. Sebagai referensi bagi penelitian mendatang

## **BAB II**

### **LANDASAN TEORITIS**

#### **A. Uraian Teoritis**

##### **1. Kepuasan Pelanggan**

###### **a. Pengertian Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan merupakan respons pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian (Rangkuti, 2002).

Mencapai tingkat kepuasan pelanggan terakhir adalah tujuan utama pemasaran untuk memenuhi harapan puas, pada kenyataannya, akhir-akhir ini banyak perhatian yang tercurah pada konsep kepuasan “total” yang implikasinya mencapai kepuasan sebagian saja tidaklah cukup membuat pelanggan setia, puas dan kembali lagi.

Salah satu kunci untuk mempertahankan pelanggan atau konsumen adalah kepuasan pelanggan/ konsumen. Pelanggan /konsumen yang sangat puas biasanya tetap setia untuk waktu yang lebih lama, menggunakan atau membeli lagi ketika perusahaan mengeluarkan atau memperkenalkan produk baru dan memperbaiki produk lama, membicarakan hal-hal baik tentang perusahaan dan produknya kepada konsumen lain atau orang lain.

Menurut Kothler dan Keller (2009 hal,138) menyatakan bahwa “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) terhadap ekspektasi mereka.

Sedangkan menurut Suharmo dan Sutarso (2010,hal 7) “ kepuasan adalah perbandingan antara apa yang diharapkan oleh konsumen dengan kenyataan yang mereka terima dari pembeli produk’. Dapat juga dikatakan sebagai tingkat mana kinerja produk yang dirasakan sesuai harapan konsumen.

Berdasarkan beberapa pendapat diatas dapat disimpulkan bahwa konsumen atau pelanggan akan merasa puas dengan suatu produk atau jasa apabila perusahaan tersebut mampu mempertahankan kualitas produk atau jasa tersebut serta mampu berinovasi dalam memenuhi kepuasan pelanggan.

#### **b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan**

Terdapat lima faktot utama yang harus diperhatikan oleh kepuasaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan Menurut Zeithml dan Bitner dalam Deryanto (2010, hal. 261).

##### **1. Kualitas Produk**

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas, konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini, kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah konsumen.

##### **2. Kualitas pelayanan**

Kualitas pelayanan terutama dibidang jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai

dengan yang diharapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli atau menggunakan produk tersebut. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk perusahaan.

### **3. Emosional**

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain kagum terhadap dia menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai social yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap produk dan merek tersebut.

### **4. Harga**

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi terhadap pelanggannya.

### **5. Biaya**

Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

### **c. Indikator Kepuasan Pelanggan**

Tingkat Kepuasan Pelanggan/konsumen merupakan salah satu hal yang sangat diharapkan oleh setiap perusahaan produk baik barang ataupun jasa sehingga dengan diketahuinya tingkat kepuasan pelanggan

pihak perusahaan dapat membuat perencanaan bagi kemajuan usaha nya dimasa yang akan datang.

Kepuasan Pelanggan merupakan hasil atau (*Out Come*) yang dirasakan atas pengguna produk dan jasa yang sama atau melebihi harapan yang diinginkan.

Pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan/konsumen telah menjadi hal yang esensial bagi setiap perusahaan, hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan yang pada prinsipnya kepuasan pelanggan konsumen itu dapat di ukur dengan metode dan teknik tertentu.

Menurut Tjiptono dalam Kristianto mengatakan metode yang digunakan dalam pengukuran kepuasan pelanggan.

#### 1) Sistem Keluhan dan Saran

Sistem perusahaan yang berorientasi pada konsumen wajib memberikan kesempatan yang luas kepada konsumennya untuk menyampaikan saran,kritik,pendapat dan keluhan mereka . media yang digunakan bisa berupa kotak saran juga disampaikan melalui kartu komentar, Saluran telephone bebas pulsa. Informasi ini dapat memberikan ide dan masukan kepada perusahaan yang memungkinkan mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran.

## 2) *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan konsumen adalah dengan mempekerjakan orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli konvensional. Seseorang yang diberi tugas atau manager sendiri turun berperan sebagai pelanggan potensial dan melaporkan berbagai temuan penting baik terhadap karyawan sendiri maupun para pelanggan.

## 3) Analisis pelanggan yang hilang (*Lost Customer Analysis*)

Perusahaan seharusnya menghubungi para konsumen yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal ini terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan selanjutnya.

## 4) Survei Kepuasan Pelanggan

Wawancara langsung dengan melakukan survey, dimana akan terlihat dan mendengar sendiri bagaimana tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian pada pelanggan.

### **d. Prinsip-prinsip Dasar Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan harapan pelanggan. Sebuah perusahaan perlu mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan. Faktorfaktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan terhadap produksi air minum di antaranya adalah sebagai berikut.

1. Kebutuhan dan keinginan, yaitu berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan oleh pelanggan saat pelanggan sedang mencoba melakukan transaksi dengan perusahaan. Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginan terhadap produksi air minum yang ditawarkan oleh perusahaan air minum sangat besar, maka harapan-harapan pelanggan yang berkaitan dengan kualitas produk dan layanan perusahaan akan tinggi pula, begitu juga sebaliknya.
2. Pengalaman masa lalu (terdahulu) ketika mengkonsumsi produk dan layanan, baik dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
3. Pengalaman teman-teman, cerita teman pelanggan tentang kualitas produk dan layanan perusahaan yang akan didapat oleh pelanggan.
4. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran atau persepsi yang timbul dari *image* periklanan dan pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan.

## **2. Kualitas Pelayanan**

### **a. Pengertian Pelayanan dan Kualitas Pelayanan**

Pelayanan Merupakan kegiatan yang tidak dapat didefinisikan secara tersendiri yaitu pada hakikatnya bersifat ingtangible (tidak teraba), yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak harus terikat pada penjualan produk atau jasa lain. Pelayanan dapat juga dikatakan sebagai aktifitas manfaat dan kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

Kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Tjiptono, 1996).

Kotler dan fandy Tjiptono mendefenisikan pelayanan sebagai berikut : “setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak yang lain pada dasarnya bersifat intangible (tidak terwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Menurut *American Society for Quality Control* dalam kotler dan keller, kualitas pelayanan adalah keseluruhan fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Sedangkan menurut J.Supranto Kualitas pelayanan adalah strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh. Menurut Schnaars (dalam Tjiptono, 1997) tujuan suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan merasa puas. Kualitas jasa yang unggul dan

konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan memberikan berbagai manfaat (Tjiptono, 1996:78) seperti:

1. Hubungan perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang
3. Dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan
4. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan.
5. Laba yang diperoleh dapat meningkat.

Dari defenisi di atas dapat dilihat peranan pelayanan sangat diperlukan bagi perusahaan untuk memberikan kepuasan pada konsumen sehingga citra perusahaan baik dimata para pelanggan yang telah menjadi pelanggan tetap perusahaan. Sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa pelayanan yang efektif adalah pelayanan yang dapat memberikan kepuasan pelayanan.

Berdasarkan teori diatas dapat penulis simpulkan bahwa kualitas pelayanan merupakan seberapa besar manfaat yang dirasakan oleh konsumen dari pelayanan yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumennya.

Kualitas pelayanan diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi atau melampui harapan pelanggan.

## **b. Faktor-faktor Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan menekankan kepada aspek kepuasan pelanggan dan pendapat. Kualitas pelayanan memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan dapat meningkat kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Menurut Lovelock dalam Fandy Tjiptono jasa bisa merupakan produk utama, bisa pula komplementer unik bagi penawaran produk fisik. Mengidentifikasi delapan kategori unsur layanan pelengkap pada setiap penawaran produk yang disebutnya "*the flower of services*"

- 1) *Information*, misalnya jalan atau arah menuju tempat produsen, jadwal atau skedul penyampain produk, harga, instruksi mengenai cara menggunakan produk inti atau layanan pelengkap.
- 2) *Consultation*, seperti pemberian saran, auditing, konseling pribadi dan konsultasi manajemen.
- 3) *Order taking*, Meliputi aplikasi, jasa langganan, jasa berbasis kualifikasi, order entery dan reservasi (tempat duduk, meja, ruang dll)

- 4) *Hospitality*, diantaranya sambutan, *food and beverages*, toilet dan kamar kecil, fasilitas menunggu, transportasi dan jasa keamanan.
- 5) *Caretaking*, terdiri dari perhatian dan perlindungan atas barang milik pelanggan yang mereka bawa.
- 6) *Exception*, meliputi permintaan khusus sebelum penyampaian produk, menangani komplain/saran/pujian, menyelesaikan masalah dan garansi atas kegagalan produk.
- 7) *Billing*, Meliputi laporan rekening periodik, faktur untuk transaksi individual dan lain-lain.
- 8) Pembayaran, pelanggan berinteraksi dengan personil perusahaan yang menerima pembayaran, pengurangan otomatis atas rekening pelanggan.

### **c. Indikator Kualitas Pelayanan**

Menurut Kirom, Kualitas Pelayanan dapat di ukur dengan melihat tingkat kesenjangan antara harapan atau keinginan konsumen dengan persepsi mereka terhadap kinerja produk atau perusahaan yang diterima oleh konsumen yang dapat dijelaskan dalam skala service quality.

Menurut Rambat dan Hamdani Terdapat lima indikator SERVQUAL yaitu:

- 1) Berwujud (*tangible*), yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasana fisik perusahaan yang dapat diandalkan keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Hal ini meliputi

fasilitas fisik (contoh: gedung, gudang dan lain-lain), perlengkapan dan peralatan digunakan (teknologi), serta penampilan pegawainya.

- 2) Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- 3) Ketanggapan (*responsiveness*), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*Responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu persepsi yang negatif dalam kualitas pelayanan.
- 4) Jaminan kepastian (*assurance*), yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (*Communication*), kredibilitas (*Credibility*), keamanan (*credibility*), keamanan (*security*), kompetensi (*Competence*) dan sopan santun (*Courtesy*).
- 5) Empati (*emphaty*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu

perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

## **B. Penelitian Sebelumnya**

Penelitian sebelumnya adalah sebagai bahan acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya kajian ataupun teori yang digunakan dalam penelitian yang di lakukan. Dari penelitian sebelumnya, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis.

<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Rustika Atmawati dan M. Wahyuddin	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall	variabel independen yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen
Ni Nyoman Yuliarmi dan Putu Riyasa	Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Pdam Kota Denpasar	Pengaruh variabel-variabel bebas secara parsial (pengaruh tiap-tiap variabel bebas terhadap variabel terikat) menunjukkan bahwa tidak semua variabel

		bebas memiliki pengaruh positif dan nyata terhadap variabel kepuasan pelanggan PDAM Kota Denpasar.
--	--	--

**Tabel 2.1 Penelitian Sebelumnya**

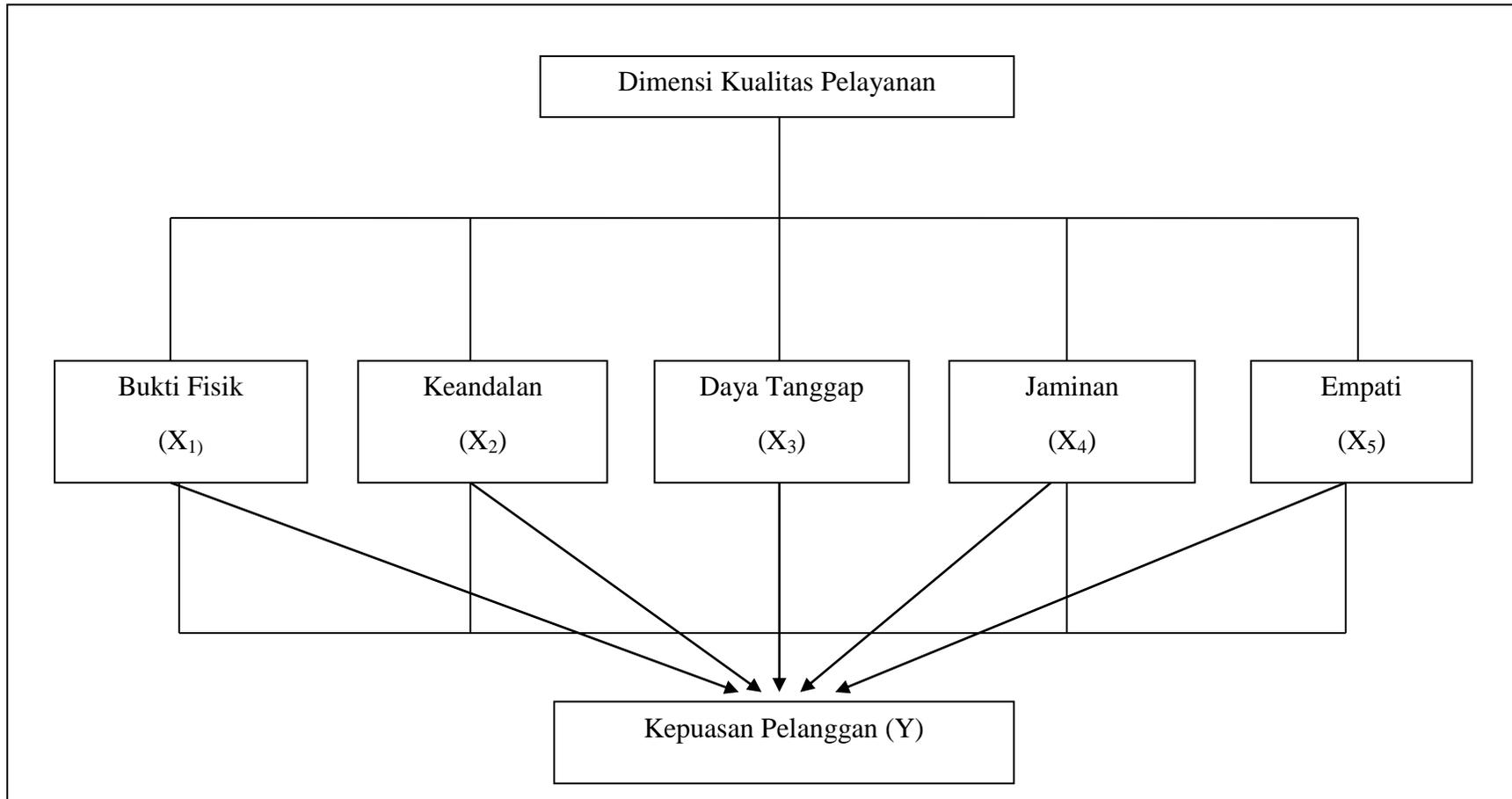
### **C. Kerangka Konseptual**

Kepuasan merupakan harapan yang di inginkan oleh konsumen terhadap produk/jasa yang ditawarkan oleh perusahaan berupa pelayanan,dengan pelayanan yang sesuai dengan harapan konsumen maka kinerja dari pelayanan yang diberikan perusahaan dapat dikatakan baik dalam memenuhi keinginan konsumen sehingga dapat memberikan kepuasan dan sebaliknya jika dalam pelayanan tidak sesuai dengan keinginan konsumen maka kinerja dari perusahaan tersebut tidak dapat memuaskan konsumen.

Menurut kotler dan keller, kualitas pelayanan adalah keseluruhan fitur dan sifat produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat.

Penelitian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pernah dilakukan oleh Nurhidayah dan M Senja Sutio Prihadi (2012), hasilnya menunjukkan bahwa variable bebas kualitas pelayanan memiliki pengaruh atau hubungan terhadap kepuasan pelanggan.

## Paradigma Penelitian



#### **D. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah. Kaitan ini masih berupa sementara karena jawaban yang diberikan baru pada teori relevan, bukan berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data. Berdasarkan pada kerangka konseptual yang dikembangkan diatas, maka diperoleh hipotesis sebagai berikut “Ada Pengaruh Kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Cabang Tuasan Medan.

Dari permasalahan yang terdapat dalam kajian teori dan kerangka konseptual. Maka dapat dirumuskan bahwa hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tuasan Medan.
2. Ada pengaruh positif dan signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tuasan Medan.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian peneliti menggunakan jenis penelitian asosiatif, yang memiliki tujuan untuk mengetahui hubungan dari dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun sebuah teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala (Indranto, hal 12). Adapun penelitian ini bertujuan untuk menguji hipotesis penelitian yang berkaitan dengan *current status* dari subyek (responden) yang diteliti. Hasil pengujian data digunakan sebagai dasar untuk menarik kesimpulan penelitian, mendukung atau menolak hipotesis yang dikembangkan dari telaah teoritis. Penelitian ini juga akan mengidentifikasi bagaimana variabel independen mempengaruhi variabel dependen baik secara parsial maupun simultan.

#### **B. Definisi Operasional**

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel yaitu

1. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Variabel Bebas adalah variabel yang mempengaruhi variabel lainnya. Dalam penelitian ini variabel bebas adalah kualitas pelayanan yang dilambangkan dengan huruf X.

2. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi oleh variabel lain. Dalam penelitian ini variabel terikat yang digunakan adalah kepuasan konsumen yang dilambangkan dengan huruf Y.

Semua variabel utama yang digunakan diukur dengan Skala Likert dan dapat didefinisikan sebagai berikut.

1. **Kepuasan pelanggan (Y)**

Diukur berdasarkan penilaian pelanggan (responden) terhadap kemampuan PDAM Tuasan Medan yang berkaitan dengan kontinuitas air, lokasi pembayaran, dan kecepatan penanganan keluhan terhadap kesesuaian dari keinginan, kebutuhan, dan harapan pelanggan.

2. **Berwujud (*Tangible*) (X<sub>1</sub>)**

Diukur berdasarkan penilaian pelanggan (responden) terhadap kemampuan PDAM Tuasan Medan yang berkaitan dengan tempat pelayanan yang nyaman dan memadai, peralatan dan perlengkapan yang baik, serta prosedur pelayanan yang sama bagi semua pihak dalam menampilkan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi.

3. **Keandalan (*Reliability*) (X<sub>2</sub>)**

Diukur berdasarkan penilaian pelanggan (responden) terhadap kemampuan PDAM Tuasan Medan yang berkaitan dengan kesiapan petugas setiap saat diperlukan, ketepatan waktu pelayanan, dan berkaitan dengan ada tidaknya pembedaan pelanggan satu dengan lainnya dalam melaksanakan jasa dengan tepat dan terpercaya.

4. **Ketanggapan (*Responsiveness*) (X<sub>3</sub>)**

Diukur berdasarkan penilaian pelanggan (responden) terhadap kemampuan PDAM Tuasan Medan yang berkaitan dengan ketanggapan petugas atas keluhan dan masalah yang dihadapi pelanggan serta kecepatan dalam melayani sambungan baru dalam membantu memberikan jasa dengan cepat atau ketanggapan.

5. **Keyakinan (*Assurance*) (X<sub>4</sub>)**

Diukur berdasarkan penilaian pelanggan (responden) terhadap kemampuan PDAM Tuasan Medan yang berkaitan dengan keramahan dan kesopanan, pemberian pelayanan secara tuntas dan menyeluruh, serta memberikan penjelasan dengan baik dalam menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

6. **Empati (*Emphaty*) (X<sub>5</sub>)**

Diukur berdasarkan penilaian pelanggan (responden) terhadap kemampuan PDAM Tuasan Medan yang berkaitan dengan sikap dan perhatian petugas, berlaku adil pada setiap pelanggan, dan berpenampilan baik dalam memberi perhatian secara individu kepada pelanggan.

**C. Tempat dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini berlokasi pada PDAM Tuasan Medan. Waktu penelitian direncanakan akan dimulai pada 1 September 2017 hingga November 2011



## **D. Populasi dan Sampel**

### **1. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan subjek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi (Arikunto, 2006). Dalam penelitian ini populasinya adalah semua Pelanggan yang menggunakan jasa PDAM di Tuasan Medan. Meskipun populasi termasuk dalam populasi tak terhingga, dalam pelaksanaan penelitian tidak perlu untuk melibatkan semua populasi. Dengan pertimbangan akademik dan nonakademik, populasi dapat diwakili oleh sebagian anggotanya yang disebut dengan sampel.

### **2. Sampel**

Menurut Prof. Dr. Suharsimi Arikunto, Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti, dan definisi lain dari sampel adalah merupakan bagian dari populasi yang akan diteliti dan yang dianggap dapat menggambarkan populasinya. (Soehartono, 2004:57). Berdasarkan populasi yang tak terhingga di atas maka penentuan sampel menggunakan metode Slovin (Umar: 2005:78). Dengan rumus

sebagai berikut:

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

Dimana :

n = ukuran sampel

N = Ukuran Populasi

e = kesalahan dalam pengambilan sampel, misalnya 10 %, maka:

$$n = \frac{40338}{1 + 40338(0,1)^2}$$

$$n = \frac{40338}{1 + 40338 (0,01)}$$

$$n = \frac{40338}{1 + 403,38}$$

$$n = \frac{40338}{404,38}$$

$$n = 99,75 \approx 100$$

Berdasarkan perhitungan, maka diperoleh sampel 100 responden. Jadi sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden ( $n = 100$ ). Penentuan sampel menggunakan nonprobability sampling, yaitu dengan cara aksidental sampling, artinya penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan ditemui yang tergolong dalam desa/kelurahan terpilih akan dijadikan responden.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuesioner. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan secara tertulis yang akan dijawab oleh responden penelitian, agar peneliti memperoleh data lapangan/empiris untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Supardi,2005:127). Dalam penelitian ini, kuesioner yang digunakan adalah kuesioner tertutup yaitu model pertanyaan dimana pertanyaan tersebut telah disediakan jawabannya, sehingga responden hanya memilih dari alternatif jawaban yang sesuai dengan pendapat atau pilihannya (Supardi,2005:133). Cara pengumpulan data tersebut dilakukan dengan prosedur : 1) responden diberi

kuesioner, 2) sambil mengisi kuesioner, ditunggu dan diberikan penjelasan jika belum jelas terhadap apa yang dibaca, 3) setelah responden mengisi kemudian jawaban tersebut ditabulasi, diolah, dianalisis dan disimpulkan.

## **F. Uji Validitas dan Uji Reabilitas**

### **1. Uji Validitas Instrumen**

Instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data tersebut valid. Menurut Simamora (2004:455) Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat validasi dan kesahihan suatu instrumen, suatu instrumen yang dianggap valid apabila mampu mengukur apa yang ingin diukur, dengan kata lain mampu memperoleh data yang tepat dari variabel yang diteliti. Sedangkan menurut Sugiharto dan Sitinjak (2006), validitas berhubungan dengan suatu peubah mengukur apa yang seharusnya diukur. Validitas dalam penelitian menyatakan derajat ketepatan alat ukur penelitian terhadap isi sebenarnya yang diukur. Uji validitas adalah uji yang digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur yang digunakan dalam suatu mengukur apa yang diukur. Ghazali (2009) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengukur sah, atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut.

Dengan demikian validitas diartikan sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurannya. Uji validitas setiap butir menggunakan analisis item, yaitu mengkorelasikan

setiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir. Dalam hal analisa item ini, teknik korelasi untuk menentukan validitas item ini sampai sekarang merupakan teknik yang paling banyak digunakan. Selanjutnya dalam memberikan interpretasi dalam terhadap koefisien korelasi, item yang mempunyai korelasi positif dengan kriterium (skor total) serta korelasi yang tinggi, menunjukkan bahwa item tersebut mempunyai validitas yang tinggi. Syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah:

$r_{hitung} > r_{tabel}$  pada taraf signifikan 0,05 dan  $dk=n-k-1$  korelasi yang digunakan adalah korelasi product product moment dengan rumus sebagai berikut:

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

keterangan:

$r$  = koefisien validitas item yang dicari

$X$  = Skor yang diperoleh dari subjek item yang dipilih

$Y$  = skor yang diperoleh dari subyek seluruh item

$\sum X$  = jumlah skor dalam distribusi  $X$

$\sum Y$  = Jumlah Skor dalam Distribusi  $Y$

$\sum X^2$  = jumlah kuadrat pada masing-masing skor  $X$

$\sum Y^2$  = jumlah kuadrat pada masing-masing skor  $Y$

$N$  = jumlah responden

## 2. Uji Reabilitas Instrumen

Sugiharto dan Situnjak (2006) menyatakan bahwa reliabilitas menunjuk pada suatu pengertian bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian untuk memperoleh informasi yang digunakan dapat dipercaya sebagai alat pengumpulan data dan mampu mengungkap informasi yang sebenarnya dilapangan. Ghozali (2009) menyatakan bahwa reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari peubah atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Reliabilitas suatu test merujuk pada derajat stabilitas, konsistensi, daya prediksi, dan akurasi. Pengukuran yang memiliki reliabilitas yang tinggi adalah pengukuran yang dapat menghasilkan data yang reliabel.

Untuk mencari reabilitas, maka pertama-tama harus dicari korelasi antara kedua hasil ukuran tersebut, dengan mencari koefisien korelasi spearman:

$$r_i = \frac{2 \cdot r_s}{1 + r_s}$$

Keterangan:

$r_i$  = Koefisien Reabilitas

$r_s$  = Koefisien korelasi spearman

dalam uji reabilitas ditujukan untuk mengukur sejauh mana pengukuran tersebut bersifat konsisten. Uji ini dianggap sebagai alat

pengumpulan data serta terbebas dari *measurement error* . selanjutnya, kriteria dalam menguji reabilitas pertanyaan-pertanyaan yang terdapat di dalam kuisisioner adalah:

jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pertanyaan tersebut reliable

jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$  , maka butir pertanyaan tersebut tidak reliable

jika  $r_{hitung}$  pada uji reabilitas sama dengan  $r_{tabel}$  pada uji validitas.

Pengukuran reabilitas pada penelitian ini juga bisa dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja. Suatu variabel dikatakan reliable, jika memberikan nilai *cronbach alpha*  $> 0,06$ . Dengan rumus *alpha*

$$r = \left[ \frac{K}{K - 1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma 1^2} \right]$$

Keterangan:

r = reabilitas instrumen

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$  = Jumlah varian butir

$\sigma 1^2$  = Varian Total

## G. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

### 1. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik yang digunakan adalah model analisis regresi linier berganda, yaitu terdiri dari:

a. Uji Multikolonieritas

Uji multikolonieritas bertujuan untuk menguji apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel independen (Ghozali 2006). Jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat problem multikolonieritas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen.

Uji multikolonieritas pada penelitian dilakukan dengan matriks korelasi. Pengujian ada tidaknya gejala multikolonieritas dilakukan dengan memperhatikan nilai matriks korelasi yang dihasilkan pada saat pengolahan data serta nilai VIF (Variance Inflation Faktor) dan tolerance-nya. Apabila nilai matriks korelasi tidak ada yang lebih besar dari 0,5 maka dapat dikatakan data yang akan dianalisis terlepas dari gejala multikolonieritas. Kemudian apabila nilai VIF berada dibawah 10 dan nilai Tolerance lebih dari 0,1 maka diambil kesimpulan bahwa model regresi tersebut tidak terdapat problem multikolonieritas (Ghozali 2006).

b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain (Ghozali 2006). Jika varians dari residu atau dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, maka disebut homoskedastisitas. Jika varians berbeda maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali 2006). Salah satu cara untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah dengan melihat grafik

plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dan nilai residualnya SRESID.

### c. Uji Asumsi Klasik

Uji normalitas data bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual memiliki distribusi normal (Ghozali 2006). Untuk menguji apakah data-data yang dikumpulkan berdistribusi normal atau tidak dapat dilakukan dengan metode sebagai berikut : Uji statistik sederhana yang sering digunakan untuk menguji asumsi normalitas adalah dengan menggunakan uji normalitas dari Kolmogorov Smirnov.

Metode pengujian normal tidaknya distribusi data dilakukan dengan melihat nilai signifikansi variabel jika signifikan lebih besar dari  $\alpha = 5\%$  maka menunjukkan distribusi data normal, jadi uji normalitas adalah uji suatu data untuk mengetahui distribusinya normal atau tidak. Uji normalitas menggunakan Kolmogorof Smirnof.

## **2. Analisis Regresi Linier Berganda**

Untuk menganalisis pengaruh Bukti Fisik (*tangbles*), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) secara bersama-sama dan secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tuasan Medan digunakan analisis regresi linier berganda yang bertujuan untuk menganalisis apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian adalah model terbaik (Juliandi, 2013, hal 169), dan mampu mendeskripsikan angka-angka yang ada pada model regresi tersebut, dengan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y	= Kepuasan pelanggan	X <sub>4</sub>	= Jaminan
a	= Nilai Constan	X <sub>5</sub>	= Empati
X <sub>1</sub>	= Bukti fisik	b <sub>1</sub> , b <sub>2</sub> , b <sub>3</sub> , b <sub>4</sub> , b <sub>5</sub>	= Koefisien dari masing masi variabel
X <sub>2</sub>	= Keandalan	e	= <i>standart error</i>
X <sub>3</sub>	= Ketanggapan		

### 3. Uji Hipotesis

Untuk menjawab hipotesis yang telah dbuat maka dapat digunakan metode analisis sebagai berikut:

#### a. Uji Korelasi Parsial (Uji t)

Uji korelasi parsial (Uji t) bertujuan untuk menguji pengaruh variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen.

Bukti fisik (*tangibles*) di uji korelasinya dengan kepuasan pelanggan PDAM Tuasan medan.

#### i. Hipotesis

H<sub>0</sub> = tidak ada korelasi antara bukti fisik dengan kepuasan pelanggan

H<sub>1</sub> = ada korelasi antara bukti fisik dengan kepuasan pelanggan

#### ii. Uji Korelasi Parsial (Uji t) sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(sugiyono, 2010, hal 250)

Keterangan:

t = nilai t hitung

$$r = \text{koefisien korelasi} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

n = banyaknya sampel

x<sub>1</sub> = bukti fisik (*tangibles*)

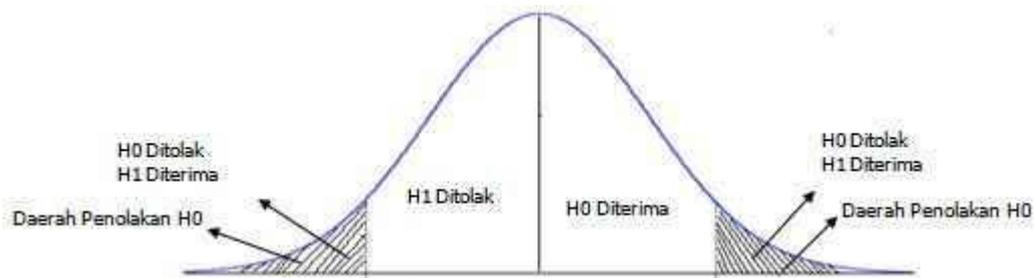
y = Kepuasan pelanggan dibandingkan dengan t<sub>tabel</sub> = ± t(α/2, n-1)

diamana α = persentase kesalahan = 5%

iii. Kriteria Uji

Terima H<sub>0</sub> jika t<sub>tabel</sub> ≤ t ≤ t<sub>tabel</sub>

Atau dalam distribusi normal t



Gambar 3.1 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji Korelasi Parsial (Uji t)

iv. Kesimpulan

Terima atau tolak H<sub>0</sub>

Pengujian juga dapat juga dilakukan dengan bantuan pengolahan data dalam program SPSS, dikatakan signifikan jkan nilai sig < α = 5%

Dengan pengujian yang sama variabel keandalan (*reability*) di uji korelasinya dengan kepuasan pelanggan PDAM Tuasan Medan.

i. Hipotesis

$H_0$  = tidak ada korelasi antara keandalan dengan kepuasan pelanggan

$H_1$  = ada korelasi antara keandalan dengan kepuasan pelanggan

ii. Uji Korelasi Parsial (Uji t)

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(sugiyono, 2010, hal 250)

Keterangan:

t = nilai t hitung

$$r = \text{koefisien korelasi} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

n = banyaknya sampel

$x_1$  = keandalan (*reability*)

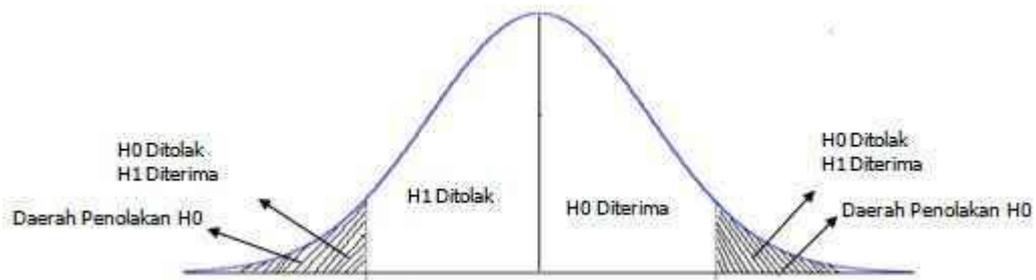
y = Kepuasan pelanggan dibandingkan dengan  $t_{\text{tabel}} = \pm t(\alpha/2, n-1)$

dimana  $\alpha$  = persentase kesalahan = 5%

iii. Kriteria Uji

Terima  $H_0$  jika  $t_{\text{tabel}} \leq t \leq t_{\text{tabel}}$

Atau dalam distribusi normal t



Gambar 3.2 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji Korelasi Parsial (Uji t)

i. Kesimpulan

Terima atau tolak  $H_0$

Pengujian juga dapat juga dilakukan dengan bantuan pengolahan data dalam program SPSS, dikatakan signifikan jika nilai  $\text{sig} < \alpha = 5\%$

Dengan pengujian yang sama variabel ketanggapan (*responsiveness*) di uji korelasinya dengan kepuasan pelanggan PDAM Tuasan Medan.

i. Hipotesis

$H_0$  = tidak ada korelasi antara ketanggapan dengan kepuasan pelanggan

$H_1$  = ada korelasi antara ketanggapan dengan kepuasan pelanggan

ii. Uji Korelasi Parsial (Uji t)

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(sugiyono, 2010, hal 250)

Keterangan:

t = nilai t hitung

$$r = \text{koefisien korelasi} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

n = banyaknya sampel

$x_1$  = ketanggapan (*responsiveness*)

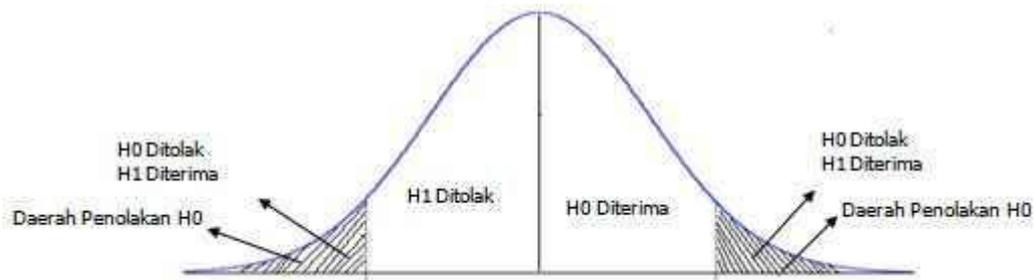
y = kepuasan pelanggan dibandingkan dengan  $t_{\text{tabel}} = \pm t(\alpha/2, n-1)$

dimana  $\alpha$  = persentase kesalahan = 5%

iii. Kriteria Uji

Terima  $H_0$  jika  $t_{\text{tabel}} \leq t \leq t_{\text{tabel}}$

Atau dalam distribusi normal t



Gambar 3.3 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji Korelasi Parsial (Uji t)

iv. Kesimpulan

Terima atau tolak  $H_0$

Pengujian juga dapat juga dilakukan dengan bantuan pengolahan data dalam program SPSS, dikatakan signifikan jika nilai sig  $< \alpha = 5\%$

Dengan pengujian yang sama variabel jaminan (*assurance*) di uji korelasinya dengan kepuasan pelanggan PDAM Tuasan Medan.

i. Hipotesis

$H_0$  = tidak ada korelasi antara jaminan (*assurance*) dengan kepuasan pelanggan

$H_1$  = ada korelasi antara jaminan (*assurance*) dengan kepuasan pelanggan

i. Uji Korelasi Parsial (Uji t)

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(sugiyono, 2010, hal 250)

Keterangan:

t = nilai t hitung

$$r = \text{koefisien korelasi} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

n = banyaknya sampel

$x_1$  = jaminan (*assurance*)

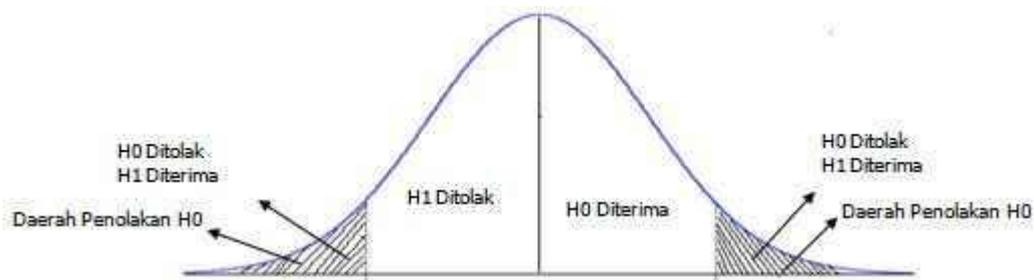
y = kepuasan pelanggan dibandingkan dengan  $t_{\text{tabel}} = \pm t(\alpha/2, n-1)$

dimana  $\alpha$  = persentase kesalahan = 5%

ii. Kriteria Uji

Terima  $H_0$  jika  $t_{\text{tabel}} \leq t \leq t_{\text{tabel}}$

Atau dalam distribusi normal t



Gambar 3.4 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji Korelasi Parsial (Uji t)

iii. Kesimpulan

Terima atau tolak  $H_0$

Pengujian juga dapat dilakukan dengan bantuan pengolahan data dalam program SPSS, dikatakan signifikan jika nilai  $\text{sig} < \alpha = 5\%$

Dengan pengujian yang sama variabel empati (*emphaty*) di uji korelasinya dengan kepuasan pelanggan PDAM Tuasan Medan.

i. Hipotesis

$H_0$  = tidak ada korelasi antara empati (*emphaty*) dengan kepuasan pelanggan

$H_1$  = ada korelasi antara empati (*emphaty*) dengan kepuasan pelanggan

ii. Uji Korelasi Parsial (Uji t)

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

(sugiyono, 2010, hal 250)

Keterangan:

t = nilai t hitung

$$r = \text{koefisien korelasi} = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{(N \sum X^2 - (\sum X)^2)(N \sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

n = banyaknya sampel

$x_1$  = empati (*emphaty*)

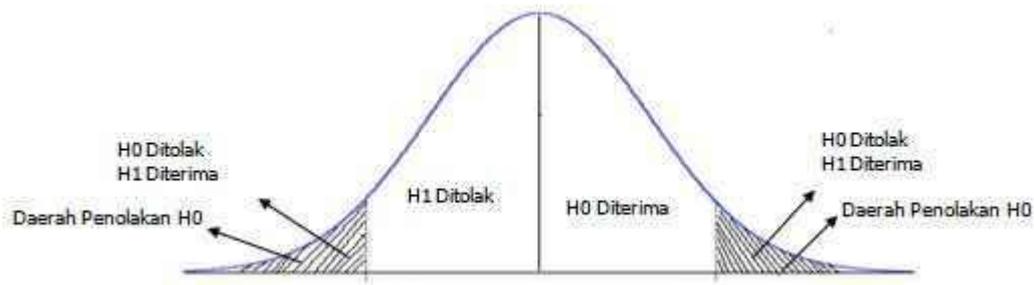
y = kepuasan pelanggan dibandingkan dengan  $t_{\text{tabel}} = \pm t(\alpha/2, n-1)$

diamana  $\alpha$  = persentase kesalahan = 5%

iii. Kriteria Uji

Terima  $H_0$  jika  $t_{\text{tabel}} \leq t \leq t_{\text{tabel}}$

Atau dalam distribusi normal t



Gambar 3.5 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji Korelasi Parsial (Uji t)

iv. Kesimpulan

Terima atau tolak  $H_0$

Pengujian juga dapat juga dilakukan dengan bantuan pengolahan data dalam program SPSS, dikatakan signifikan jkan nilai  $\text{sig} < \alpha = 5\%$

**b. Uji Korelasi Simultan (Uji F)**

Untuk mengetahui makna nilai F-test tersebut akan dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikansi ( $\text{sig.F}$ ) dengan tingkat signifikansi ( $\alpha = 5\%$ ). Apabila  $\text{sig. F} \leq 0.05$  atau apabila  $F \text{ hitung} > F \text{ tabel}$ , maka hipotesis nol ditolak artinya variabel *independent* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*.

i. Hipotesis

$H_0$  = tidak ada korelasi antara bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati dengan kepuasan pelanggan di PDAM Tuasan Medan

$H_1$  = ada korelasi antara bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati dengan kepuasan pelanggan di PDAM Tuasan medan.

ii. Uji statistik yang digunakan adalah uji korelari simultan F

$$Fh = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

(Sugiono, 2010, hal 257)

Fh = Nilai f hitung

R = Koefisien Korelasi berganda

k = Jumlah variabel independen

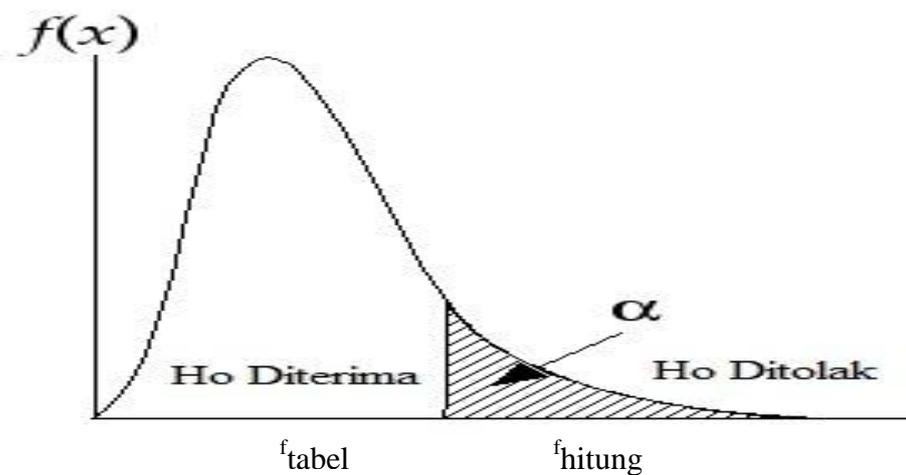
n = Jumlah anggota sampel

dan nilai F hitung dibandingkan F tabel =  $F_{tabel} (\alpha/2, n-k-1)$

iii. Kriteria Uji

Terima  $H_0$  jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$

Atau dalam distribusi kurva F



Gambar 3.6 Kriteria Pengujian Hipotesis Uji Korelasi Simultan (Uji F)

iv. Kesimpulan

Terima atau tolak  $H_0$

Pengujian hipotesis dapat dilakukan dengan pengolahan program

SPSS, dikatakan signifikan jika nilai  $sig < \alpha = 5\%$

c. Analisis Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya untuk mengetahui besarnya persentase kontribusi bukti Fisik (tangles), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan, dengan rumus:

$$D = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

D = Koefisien Determinasi

$R^2$  = Korelasi variabel independen dengan dependen

100% = Persentase kontribusi

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Hasil Penelitian**

PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan Medan merupakan perusahaan yang terletak di Jl. Tuasan No.61, Sidorejo Hilir, Medan Tembung, Kota Medan, Sumatera Utara 20222, PDAM ini memiliki 36 pegawai yang masing-masing terbagi dalam beberapa bagian yaitu bagian umum, bagian pemasaran, bagian keuangan, bagian jaringan, bagian Hubungan Langganan, dan bagian teknik aset dan gamba, struktur organisasi bisa dilihat dilampiran. PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan Medan ini juga memiliki banyak pelanggan yang setiap tahunnya mengalami peningkatan yang signifikan dan hingga saat ini pelanggan PDAM Titanadi Cabang Tuasan Medan sudah mencapai 40.338 pelanggan.

Dalam penelitian ini peneliti menyebarkan 100 kuisisioner kepada konsumen PDAM cabang Tuasan Medan. Kuisisioner ini terdiri dari dua bagian yaitu bagian pertama adalah tentang bagaimana kualitas pelayanan dan yang kedua adalah kepuasan konsumen PDAM cabang Tuasan Medan.

Untuk mendapatkan gambaran mengenai konsumen yang menjadi responden dalam penelitian ini berikut diuraikan pengelompokan responden berdasarkan beberapa klasifikasi untuk mempermudah dalam melakukan analisis. Berikut adalah tabel-tabel yang disusun untuk memberikan gambaran umum mengenai hal tersebut.

**a. Identitas Responden**

Adapun data yang peneliti peroleh mengenai profil responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

**Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>
Pria	38
Wanita	62
Jumlah	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.1 diatas dari 100 orang terlihat bahwa responden yang menjadi objek penelitian berjenis kelamin pria 38 dan wanita 62 responden. Dari data tersebut diketahui bahwa mayoritas responden adalah wanita. Hal ini disebabkan karena kuisioner disebar dirumah-rumah warga yang pada umumnya banyak ibu rumah tangga.

Dalam penelitian ini penulis membuat klasifikasi uresponden berdasarkan usia yang dapat dilihat pada tabel 4.2 dibawah ini:

**Tabel 4.2**

**Klasifikasi responden Berdasarkan Usia**

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>
$\leq 25$ tahun	18
$26 \leq 40$ tahun	41
$>40$ tahun	41
Jumlah	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.2 diatas dari klasifikasi 100 orang responden berdasarkan usia, 19 responden berusia kurang dari 25 tahun, 41 responden berusia diantara 26 sampai 40 tahun, dan 41 responden berusia lebih dari 40 tahun. Dari data tersebut diketahui bahwa mayoritas responden adalah berusia 26 sampai 40 tahun keatas.

Untuk jenis pendidikan responden, diolah data dimasukkan dalam tabel 4.3 yaitu:

**Tabel 4.3**

**Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan**

<b>Pendidikan</b>	<b>Jumlah</b>
S2	4
S1	22
D3	20
SMA	41
SMP	13
Jumlah	100

Sumber: Data primer yang telah diolah

Berdasarkan tabel 4.3 diatas dapat dilihat dari klasifikasi 100 orang responden berdasarkan pendidikan terakhir 4 responden berpendidikan magister (S2), 22 responden pendidikan terakhirnya Sarjana Strata 1 (S1), 20 responden pendidikan terakhirnya Dimploma 3 (D3), 41 responden pendidikan terakhirnya SMA, 13 responden pendidikan terakhirnya SMP. Dari data tersebut dapat diketahui, bahwa mayoritas responden pendidikan terakhirnya adalah SMA.

**b. Uji Validitas dan Reabilitas**

**Validitas**

Uji validitas dilakukan dengan mengoreksi masing-masing pertanyaan dengan jumlah skor masing-masing variabel. Validitas didefinisikan sebagai sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam menjelaskan fungsinya. Oleh karena itu, penulis menguji tingkat validitas kuisisioner yang

disebarkan pada responden. Hasil uji validitas digunakan dengan bantuan program SPSS 18.0 masing-masing variabel adalah sebagai berikut:

**X<sub>1</sub> = Wujud Fisik**

**Tabel 4.4**

**Uji Validitas untuk X<sub>1</sub> (Bukti Fisik)**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q1x1	17.4700	8.858	.256	.615
q2x1	17.5500	9.038	.227	.624
q3x1	18.0200	8.383	.301	.602
q4x1	18.2500	7.240	.328	.601
q5x1	18.3000	6.980	.530	.508
q6x1	18.2100	6.491	.510	.510

Dari hasil validitas diatas dapat terlihat bahwa item pernyataan 1 sampai dengan item pernyataan 6 dengan nilai r hitung > 0,195 yang artinya semua item pernyataan dari variabel wujud fisik (X<sub>1</sub>) dinyatakan valid.

**X<sub>2</sub> = Keandalan**

**Tabel 4.5****Uji Validitas untuk Variabel X<sub>2</sub> (Keandalan)**

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q1x2	30.8300	21.759	.136	.643
q2x2	30.2600	22.598	-.012	.673
q3x2	30.7700	23.290	-.082	.679
q4x2	31.4000	17.515	.457	.575
q5x2	31.1700	17.941	.525	.565
q6x2	31.1100	18.099	.413	.588
q7x2	31.1600	17.974	.561	.560
q8x2	31.0500	19.745	.269	.622
q9x2	31.0100	18.414	.401	.591
q10x2	31.0200	19.111	.341	.606

Dari hasil validitas diatas dapat terlihat bahwa item pernyataan 1 sampai dengan item pernyataan 6 dengan nilai r hitung > 0,195 yang artinya semua item pernyataan dari variabel keandalan (X<sub>2</sub>) dinyatakan valid.

**X<sub>3</sub> = Daya Tanggap**

**Tabel 4.6**

**Uji Validitas untuk Variabel X<sub>3</sub> (Daya Tanggap)**

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q1x3	18.0400	11.049	.348	.605
q2x3	18.3200	9.371	.430	.573
q3x3	18.2600	12.174	.177	.659
q4x3	18.0600	12.804	.084	.685
q5x3	18.4800	9.363	.549	.524
q6x3	18.2900	8.572	.648	.474

Dari hasil validitas diatas dapat terlihat bahwa item pernyataan 1 sampai dengan item pernyataan 6 dengan nilai r hitung > 0,195 yang artinya semua item pernyataan dari variabel Daya Tanggap (X<sub>3</sub>) dinyatakan valid.

**X<sub>4</sub> = Jaminan**

**Tabel 4.7**

**Uji Validitas untuk Variabel X<sub>4</sub> (Jaminan)**

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q1x4	24.9600	13.008	.341	.571
q2x4	25.0500	12.593	.271	.597
q3x4	25.0100	14.192	.261	.593
q4x4	25.0800	12.963	.385	.559
q5x4	24.9900	14.858	.099	.635
q6x4	24.6600	14.206	.271	.591
q7x4	25.6200	10.985	.466	.524
q8x4	24.6900	13.125	.420	.553

Dari hasil validitas diatas dapat terlihat bahwa item pernyataan 1 sampai dengan item pernyataan 6 dengan nilai r hitung  $> 0,195$  yang artinya semua item pernyataan dari variabel Jaminan ( $X_4$ ) dinyatakan valid.

**$X_5$  = Empati**

**Tabel 4.8**

**Uji Validitas untuk Variabel  $X_5$  (Empati)**

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q1x5	17.6500	8.088	.476	.557
q2x5	17.3700	10.094	.178	.663
q3x5	17.6800	8.745	.364	.603
q4x5	17.7700	8.906	.354	.606
q5x5	17.8300	7.637	.561	.519
q6x5	17.3500	9.624	.303	.623

Dari hasil validitas diatas dapat terlihat bahwa item pernyataan 1 sampai dengan item pernyataan 6 dengan nilai r hitung  $> 0,195$  yang artinya semua item pernyataan dari variabel Empati ( $X_5$ ) dinyatakan valid.

**Y = Kepuasan Pelanggan**

**Tabel 4.9**

**Uji Validitas untuk Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)**

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
q1y	24.3500	9.644	.472	.509
q2y	23.8100	12.095	.252	.585
q3y	24.0900	12.285	.224	.592
q4y	24.3300	13.011	.059	.638
q5y	24.3700	12.013	.233	.591
q6y	24.2200	10.719	.452	.526
q7y	24.3600	10.253	.439	.525
q8y	24.0900	11.921	.293	.575

Dari hasil validitas diatas dapat terlihat bahwa item pernyataan 1 sampai dengan item pernyataan 6 dengan nilai r hitung > 0,195 yang artinya semua item pernyataan dari variabel kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan valid.

### Reabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk melihat apakah instrumen penelitian merupakan instrumen yang handal dan dapat dipercaya (juliandi,2013 hal 83). Maka digunakan teknik korelasi produk moment dikatakan reliable bila hasil cronbach alpha >0,60 dengan rumus alpha

$$r = \left[ \frac{K}{K-1} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma 1^2} \right]$$

Keterangan :

r = Reliabilitas instrumen

k = Banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$  = Jumlah varian butir

$$\sigma^2 = \text{Varian Total}$$

Berikut ini adalah hasil uji reabilitas dengan menggunakan SPSS 18.0  
adaah:

**X<sub>1</sub> = Bukti Fisik**

**Tabel 4.10**

**Uji Reabilitas untuk Variabel X<sub>1</sub> (Bukti Fisik)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.625	6

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisien bukti fisik dengan interpretasi reliabilitas diatas 0,60. Ini menunjukkan bahwa reliabilitas cukup baik.

**X<sub>2</sub> = Keandalan**

**Tabel 4.11**

**Uji Reabilitas untuk Variabel X<sub>2</sub> (Keandalan)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.639	10

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisien keandalan dengan interpretasi reliabilitas diatas 0,60. Ini menunjukkan bahwa reliabilitas cukup baik.

**X<sub>3</sub> = Daya Tanggap**

**Tabel 4.12**

**Uji Reabilitas untuk Variabel X<sub>3</sub> (Daya Tanggap)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.640	6

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisien daya tanggap dengan interpretasi reliabilitas diatas 0,60. Ini menunjukkan bahwa reliabilitas cukup baik.

**X<sub>4</sub> = Jaminan**

**Tabel 4.13**

**Uji Reabilitas untuk Variabel X<sub>4</sub> (Jaminan)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.612	8

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisien jaminan dengan interpretasi reliabilitas diatas 0,60. Ini menunjukkan bahwa reliabilitas cukup baik.

**X<sub>5</sub> = Empati**

**Tabel 4.14**

**Uji Reabilitas untuk Variabel X<sub>5</sub> (Empati)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.642	6

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisien empati dengan interpretasi reliabilitas diatas 0,60. Ini menunjukkan bahwa reliabilitas cukup baik.

**Y = Kepuasan Pelanggan**

**Tabel 4.15**

**Uji Reabilitas untuk Variabel Y (Kepuasan Pelanggan)**

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.604	8

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisienkepuasan pelanggan dengan interpretasi reliabilitas diatas 0,60. Ini menunjukkan bahwa reliabilitas cukup baik.

**c. Tanggapan responden terhadap Kualitas Pelayanan PDAM Cabang Tuasan Medan**

Melalui pernyataan yang diberikan oleh penulis dalam kuisisioner yang disebarakan untuk keperluan peenlitan dapat diketahui harapan responden terhadap kualitas pelayanan PDAM cabang Tuasan Medan. Empat puluh empat

pernyataan yang diajukan tersebut bertujuan untuk mengetahui bagaimana harapan responden terhadap kualitas pelayanan yang diberikan.

### 1. Kepuasan Pelanggan (Y)

Melalui pernyataan yang diberikan oleh penulis dalam kuisisioner yang disebarakan untuk keperluan penelitian dapat diketahui tingkat kepuasan responden terhadap kepuasan konsumen PDAM Cabang Tuasan Medan. Delapan pernyataan yang diajukan tersebut bertujuan untuk mengetahui harapan responden terhadap kepuasan konsumen yang diberikan.

**Tabel 4.16**  
**Keluhan yang diberikan kepada Perusahaan direspon dengan Cepat**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	4	4.0	4.0	4.0
TS	21	21.0	21.0	25.0
KS	34	34.0	34.0	59.0
S	22	22.0	22.0	81.0
SS	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap keluhan yang disampaikan konsumen kepada pengelola, yang dinyatakan Sangat Setuju 19 responden, setuju 22 responden, kurang setuju 34 responden, tidak setuju 21 responden, dan sangat tidak setuju 4 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa keluhan yang ditujukan konsumen kepada pengelola kurang direspon dengan baik dan cepat oleh petugas.

**Tabel 4.17**  
**Sistem Penyampaian Masalah**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0	3.0
	KS	33	33.0	33.0	36.0
	S	40	40.0	40.0	76.0
	SS	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap sistem penyampaian keluhan, yang dinyatakan Sangat Setuju 24 responden, setuju 40 responden, kurang setuju 33 responden, dan tidak setuju 3 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa sistem penyampaian keluhan tidak rumit

**Tabel 4.18**  
**Sistem *Gohst Shopping* / Penyamaran Konsumen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	7.0	7.0	7.0
	KS	42	42.0	42.0	49.0
	S	38	38.0	38.0	87.0
	SS	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap sistem *gohst shopping*/ penyamaran konsumen di PDAM berjalan efektif, yang dinyatakan Sangat Setuju 13 responden, setuju 38 responden,

kurang setuju 42 responden, dan tidak setuju 7 responden responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa sistem *gohst shopping*/ penyamaran konsumen berjalan efektif.

**Tabel 4.19**  
**Pegawai Harus Lebih Sering dilakukan agar Kepuasan Pelanggan Meningkat**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	18	18.0	18.0	18.0
	KS	42	42.0	42.0	60.0
	S	29	29.0	29.0	89.0
	SS	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap penyamaran atau survey yang harus dilakukan lebih sering agar kepuasan pelanggan meningkat, yang dinyatakan Sangat Setuju 11 responden, setuju 29 responden, kurang setuju 42 responden, dan tidak setuju 18 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa tidak perlu melakukan penyamaran.

**Tabel 4.20**  
**PDAM Menghubungi dan Mempromosikan Pelayanan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	19	19.0	19.0	19.0
	KS	42	42.0	42.0	61.0
	S	30	30.0	30.0	91.0
	SS	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap informasi tentang promosi pelayanan ketika konsumen tidak berkunjung dalam waktu yang lama, yang dinyatakan Sangat Setuju 9 responden, setuju 30 responden, kurang setuju 42 orang responden, dan tidak setuju 19 responden. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa PDAM tidak menghubungkan an mempromosikan pelayanan ketika saya tidak berkunjung dalam waktu yang lama.

**Tabel 4.21**  
**Perusahaan Memiliki Cara dalam Merangkul Pelanggan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	14	14.0	14.0	14.0
	KS	42	42.0	42.0	56.0
	S	30	30.0	30.0	86.0
	SS	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap trik jitu pengelola dalam merangkul pelanggan yang hilang maupun pelanggan tetap, yang dinyatakan Sangat Setuju 14 responden, setuju 30 responden, kurang setuju 42 responden, dan tidak setuju 14 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa pengelola memiliki trik jitu dalam merangkul pelanggan yang hilang dan pelanggan tetap.

**Tabel 4.22**  
**Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Rutin dilakukan PDAM**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	18	18.0	18.0	21.0
	N	40	40.0	40.0	61.0
	S	24	24.0	24.0	85.0
	SS	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap pengukuran tingkat kepuasan pelanggan rutin dilakukan pengelola PDAM, yang dinyatakan Sangat Setuju 15 responden, setuju 24 responden, kurang setuju 40 responden, tidak setuju 18 responden, dan sangat tidak setuju 3 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan tidak rutin dilakukan pengelola PDAM.

**Tabel 4.23**  
**Survey yang diberikan Sesuai dengan Penilaian Pelanggan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	7	7.0	7.0	8.0
	KS	36	36.0	36.0	44.0
	S	46	46.0	46.0	90.0
	SS	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap survey yang diberikan sesuai dengan penilaian konsumen, yang dinyatakan Sangat Setuju 10 responden, setuju 46 responden, kurang setuju 36 responden, tidak setuju 7 responden, dan sangat tidak setuju 1 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa survey yang dilakukan sesuai dengan penilaian konsumen

## 2. Wujud Fisik ( $X_1$ )

**Tabel 4.24**  
**Penampilan Petugas Sesuai dengan Prosedur Perusahaan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0	2.0
	KS	16	16.0	16.0	18.0
	S	53	53.0	53.0	71.0
	SS	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap penampilan petugas menyatakan tidak setuju sebanyak 2 responden kurang setuju 16 responden, setuju 53 responden, dan sangat setuju sebanyak 29 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa penampilan petugas sudah sesuai dengan prosedur yang sudah ditetapkan perusahaan.

**Tabel 4.25**  
**Penampilan Petugas Rapi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0	1.0
	KS	21	21.0	21.0	22.0
	S	54	54.0	54.0	76.0
	SS	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa tanggapan responden terhadap penampilan petugas menyatakan sangat setuju sebanyak 24 responden, setuju 54 responden, kurang setuju 21 responden, dan tidak setuju 1 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa penampilan petugas PDAM sudah rapi.

**Tabel 4.26**  
**Peralatan yang digunakan Canggih**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4.0	4.0	4.0
	KS	55	55.0	55.0	59.0
	S	24	24.0	24.0	83.0
	SS	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang peralatan yang digunakan perusahaan menyatakan tidak setuju sebanyak 4 orang responden, kurang setuju 55 responden, setuju 24 responden, dan sangat setuju 17.

Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa peralatan yang digunakan PDAM belum canggih.

**Tabel 4.27**  
**Peralatan Memenuhi Standar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.0	4.0	4.0
	TS	21	21.0	21.0	25.0
	KS	34	34.0	34.0	59.0
	S	22	22.0	22.0	81.0
	SS	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang peralatan yang digunakan perusahaan menyatakan sangat setuju sebanyak 19 orang responden, setuju 22 orang responden, kurang setuju 34 responden, tidak setuju 21, dan sangat tidak setuju sebanyak 4 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa peralatan yang digunakan PDAM sudah memenuhi standar.

**Tabel 4.27**  
**Peralatan Memenuhi Standar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	20	20.0	20.0	21.0
	N	42	42.0	42.0	63.0
	S	26	26.0	26.0	89.0
	SS	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang fasilitas yang disediakan perusahaan menyatakan sangat setuju sebanyak 11 responden, setuju 26 responden, kurang setuju 42 responden, tidak setuju 20, dan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa fasilitas yang disediakan perusahaan kepada pelanggan sudah nyaman.

**Tabel 4.28**  
**Fasilitas yang disediakan Nyaman**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	1	1.0	1.0	1.0
TS	23	23.0	23.0	24.0
N	37	37.0	37.0	61.0
S	18	18.0	18.0	79.0
SS	21	21.0	21.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang fasilitas yang sediakan oleh perusahaan menyatakan sangat setuju sebanyak 21 responden, setuju 18 responden, kurang setuju 37 responden, tidak setuju 23, dan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden. Dari 100 orang responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa fasilitas yang disediakan oleh perusahaan sudah lengkap.

### 3. Keandalan (X<sub>2</sub>)

**Tabel 4.30**  
**Pelayanan Sudah Sesuai dengan Motto Perusahaan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	9	9.0	9.0	9.0
KS	31	31.0	31.0	40.0
S	52	52.0	52.0	92.0
SS	8	8.0	8.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang pelayanan yang diberikan oleh perusahaan menyatakan sangat setuju sebanyak 8 orang responden, setuju 52 responden, dan kurang setuju 31, dan tidak setuju 9 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan sudah sesuai dengan motto perusahaan.

**Tabel 4.31**  
**Pelayanan yang diberikan Sudah Maksimal**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2.0	2.0	2.0
KS	28	28.0	28.0	30.0
S	22	22.0	22.0	52.0
SS	48	48.0	48.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang pelayanan yang diberikan oleh perusahaan menyatakan sangat setuju sebanyak 48 responden, setuju 22 responden, kurang setuju 28 responden, tidak setuju

sebanyak 2 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak maksimal.

**Tabel 4.32**  
**Perusahaan Memberikan Garansi pada pelayanan yang diberikan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	10	10.0	10.0	10.0
	KS	27	27.0	27.0	37.0
	S	51	51.0	51.0	88.0
	SS	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang garansi pelayanan diberikan oleh perusahaan menyatakan sangat setuju sebanyak 12 responden, setuju 51 responden, kurang setuju 27 responden, dan tidak setuju 10. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa garansi pelayanan yang diberikan oleh perusahaan memberikan garansi pada pelayanan yang diberikan.

**Tabel 4.33**  
**Perusahaan Bertanggung Jawab dan Selalu Komitmen dengan Pelayanannya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	10	10.0	10.0	10.0
	TS	27	27.0	27.0	37.0
	KS	23	23.0	23.0	60.0
	S	31	31.0	31.0	91.0
	SS	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang tanggung jawab dan komitmen perusahaan terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan menyatakan sangat setuju sebanyak 9 responden, setuju 31 responden, kurang setuju 23 responden, tidak setuju 27 dan sangat tidak setuju sebanyak 10 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan kurang bertanggung jawab dan kurang berkomitmen terhadap pelayanannya.

**Tabel 4.34**  
**Perusahaan Memberikan Kesan Pertama**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	21	21.0	21.0	24.0
	KS	33	33.0	33.0	57.0
	S	34	34.0	34.0	91.0
	SS	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang kesan pertama yang diberikan oleh perusahaan menyatakan sangat setuju sebanyak 9 responden, setuju 34 responden, kurang setuju 33 responden, tidak setuju 21 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 3 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa kesan pertama yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan sudah baik.

**Tabel 4.35**  
**Perusahaan Memberikan Kesan Pertama yang Baik**  
**Terhadap Konsumen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.0	4.0	4.0
	TS	21	21.0	21.0	25.0
	KS	34	34.0	34.0	59.0
	S	22	22.0	22.0	81.0
	SS	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang kesan pertama yang diberikan oleh perusahaan menyatakan sangat setuju sebanyak 19 responden, setuju 22 responden, kurang setuju 34 responden, tidak setuju 21 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 4 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan selalu mengutamakan kesan pertama terhadap pealanggan.

**Tabel 4.36**  
**Pelayanan Tepat Waktu Sesuai Jadwal**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	20	20.0	20.0	21.0
	KS	42	42.0	42.0	63.0
	S	26	26.0	26.0	89.0
	SS	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang pelayanan tepat waktu yang diberikan oleh perusahaan menyatakan sangat setuju sebanyak 11 responden, setuju 26 responden, kurang setuju 42 responden, dan tidak setuju 20 responden, dan sangat tidak setuju 1. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan tidak memberikan pelayanan tepat waktu kepada pelanggan.

**Tabel 4.37**  
**Pelayanan Tidak Menggunakan Waktu yang Banyak**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	18	18.0	18.0	21.0
	N	33	33.0	33.0	54.0
	S	31	31.0	31.0	85.0
	SS	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang pelayanan tidak memakan waktu yang lama diberikan oleh perusahaan menyatakan sangat setuju sebanyak 15 responden, setuju 31 responden, kurang setuju 33 responden, tidak setuju 18 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 3 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa pelayanan yang diberikan perusahaan tidak memakan waktu yang lama.

**Tabel 4.38**  
**Perusahaan Memberikan Informasi yang dibutuhkan**  
**Konsumen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	17	17.0	17.0	20.0
	KS	36	36.0	36.0	56.0
	S	24	24.0	24.0	80.0
	SS	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa tanggapan responden tentang informasi yang diberikan oleh perusahaan menyatakan sangat setuju sebanyak 20 responden, setuju 24 responden, kurang setuju 36 responden, tidak setuju 17 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 3 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan belum sepenuhnya memberikan informasi yang dibutuhkan oleh pelanggan.

**Tabel 4.39**  
**Informasi yang diberikan Membantu Konsumen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.0	4.0	4.0
	TS	16	16.0	16.0	20.0
	KS	30	30.0	30.0	50.0
	S	36	36.0	36.0	86.0
	SS	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa informasi yang diberikan oleh perusahaan menyatakan sangat setuju sebanyak 14 responden, setuju 36 responden, kurang setuju 30 responden, tidak setuju 16 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 4 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa informasi yang diberikan oleh perusahaan sangat membantu konsumen.

#### 4. Daya Tanggap (X<sub>3</sub>)

**Tabel 4.40**  
**Pelayanan yang diberikan Cepat**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.0	2.0	2.0
	TS	5	5.0	5.0	7.0
	KS	27	27.0	27.0	34.0
	S	38	38.0	38.0	72.0
	SS	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa kecepatan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan menyatakan sangat setuju sebanyak 28 responden, setuju 38 responden, kurang setuju 27 responden, tidak setuju 5 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 2 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan cepat.

**Tabel 4.41**  
**Proses Pelayanan yang tidak Berbelit-belit**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	6.0	6.0	6.0
	TS	17	17.0	17.0	23.0
	KS	20	20.0	20.0	43.0
	S	28	28.0	28.0	71.0
	SS	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat pelayanan yang diberikan oleh perusahaan menyatakan sangat setuju sebanyak 29 responden, setuju 28

responden, kurang setuju 20 responden, tidak setuju 17 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 6 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa proses pelayanan yang diberikan oleh perusahaan tidak berbelit-belit.

**Tabel 4.42**  
**Kesediaan Petugas Membantu Konsumen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	14	14.0	14.0	14.0
	KS	26	26.0	26.0	40.0
	S	43	43.0	43.0	83.0
	SS	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa kesediaan petugas dalam membantu konsumen menyatakan sangat setuju sebanyak 17 responden, setuju 43 orang responden, kurang setuju 26 responden, tidak setuju 14. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa petugas bersedia membantu pelanggan.

**Tabel 4.43**  
**Petugas Selalu Membantu Konsumen yang Datang**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	8	8.0	8.0	8.0
	KS	27	27.0	27.0	35.0
	S	39	39.0	39.0	74.0
	SS	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa kesediaan petugas dalam membantu pelanggan yang datang adalah sangat setuju sebanyak 26 orang responden, setuju 39 responden, kurang setuju 27 responden, dan tidak setuju sebanyak 8 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa petugas selalu membantu pelanggan yang datang.

**Tabel 4.44**  
**Petugas Siap Menangani Respon Konsumen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	17	17.0	17.0	20.0
	KS	36	36.0	36.0	56.0
	S	24	24.0	24.0	80.0
	SS	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa kesiapan yang diberikan petugas dalam menangani respon konsumen menyatakan sangat setuju sebanyak 20 responden, setuju 24 responden, kurang setuju 36 responden, dan tidak setuju sebanyak 17 responden, dan sangat tidak setuju 3. Dari 100 responden secara

keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa petugas tidak siap menangani respon konsumen.

**Tabel 4.46**  
**Petugas Cepat dalam Menangani Respon Konsumen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	17	17.0	17.0	20.0
	KS	23	23.0	23.0	43.0
	S	31	31.0	31.0	74.0
	SS	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat daya tanggap petugas dalam menangani respon konsumen menyatakan sangat setuju sebanyak 26 orang responden, setuju 31 responden, kurang setuju 23 responden, tidak setuju 17 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 3 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa petugas tanggap dalam menangani repon konsumen.

#### 5. Jaminan (X<sub>4</sub>)

**Tabel 4.46**  
**Karyawan Selalu Memberikan Jaminan Kepada Konsumen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.0	4.0	4.0
	TS	6	6.0	6.0	10.0
	KS	32	32.0	32.0	42.0
	S	40	40.0	40.0	82.0
	SS	18	18.0	18.0	100.0

**Tabel 4.46**  
**Karyawan Selalu Memberikan Jaminan Kepada Konsumen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.0	4.0	4.0
	TS	6	6.0	6.0	10.0
	KS	32	32.0	32.0	42.0
	S	40	40.0	40.0	82.0
	SS	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat jaminan yang diberikan karyawan kepada konsumen menyatakan sangat setuju sebanyak 18 orang responden, setuju 40 responden, kurang setuju 32 responden, tidak setuju 6 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 4 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan selalu memberikan jaminan kepada konsumen.

**Tabel 4.47**  
**Jaminan bisa dipercaya dan Dipertanggung Jawabkan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	10	10.0	10.0	10.0
	TS	9	9.0	9.0	19.0
	KS	20	20.0	20.0	39.0
	S	40	40.0	40.0	79.0
	SS	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa jaminan yang diberikan dapat di percaya dan di pertanggung jawabkan menyatakan sangat setuju sebanyak 21 responden, setuju 40 responden, kurang setuju 20 responden, tidak setuju 9 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 10 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa jaminan yang diberikan kepada pelanggan bisa dipercaya dan dipertanggung jawabkan.

**Tabel 4.48**  
**Konsumen Merasa Nyaman Menggunakan Jasa Pelayanan PDAM**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid STS	1	1.0	1.0	1.0
TS	8	8.0	8.0	9.0
KS	32	32.0	32.0	41.0
S	51	51.0	51.0	92.0
SS	8	8.0	8.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa kenyamanan konsumen terhadap jasa pelayanan yang diberikan menyatakan sangat setuju sebanyak 8 responden, setuju 51 responden, kurang setuju 32 responden, tidak setuju 8 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa pelanggan merasa nyaman menggunakan jasa pelayanan yang diberikan.

**Tabel 4.49**  
**Jaminan Yang Diberikan Dapat Membuat Konsumen Merasa Aman**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	11	11.0	11.0	12.0
	KS	41	41.0	41.0	53.0
	S	31	31.0	31.0	84.0
	SS	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa jaminan yang diberikan oleh perusahaan menyatakan sangat setuju sebanyak 16 responden, setuju 31 responden, kurang setuju 41 responden, tidak setuju 11 responden, sangat tidak setuju 1. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa jaminan yang diberikan konsumen dapat membuat konsumen merasa lebih aman.

**Tabel 4.50**  
**Karyawan Berbicara Sopan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	14	14.0	14.0	14.0
	KS	28	28.0	28.0	42.0
	S	43	43.0	43.0	85.0
	SS	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat cara berbicara karyawan kepada konsumen menyatakan sangat setuju sebanyak 15 responden, setuju 43 responden, kurang setuju 28 responden, dan tidak setuju 14 responden. Dari 100

responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan berbicara sopan kepada pelanggan.

**Tabel 4.51**  
**Karyawan Berprilaku dengan Sopan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	4	4.0	4.0	5.0
	N	16	16.0	16.0	21.0
	S	60	60.0	60.0	81.0
	SS	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat prilaku karyawan kepada konsumen menyatakan sangat setuju sebanyak 19 responden, setuju 60 responden, kurang setuju 16 responden, tidak setuju 4 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan berprilaku sopan kepada konsumen.

**Tabel 4.52**  
**Pengetahuan Karyawan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	20	20.0	20.0	20.0
	TS	9	9.0	9.0	29.0
	KS	36	36.0	36.0	65.0
	S	25	25.0	25.0	90.0
	SS	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat pada respon konsumen terhadap pengetahuan yang dimiliki karyawan menyatakan sangat setuju sebanyak 10 responden, setuju 25 responden, kurang setuju 36 responden, tidak setuju 9 responden, sangat tidak setuju 20. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa pengetahuan yang dimiliki tidak karyawan luas.

**Tabel 4.53**  
**Pengetahuan Karyawan Membuat Konsumen Merasa**  
**Percaya Terhadap Pelayanan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	5	5.0	5.0	5.0
KS	26	26.0	26.0	31.0
S	44	44.0	44.0	75.0
SS	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa tingkat pengetahuan karyawan dapat membuat konsumen merasa percaya menyatakan sangat setuju sebanyak 25 responden, setuju 44 responden, kurang setuju 26 responden, dan tidak setuju 5 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa pengetahuan karyawan membuat kosumen merasa percaya terhadap pelayanan.

## 6. Empati (X<sub>5</sub>)

**Tabel 4.54**  
**Perusahaan Memberikan Perhatian Lebih Kepada Konsumen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	6.0	6.0	6.0
	TS	4	4.0	4.0	10.0
	KS	43	43.0	43.0	53.0
	S	30	30.0	30.0	83.0
	SS	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa tingkat perusahaan memberikan perhatian lebih kepada konsumen menyatakan sangat setuju sebanyak 17 responden, setuju 30 responden, kurang setuju 43 responden, tidak setuju 4 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 6 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan tidak memebrikan perhatian lebih kepada konsumen.

**Tabel 4.55**  
**Perhatian yang diberikan Karyawan Netral dan Tidak Memandang Status Sosial**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	7.0	7.0	7.0
	KS	33	33.0	33.0	40.0
	S	37	37.0	37.0	77.0
	SS	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa perhatian yang diberikan perusahaan netral, maka responden menyatakan sangat setuju sebanyak 23 responden, setuju 37 responden, kurang setuju 33 responden, dan tidak setuju 7 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa perhatian yang diberikan perusahaan netral dan tidak memandang status sosial

**Tabel 4.56**  
**Karyawan Paham atas Keinginan Konsumennya**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	18	18.0	18.0	19.0
	KS	32	32.0	32.0	51.0
	S	33	33.0	33.0	84.0
	SS	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa karryawan paham atas keinginan konsumen, responden menyatakan sangat setuju sebanyak 16 responden, setuju 33 responden, kurang setuju 32 responden, tidak setuju 18 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan tidak paham atas keinginan konsumennya.

**Tabel 4.57**  
**Karyawan Selalu Memberikan Solusi yang Baik**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	20	20.0	20.0	20.0
	KS	39	39.0	39.0	59.0
	S	26	26.0	26.0	85.0
	SS	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa karyawan selalu memberikan solusi yang baik, responden menyatakan sangat setuju sebanyak 15 responden, setuju 26 responden, kurang setuju 39 responden, dan tidak setuju 20 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan tidak selalu memberikan solusi yang baik.

**Tabel 4.58**  
**Karyawan Mengerti Permintaan Konsumen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	18	18.0	18.0	21.0
	KS	40	40.0	40.0	61.0
	S	24	24.0	24.0	85.0
	SS	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa karyawan mengerti kebutuhan konsumen, responden menyatakan sangat setuju sebanyak 15 responden, setuju 24 responden, kurang setuju 40 responden, tidak setuju 18

responden, dan sangat tidak setuju 3. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa karyawan tidak mengerti kebutuhan konsumen.

**Tabel 4.59**  
**Perusahaan Melayani Permintaan Pelanggan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0	1.0
	TS	4	4.0	4.0	5.0
	KS	30	30.0	30.0	35.0
	S	46	46.0	46.0	81.0
	SS	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa karyawan melayani kebutuhan pelanggan, responden menyatakan sangat setuju sebanyak 19 responden, setuju 46 responden, kurang setuju 30 responden, tidak setuju 4 responden, dan sangat tidak setuju sebanyak 1 responden. Dari 100 responden secara keseluruhan dapat ditarik kesimpulan bahwa perusahaan melayani kebutuhan pelanggan.

**d. Analisis Data**

Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Cabang Tuasan Medan:

**a) Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik digunakan karena model analisis yang dipakai adalah regresi linear berganda. Asumsi klasik yang dimaksudkan terdiri dari:

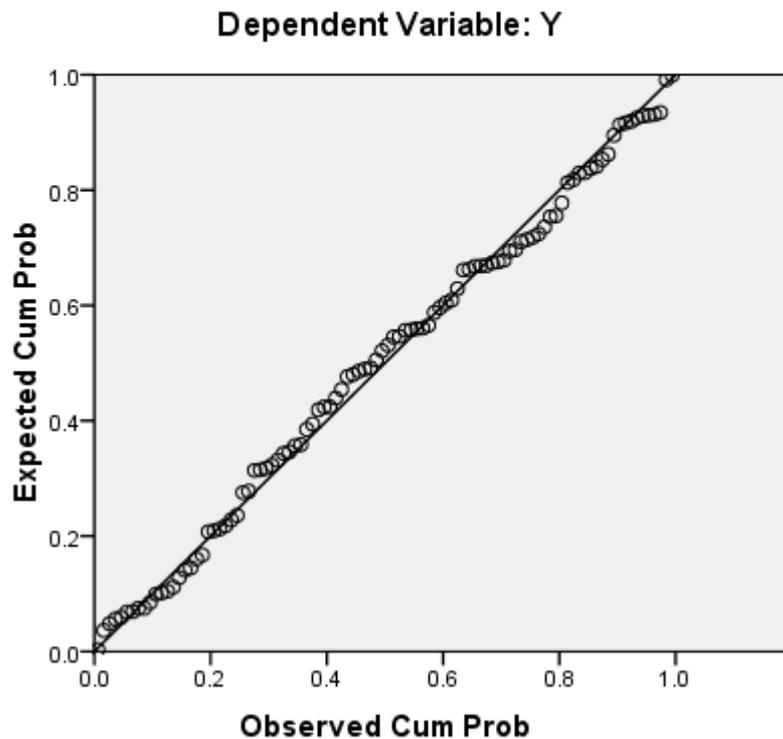
**1. Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas)**

Uji Normalitas bertujuan untuk melihat apakah model regresi, Variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak (Sugiyono,2007 hal 169).

**Gambar 4. 1**

**Hasil Uji Normalitas P-Plot of Regression Standardized Residual**

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**



Kriteria penarikan kesimpulan uji normalitas adalah dapat dilihat pada nilai probabilitasnya, data adalah normal jika nilai kolmogorov smimov adalah signifikan ( $Asymp.sig(2-tailed) > \sigma 0,05$ ) Dengan melihat grafik plot di atas maka dapat kita tarik kesimpulan bahwa Kualitas pelayanan

dengan Kepuasan Pelanggan memiliki distribusi data yang normal. Karena data mengikuti garis diagonal dan menyebar disekitar titik garis diagonal, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi telah memenuhi asumsi normalitas

## 2. Uji Multikolonieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model pada regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antar variabel independen (Sugiyono,2007,hal 170)

**Tabel 4.60**

**Hasil Uji Multikolonieritas**

Coefficients <sup>a</sup>							
						Collinearity Statistics	
						Tolerance	VIF
						.366	2.734
						.285	3.506
						.541	1.849
						.459	2.180
						.261	3.836

a. Dependent Variable: Y

Kriteria penarikan kesimpulan uji multikolinearitas dengan melihat nilai faktor inflasi varian (variance inflasi factor (VIF), yang tidak melebihi 4 atau 5 (Sugiyono,2007,hal 170). Berdasarkan hasil uji diatas kelima variabel independen yakni bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati memiliki nilai

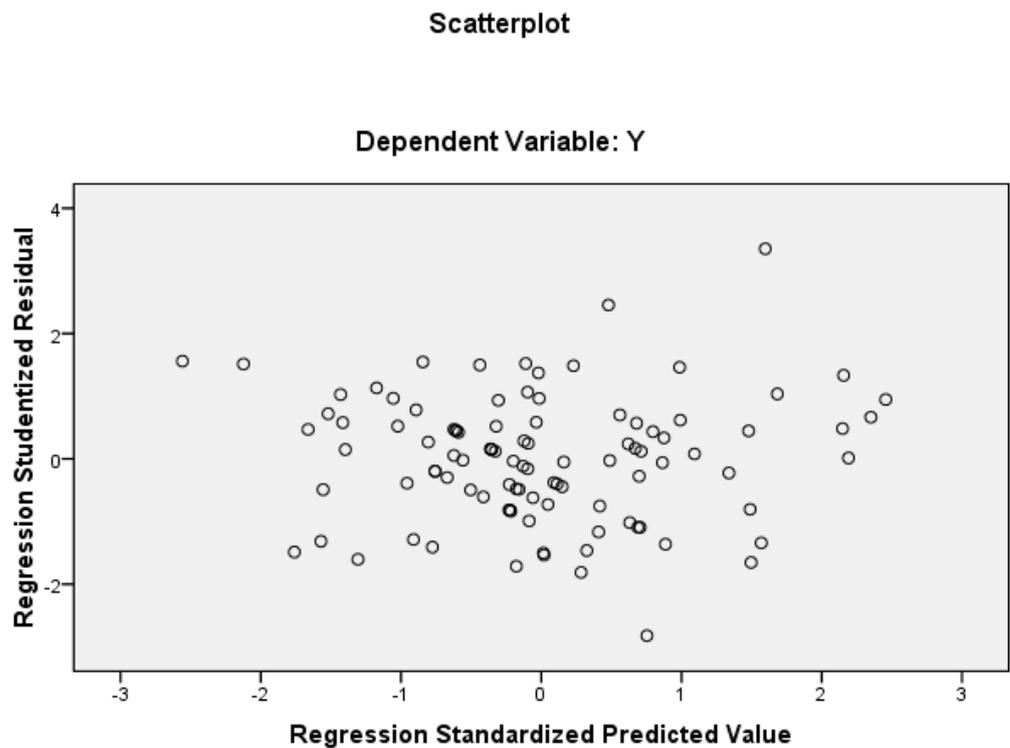
tolerance  $> 0,1$  dan nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF)  $< 10$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi gejala Multikolinieritas.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah ada model dalam regresi, terjadi ketidaksamaan variasi dari residual dari suatu pengamatan yang lain (Sugiyono, 2007, hal 171)

**Gambar 4.2**

#### Hasil Uji Heterokedastisitas



Kriteria penarikan kesimpulan uji heterokedastisitas adalah jika pola tertentu, seperti titik-titik (poin-poin) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur, maka terjadi heterokedastisitas, jika tidak ada pola yang jelas, serta

titik-titik (poin-poin) menyebar dibawah dan diatas 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas (Sugiyono,2007,hal 171). Maka, dilihat dari grafik Scatterplot terlihat bahwa jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka mengindikasikan tidak terjadi heterokedastisitas. Hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi sehingga model regresi layak dipakai untuk melihat Kepuasan Pelanggan PDAM Cabang Tuasan Medan berdasarkan masukan variabel independen yakni Bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.

**b) Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis regresi linier berganda bertujuan untuk menganalisis apakah model regresi yang digunakan dalam penelitian adalah model terbaik (Juliandi, 2013, hal 169), dan mampu mendeskripsikan angka-angka yang ada pada model regresi. Berikut hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS 18:

**Tabel 4.61**  
**Hasil Uji Regresi Linier Berganda**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.020	.262		3.888	.000
X1	.294	.096	.337	3.062	.003
X2	.302	.122	.310	2.485	.015
X3	-.106	.068	-.141	-1.553	.124
X4	-.045	.092	-.049	-.497	.620
X5	.252	.107	.307	2.357	.021

Dari tabel diatas maka dapat diketahui nilai-nilai sebagai berikut :

Konstanta (a) = 1,020

Bukti Fisik ( $X_1$ ) = 0,294

Kehandalan ( $X_2$ ) = 0,302

Daya Tanggap ( $X_3$ ) = - 0,106

Jaminan ( $X_4$ ) = - 0,045

Empati ( $X_5$ ) = 0,252

Dari hasil tersebut maka dapat diketahui model persamaan regresi linearnya adalah sebagai berikut :

$$Y = 1,020 + 0,294 X_1 + 0,302 X_2 + - 0,106X_3 + - 0,045X_4 + 0,252X_5 + e$$

Keterangan :

1. Nilai “a” = 1,020 menunjukkan apabila nilai dimensi Bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati bernilai nol. Maka kepuasan pelanggan PDAM Cabang Tuasan Medan sebesar 1,020 atau dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan tetap bernilai 1,020 apabila tidak dipengaruhi oleh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati.
2. Bukti fisik ( $X_1$ ) sebesar 0,294 dengan arah hubungannya positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan bukti fisik maka akan diikuti oleh penurunan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,294 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

3. Keandalan ( $X_2$ ) sebesar 0,302 dengan arah hubungan positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan keandalan maka akan diikuti oleh kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,302 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.
4. Daya tanggap ( $X_3$ ) sebesar -0,106 dengan arah hubungan positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan daya tanggap maka akan diikuti oleh kenaikan kepuasan pelanggan sebesar -0,106 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.
5. Jaminan ( $X_4$ ) sebesar -0,045 dengan arah hubungan positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan jaminan maka akan diikuti oleh kenaikan kepuasan pelanggan sebesar -0,045 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.
6. Empati ( $X_5$ ) sebesar 0,252 dengan arah hubungan positif menunjukkan bahwa setiap kenaikan empati maka akan diikuti oleh kenaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,252 dengan asumsi variabel independen lainnya dianggap konstan.

### c) Uji Hipotesis

#### (a) Uji t

**Tabel 4.62**  
**Hasil Uji t**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.020	.262		3.888	.000
X1	.294	.096	.337	3.062	.003
X2	.302	.122	.310	2.485	.015
X3	-.106	.068	-.141	-1.553	.124
X4	-.045	.092	-.049	-.497	.620
X5	.252	.107	.307	2.357	.021

Untuk kriteria uji t dilakukan pada tingkat  $\alpha = 5\%$  dengan dua arah dengan nilai  $n = 100 - 5 = 95$  adalah 1,985. Berdasarkan tabel diatas maka dapat disimpulkan mengenai uji hipotesis dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat adalah sebagai berikut :

#### a) Bukti Fisik ( $X_1$ )

Berdasarkan hasil pada tabel diatas, secara parsial dapat di uraikan sebagai berikut:

##### i. Hipotesis:

$H_0: r_{x_1y} = 0$  (Tidak ada korelasi antara bukti fisik dengan kepuasan pelanggan pada PDAM Cabang Tuasan Medan.

$H_1: r_{x_1y} \neq 0$  (ada korelasi antara bukti fisik dengan kepuasan pelanggan pada PDAM Cabang Tuasan Medan.

##### ii. Uji Korelasi Parsial (Uji t) sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} = 3,062$$

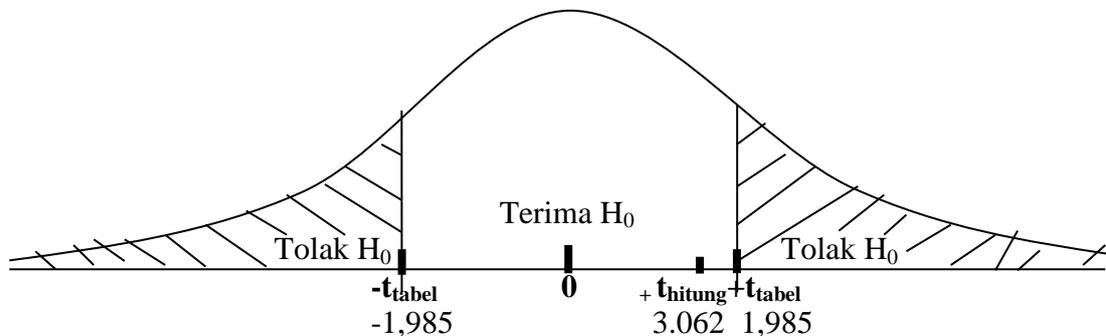
Dengan  $t_{\text{tabel}} = \pm t(5\%/2, 100-5) = \pm t(2,5\%, 95) = 1,985$  di mana  $\square$  = derajat kesalahan 5%.

iii. Kriteria uji:

a) Terima  $H_0$  jika :  $t_{\text{tabel}} \leq t \leq t_{\text{hitung}}$

dan  $1,985 < 3,062$  berarti terima  $H_0$

b) Atau dalam distribusi normal t



**Gambar 4.3**

**Kriteria Pengujian Hipotesis Uji korelasi parsial (uji t) bukti fisik.**

iv. Kesimpulan

Berdasarkan pengujian di atas maka didapat nilai  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 3,062 kemudian dibandingkan dengan nilai = 1,985, maka  $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$  atau  $3,062 > 1,985$ , dengan demikian  $H_0$  diterima hal ini menunjukkan Bukti Fisik PDAM Cabang Tuasan Medan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**b) Keandalan ( $X_2$ )**

Berdasarkan hasil pada tabel diatas, secara parsial dapat di uraikan sebagai berikut:

i. Hipotesis:

$H_0: r_{x_1y} = 0$  (Tidak ada korelasi antara keandalan dengan kepuasan pelanggan pada PDAM Cabang Tuasan Medan.

$H_1: r_{x_1y} \neq 0$  (ada korelasi antara keandalan dengan kepuasan pelanggan pada PDAM Cabang Tuasan Medan.

ii. Uji Korelasi Parsial (Uji t) sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} = 2.485$$

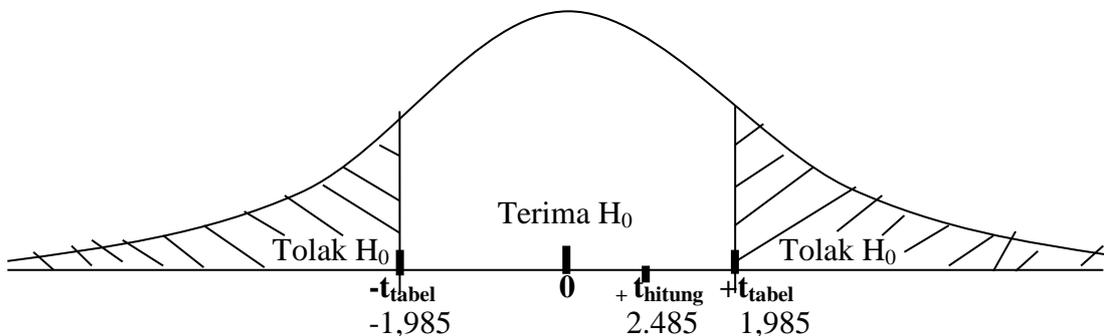
Dengan  $t_{tabel} = \pm t(5\%/2, 100-5) = \pm t(2,5\%, 95) = 1,985$  di mana  $\alpha =$  derajat kesalahan 5%.

iii. Kriteria uji:

c) Terima  $H_0$  jika :  $t_{tabel} \leq t \leq t_{hitung}$

dan  $1,985 < 2.485$  berarti terima  $H_0$

d) Atau dalam distribusi normal t



**Gambar 4.4**

**Kriteria Pengujian Hipotesis Uji korelasi parsial (uji t) keandalan.**

iv. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengujian diatas maka didapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar 2.485 kemudian dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel} = 1,985$ , maka  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $2.485 > 1,985$ , dengan demikian  $H_0$  diterima hal ini menunjukkan bahwa keandalan

PDAM Cabang Tuasan Medan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**c) Daya Tanggap ( $X_3$ )**

Berdasarkan hasil pada tabel diatas, secara parsial dapat di uraikan sebagai berikut:

i. Hipotesis:

$H_0: r_{x_1y} = 0$  (Tidak ada korelasi antara daya tanggap dengan kepuasan pelanggan pada PDAM Cabang Tuasan Medan.

$H_1: r_{x_1y} \neq 0$  (ada korelasi antara daya tanggap dengan kepuasan pelanggan pada PDAM Cabang Tuasan Medan.

ii. Uji Korelasi Parsial (Uji t) sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} = -1.553$$

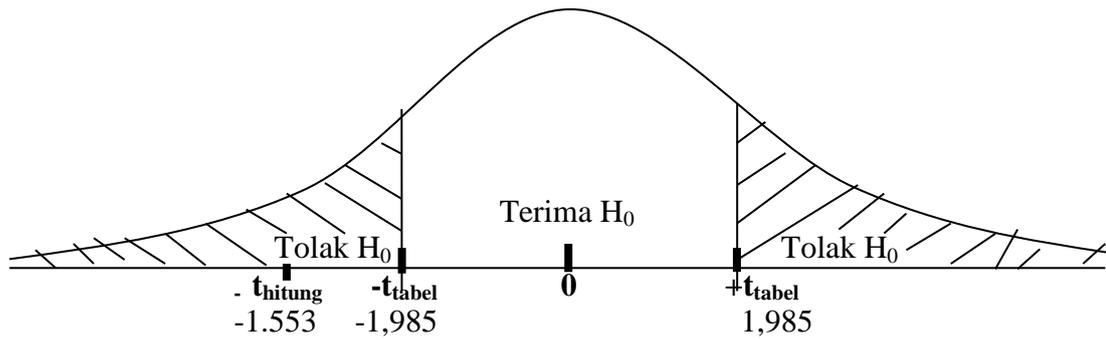
Dengan  $t_{tabel} = \pm t(5\%/2, 100-5) = \pm t(2,5\%, 95) = 1,985$  di mana  $\alpha =$  derajat kesalahan 5%.

iii. Kriteria uji:

e) Terima  $H_0$  jika :  $-t_{tabel} \leq t \leq -t_{hitung}$

dan  $-1,985 > -1.553$  berarti tolak  $H_0$

f) Atau dalam distribusi normal t



**Gambar 4.5**

**Kriteria Pengujian Hipotesis Uji korelasi parsial (uji t) Daya Tanggap.**

Berdasarkan pengujian di atas maka didapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar -1.553 kemudian dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel} = -1,985$ , maka  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $-1.553 < -1,985$ , dengan demikian  $H_0$  ditolak hal ini menunjukkan bahwa daya tanggap PDAM Cabang Tuasan Medan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**d) Jaminan (X<sub>4</sub>)**

Berdasarkan hasil pada tabel diatas, secara parsial dapat di uraikan sebagai berikut:

i. Hipotesis:

$H_0: r_{x_1y} = 0$  (Tidak ada korelasi antara jaminan dengan kepuasan pelanggan pada PDAM Cabang Tuasan Medan.

$H_1: r_{x_1y} \neq 0$  (ada korelasi antarajaminan dengan kepuasan pelanggan pada PDAM Cabang Tuasan Medan.

ii. Uji Korelasi Parsial (Uji t) sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} = -0.497$$

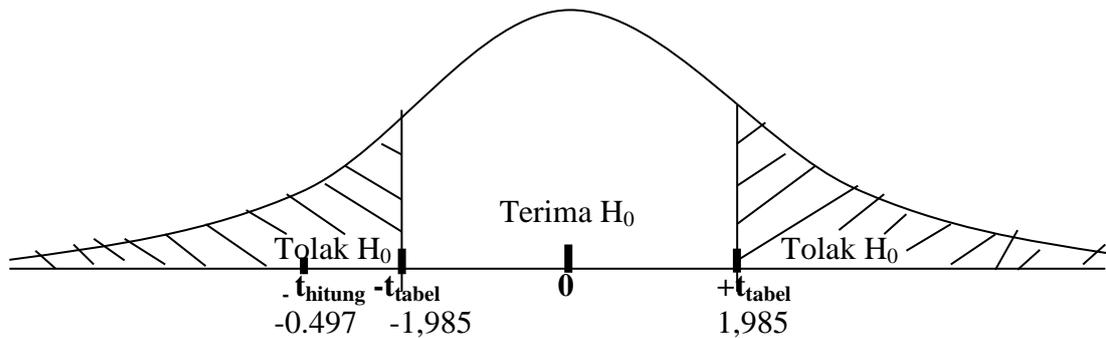
Dengan  $t_{tabel} = \pm t(5\%/2, 100-5) = \pm t(2,5\%, 95) = 1,985$  di mana  $\alpha$  = derajat kesalahan 5%.

iii. Kriteria uji:

g) Terima  $H_0$  jika :  $-t_{tabel} \leq t \leq -t_{hitung}$

dan  $-1,985 > -0.497$  berarti tolak  $H_0$

h) Atau dalam distribusi normal t



**Gambar 4.7**  
**Kriteria Pengujian Hipotesis Uji korelasi parsial (uji t) Jaminan.**

iv. Kesimpulan

Berdasarkan tabel di atas maka didapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar -0.497 kemudian dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$  pada tabel distribusi nilai t yang dapat dilihat pada lampiran, nilai tersebut dinamakan *degree of freedom*. Maka nilai  $t_{tabel} = -1,985$ , maka  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $-0.497 < -1,985$ , dengan demikian  $H_0$  ditolak hal ini menunjukkan bahwa jaminan PDAM Cabang Tuasan Medan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

e) **Empati ( $X_5$ )**

Berdasarkan hasil pada tabel diatas, secara parsial dapat di uraikan sebagai berikut:

i. Hipotesis:

$H_0: r_{x_1y} = 0$  (Tidak ada korelasi antara empati dengan kepuasan pelanggan pada PDAM Cabang Tuasan Medan.

$H_1: r_{x_1y} \neq 0$  (ada korelasi antara empati dengan kepuasan pelanggan pada PDAM Cabang Tuasan Medan.

ii. Uji Korelasi Parsial (Uji t) sebagai berikut:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} = 2.357$$

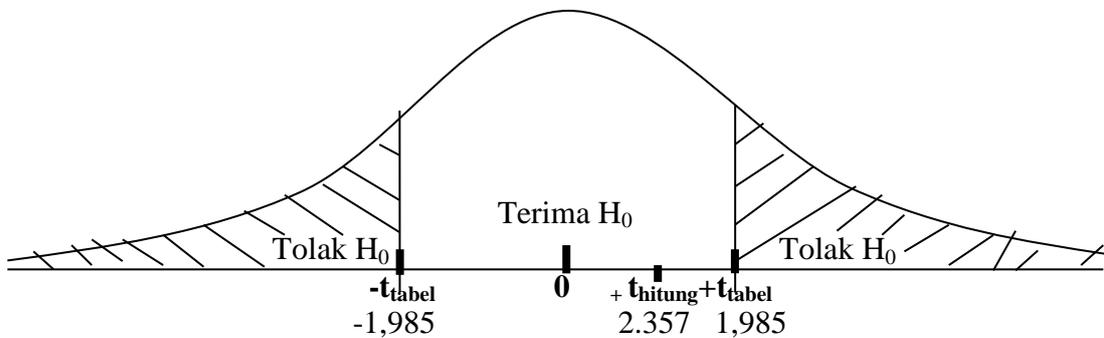
Dengan  $t_{\text{tabel}} = \pm t(5\%/2, 100-5) = \pm t(2,5\%, 95) = 1,985$  di mana  $\alpha =$  derajat kesalahan 5%.

iii. Kriteria uji:

i) Terima  $H_0$  jika :  $t_{\text{tabel}} \leq t \leq t_{\text{hitung}}$

dan  $1,985 < 2.357$  berarti terima  $H_0$

j) Atau dalam distribusi normal t



**Gambar 4.8**

**Kriteria Pengujian Hipotesis Uji korelasi parsial (uji t) Empati.**

iv. Kesimpulan

Berdasarkan tabel di atas maka didapat nilai  $t_{\text{hitung}}$  sebesar 2.357 kemudian dibandingkan dengan nilai  $t_{\text{tabel}}$  pada tabel distribusi nilai t yang dapat dilihat pada lampiran, nilai tersebut dinamakan *degree of freedom*. Maka nilai  $t_{\text{tabel}} = 1,985$ ,

maka  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $2.357 > 1,985$ , dengan demikian  $H_0$  diterima hal ini menunjukkan bahwa empati PDAM Cabang Tuasan Medan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**(b) Uji Korelasi Simultan (Uji f)**

Untuk mengetahui makna nilai F-test tersebut akan dilakukan dengan membandingkan tingkat signifikansi (sig.F) dengan tingkat signifikansi ( $\alpha= 5 \%$ ). Apabila  $sig. F \leq 0.05$  atau apabila  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka hipotesis nol ditolak artinya variabel *independent* secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap variabel *dependent*.

**Tabel 4.63**  
**Uji F**  
**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.816	5	2.563	26.306	.000 <sup>a</sup>
	Residual	9.159	94	.097		
	Total	21.976	99			

a. Predictors: (Constant), X5, X3, X1, X4, X2

b. Dependent Variable: Y

i. Hipotesis

$H_0: r_{X_1X_2X_3X_4X_5Y} = 0$  tidak ada korelasi antara bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati dengan kepuasan pelanggan di PDAM Tuasan Medan

$H_1: r_{X_1X_2X_3X_4X_5Y} \neq 0$  ada korelasi antara bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati dengan kepuasan pelanggan di PDAM Tuasan medan.

ii. Uji statistik yang digunakan adalah uji korelari simultan F

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1 - R^2)/(n - k - 1)}$$

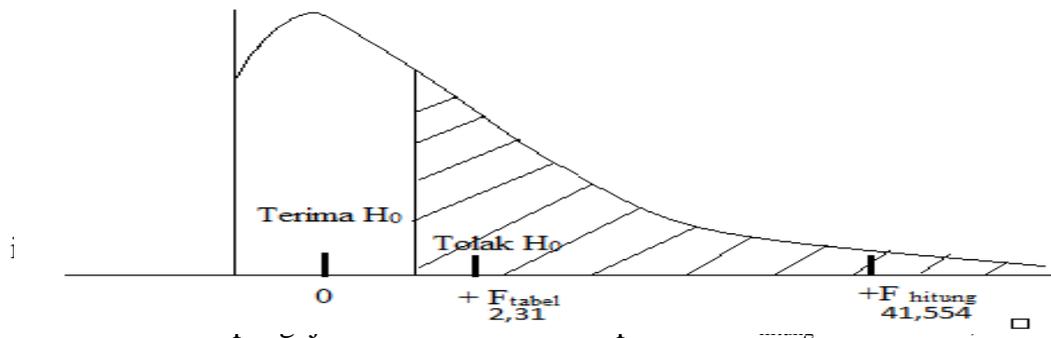
$$= 26,306$$

dengan  $F_{\text{tabel}} = F(\alpha/2, n - k - 1)$ ,  $dk = 100 - 5 - 1 = 94$ ,  $\alpha = 5\%$ ,  $F_{\text{tabel}} = 2,31$

iii. Kriteria Uji

Terima  $H_0$  jika  $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$

Atau dalam distribusi kurva F



kemudian dibandingkan dengan nilai  $F_{\text{tabel}}$  pada tabel distribusi nilai F yang dapat dilihat pada lampiran, nilai tersebut dinamakan *degree of freedom*. Maka nilai  $F_{\text{tabel}} = 2,31$ , maka  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$  atau  $26,306 > 2,31$ , dengan demikian  $H_0$  ditolak hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati pada PDAM Cabang Tuasan Medan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen.

**(c) Analisis Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) pada intinya untuk mengetahui besarnya persentase kontribusi bukti Fisik (tangibles), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan, dengan rumus

**Tabel 4.64**  
**Uji Koefisien Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.764 <sup>a</sup>	.583	.561	.31215	1.532

a. Predictors: (Constant), X5, X3, X1, X4, X2

b. Dependent Variable: Y

$$D = R^2 \times 100\%$$

$$D = 0,764^2 \times 100\%$$

$$= 58,36\%$$

Dari perhitungan diatas maka dapat diperoleh nilai D sebesar 58,36%, artinya kualitas Pelayanan PDAM Cabang Tuasan Medan mempengaruhi Kepuasan Konsumen sebesar 58,36%, sisanya sebesar 41,63% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Setelah dilakukannya penelitian mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Cabang Tuasan Medan. Dengan ini penulis mendapat kesimpulan bahwa:

1. Kualitas Pelayanan yang diharapkan Konsumen PDAM cabang Tuasan Medan dinilai sangat penting, dan masih banyak hal yang perlu diperhatikan oleh PDAM seperti keandalan perusahaan dalam melakukan pelayanan misalnya pelayanan yang belum sesuai janji, pertanggung jawaban masalah pelayanan, emmberikan solusi kepada karyawan, pelayanan yang belum tepat waktu, dan memberikan informasi yang akurat dan relevan kepada konsumen. Selanjutnya berkenaan dengan empati PDAM kepada pelanggan dalam hal memberikan perhatian individual, mengerti terhadap keinginan pelanggan, dan pengertian terhadap kebutuhan pelanggan.
2. Kepuasan Konsumen PDAM Cabang Tuasan Medan pada pelayanan masih perlu banyak perbaikan hal ini dilihat pada rata-rata jawaban pelanggan di kuisisioner menjawab kurang setuju dengan Sistem keluhan yang masih terbilang lama, penyampaian keluhan rumit, pihak PDAM tidak menghubungi pelanggan ketika ada promosi ketika pelanggan tidak berkunjung dalam jangka waktu yang lama, dan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan yang tidak rutin dilakukan.

3. Berdasarkan hasil uji statistik yaitu uji asumsi klasik (a) Uji Multikolonieritas bahwa terdapat problem multikolonieritas antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan hal ini dikarenakan nilai VIF berada dibawah 10 dan nilai Tolerance lebih dari 0,1., (b) uji heteroskedastisitas terdapat homokedastisitas pada kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, (c) uji asumsi klasik Dengan melihat grafik plot di atas maka dapat kita tarik kesimpulan bahwa Kualitas pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan memiliki distribusi data yang normal. Uji hipotesis dengan uji t menyebutkan bahwa Bukti Fisik PDAM Cabang Tuasan Medan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, keandalan PDAM Cabang Tuasan Medan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, daya tanggap PDAM Cabang Tuasan Medan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, jaminan PDAM Cabang Tuasan Medan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen, empati PDAM Cabang Tuasan Medan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Selanjutnya dilakukan uji F, yang menyatakan kualitas pelayanan yang meliputi bukti fisik, keandalan, ketanggapan, jaminan dan empati pada PDAM Cabang Tuasan Medan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dan terakhir adalah analisis koefisien determinasi yang menyatakan kualitas Pelayanan PDAM Cabang Tuasan Medan mempengaruhi Kepuasan Konsumen sebesar 58,36%, sisanya sebesar 41,63% dipengaruhi oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan serta kesimpulan yang telah diuraikan sebelumnya, maka penulis mengemukakan beberapa saran yang dapat dijadikan masukan bagi PDAM cabang Tuasan Medan, sehingga dapat mengambil manfaat dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan yang akan berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen PDAM cabang Tuasan Medan, adapun beberapa saran tersebut adalah:

1. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan:
  - Dalam menghadapi keluhan pelanggan sebaiknya lebih cepat di tanggapinya karena kecepatan pelayanan dapat membantu kelancaran konsumen.
  - Petugas sebaiknya mudah dihubungi, karena PDAM sangat dibutuhkan oleh pelanggan.
  - Jika ada gangguan dari pelanggan sebaiknya petugas PDAM cabang Tuasan Medan cepat menanggapi, hal ini akan membuat pelanggan senang dan meringankan bebannya.
2. Perusahaan diharapkan dapat terus memotivasi karyawan agar lebih meningkatkan kinerja serta dapat lebih memperhatikan keluhan-keluhan yang disampaikan konsumen seperti perusahaan hendaknya menyediakan kotak saran, kartu komentar, dan adanya jaminan untuk menanggulangi agar pelanggan merasa puas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Antonio, Muhammad Syafii. 2011. *Bank Syariah : Dari Teori ke Praktek*. Jakarta. Gema Insani Press bekerjasama dengan yayasan Tazkia Cendekia
- Kotler, Philip. Garry Armstrong. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Kesembilan, Jilid 2, PT. Indeks : Jakarta
- Ni Nyoman Yuliarini dan Putu Riyasa (2007). *Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar*. Jurusan Ilmu Ekonomi Fakultas Ekonomi, Universitas Udayana, Denpasar.
- Rangkuti, Freddy (2002). *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN-JP*. PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Rustika Atmawati, dan M. Wahyuddin. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall*. Program Pascasarjana Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Suharno & Yudi Sutarso. 2010. *Marketing in Practice*. Graha Ilmu, Yogyakarta
- Fandy Tjiptono, 1996, *Manajemen Jasa*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Fandy Tjiptono, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Vicky Taufik Nugraha (2012). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PDAM Kota Bandung*. Universitas Widyatama. Bandung.