

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
KONSUMEN PADA PDAM (PERUSAHAAN DAERAH  
AIR MINUM) TIRTA MAYANG KOTA JAMBI**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar  
Sarjana ( S1 ) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi  
Universitas Batanghari Jambi**

**OLEH :**

**Nama : Feni Jeni Wardani**

**Nim : 1600861201406**

**Konsentrasi : Manajemen Pemasaran**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS BATANGHARI JAMBI  
TAHUN 2020**

## TANDA PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

Dengan ini komisi Pembimbing Skripsi Menyatakan bahwa Skripsi Sebagai berikut:

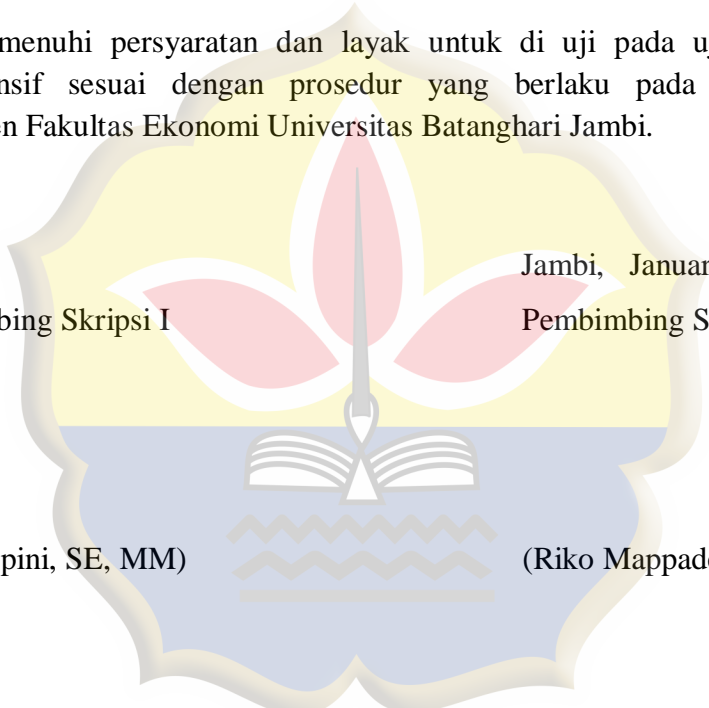
Nama : Feni Jeni Wardani  
Nim : 1600861201406  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) Tirta Mayang Kota Jambi

Telah memenuhi persyaratan dan layak untuk di uji pada ujian skripsi dan komprehensif sesuai dengan prosedur yang berlaku pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.

Jambi, Januari 2020

Pembimbing Skripsi I Pembimbing Skripsi II

(Pupu Sopini, SE, MM) (Riko Mappadeceng, SE, MM)



Mengetahui  
Ketua Program Studi Manajemen

(Anisah, SE, MM)

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Feni Jeni Wardani  
Nim : 1600861201406  
Program Studi : Manajemen Pemasaran  
Dosen Pembimbing : Pupu Sopini, SE, MM/ Riko Mappadeceng, SE, MM  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) Tirta Mayang Kota Jambi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penulisan skripsi ini berdasarkan penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, bahwa data-data yang saya cantumkan pada skripsi ini adalah benar bukan hasil rekayasa, bahwa skripsi ini adalah karya orisinil bukan hasil plagiatisme atau diupahkan pada pihak lain. Jika terdapat karya atau pemikiran orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya tulis ini dan sanksi lain sesuai dengan peraturan yang berlaku di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jambi, Januari 2020

Yang Membuat Pernyataan

Feni Jeni Wardani

## TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini dipertahankan Tim Penguji Ujian Komprehensif dan Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi, pada:

Hari : Jum'at  
Tanggal : 7 Februari 2020  
Jam : 15.30-17.30  
Tempat : Ruang Sidang Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi

### PANITIA PENGUJI

JABATAN	NAMA	TANDA TANGAN
Ketua	: Sakinah AS, SE, MM	_____
Sekretaris	: Riko Mappadeceng, SE, MM	_____
Penguji Utama	: Akhmad Irwansyah S, SE, MM	_____
Anggota	: Pupu Sopini, SE, MM	_____

Disahkan Oleh :

**Dekan Fakultas Ekonomi  
Universitas Batanghari**

**Ketua Program  
Studi Manajemen**

**Dr. Hj. Arna Suryani, SE, M.Ak, Ak, CA**

**Anisah, SE, MM**

## ABSTRACT

**Feni Jeni Wardani / 1600861201406/ Faculty of Economics University Batanghari Jambi/ The Effect Of Service Quality On Consumer Satisfaction at PDAM (Regional Drinking Water Company) Tirta Mayang Jambi City / Advisor 1st Pupu Sopini, SE, MM / 2nd Advisor Riko Mappadeceng, SE, MM.**

The purpose of this research is to know and describe the quality of service and customer satisfaction in water supply Company (PDAM) Tirta Mayang Kota Jambi. To analyze the influence of quality of service to customer satisfaction in the water Supply Company (PDAM) Tirta Mayang Kota Jambi.

In discussing this issue authors use quantitative descriptive method that is by looking for information about the symptoms, clearly defined objectives to be achieved, plan the way of approach. In this research the author held comparisons between education and motivation to the performance of employees in the water Supply Company (PDAM) Tirta Mayang Kota Jambi.

The purpose of the establishment of PDAM Tirta Mayang Kota Jambi is to make every effort in the field of supply and distribution of water for the benefit of the community both quality and quantity that meet health requirements so that it is empowered to stay Hold fast to the company's economic principles and service for the community.

The values of the model coefficient that can be compiled for this study are  $Y = 0.359 + 0.851X + E$ . Constant value of 0359. That means if the service quality variable is considered constant (worth 0), then the consumer satisfaction variable will be worth 0359. 0851 service quality variable coefficient means that every service quality increase by 1% result in consumer satisfaction will increase by 85.1%

From 100 respondents argued that the quality of service at PDAM Tirta Mayang Jambi in good condition and consumers at PDAM Tirta Mayang Jambi satisfied with the quality of the service. There is a significant influence between the variable service quality (X) to consumer satisfaction (Y) of PDAM Tirta Mayang. This is evidenced by the value of the calculated t greater than t table ( $10.290 > 1.983$ ).

## KATA PENGANTAR

Saya panjatkan puji dan syukur atas kehadiran Tuhan Yang Maha Esa, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) Tirta Mayang Kota Jambi”**

Skripsi ini disusun dan diajukan untuk memenuhi salah satu syarat mencapai Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi. Dalam menyelesaikan skripsi ini penulis mengucapkan terimakasih sebesar-besarnya kepada Almarhum Ayah (Djemakir) dan Ibu (Warsini) dan saudara kandung saya (Feryanto, Fefyanto dan Bunga Anggraini) yang selama ini telah memberikan dorongan moril dan material serta do'a yang tulus.

Pada kesempatan ini penulis juga mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah membantu menyelesaikan skripsi ini, kepada yang terhormat:

1. Bapak H. Fachruddin Razi, SH, MH, selaku Rektor Universitas Batanghari Jambi.
2. Ibu Dr. Hj. Arna Suryani, SE, M.Ak, Ak, CA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.
3. Ibu Anisah, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Batanghari Jambi.

4. Ibu Pupu Sopini, SE, MM dan Bapak Riko Mappadeceng, SE, MM selaku pembimbing skripsi I dan pembimbing skripsi II yang telah meluangkan waktu dan tenaga serta pikiran memberikan bimbingan dan pengarahan serta saran sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.
5. Dosen dan Staf Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi yang telah memberikan ilmu dan memperlancar aktivitas penulis selama mengikuti perkuliahan.

Jambi, Januari 2020



Penulis

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.</b> ....	<b>i</b>
<b>TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.</b> ....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.</b> ....	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT.</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR.</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI.</b> .....	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL.</b> .....	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.</b> .....	<b>xi</b>

### **BAB I : PENDAHULUAN**

1.1. Latar Belakang Penelitian. ....	1
1.2. Identifikasi Masalah. ....	6
1.3. Rumusan Masalah. ....	6
1.4. Tujuan Masalah. ....	6
1.5. Manfaat Penelitian. ....	7

### **BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN**

2.1. Landasan Teori .....	9
2.1.1. Konsep Manajemen. ....	9
2.1.2. Pemasaran. ....	10
2.1.3. Jasa. ....	11
2.1.4. Manajemen Pemasaran Jasa. ....	12
2.1.5. Konsep Kualitas Pelayanan .....	14
2.1.6. Konsep Perilaku Konsumen. ....	19
2.1.7. Konsep Kepuasan Konsumen .....	22
2.1.8. Hubungan Antar Variabel. ....	26
2.1.9. Penelitian Terdahulu. ....	27
2.1.10 Kerangka Pemikiran .....	27
2.1.11. Hipotesis .....	28
2.2. Metodologi Penelitian. ....	29
2.2.1. Metode Penelitian yang Digunakan. ....	29
2.2.2. Jenis dan Sumber Data. ....	29
2.2.3. Metode Pengumpulan Data. ....	30
2.2.4. Populasi dan Sampel. ....	30
2.2.5. Metode Analisis. ....	31
2.2.6. Operasional Variabel. ....	36



**BAB III: GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

3.1. Sejarah Singkat PDAM Tirta Mayang Jambi ..... 37  
3.2. Visi dan Misi PDAM Tirta Mayang Jambi ..... 38  
3.3. Struktur Organisasi PDAM Tirta Mayang Jambi ..... 39

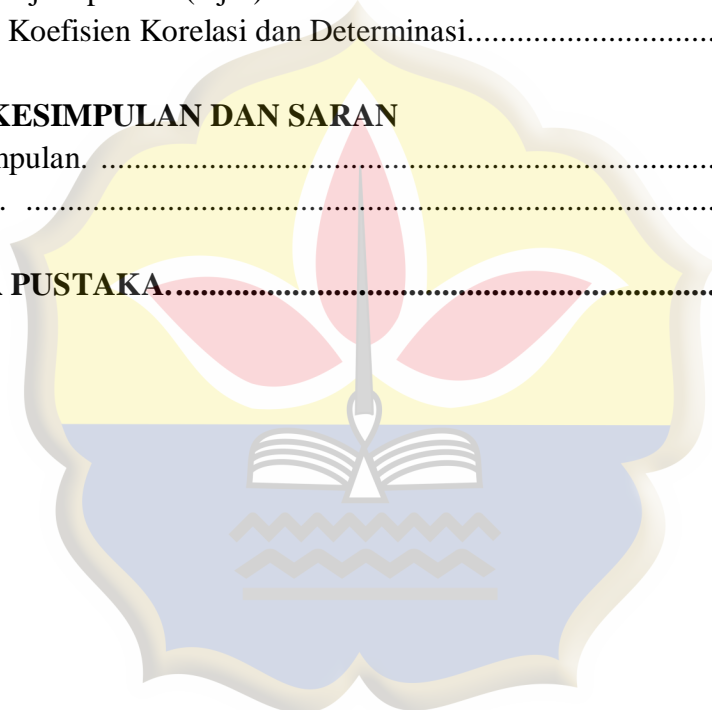
**BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

4.1. Hasil Penelitian. .... 46  
4.1.1. Karakteristik Responden..... 46  
4.1.2. Kualitas Pelayanan PDAM Tirta Mayang Jambi ..... 48  
4.1.3. Kepuasan Konsumen PDAM Tirta Mayang Jambi..... 58  
4.1.4. Persamaan Regresi Linear Sederhana ..... 63  
4.1.5. Uji Hipotesis (Uji t) ..... 64  
4.1.6. Koefisien Korelasi dan Determinasi..... 65

**BAB V: KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan. .... 67  
5.2. Saran. .... 67

**DAFTAR PUSTAKA..... 69**



## DAFTAR TABEL

No Tabel	Judul Tabel	Halaman
1.	Data Jumlah Konsumen PDAM Tirta Mayang Jambi. ....	4
2.	Data Jumlah Keluhan Konsumen PDAM Tirta Mayang Jambi.....	5
3.	Penelitian Terdahulu .....	27
4.	Tingkat Korelasi .....	34
5.	Operasional Variabel.....	36
6.	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin. ....	46
7.	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur. ....	47
8.	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan. ....	47
9.	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Konsumen .....	48
10.	Hasil Skor Responden Terhadap indikator Kehandalan .....	49
11.	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator Daya Tanggap. ....	50
12.	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator Jaminan.....	51
13.	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator Empati .....	52
14.	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator Berwujud .....	54
15.	Hasil Rekap Jawaban Pernyataan Kualitas Pelayanan.....	55
16.	Hasil Jawaban Indikator Kualitas Pelayanan.....	57
17.	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator Kesesuaian harapan.....	58
18.	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator Minat Berkunjung Kembali .....	59
19.	Hasil Skor Responden Terhadap Indikator Kesiediaan Merekomendasikan ....	60
20.	Hasil Rekap Jawaban Pernyataan Kepuasan Konsumen .....	61
21.	Hasil Jawaban Indikator Kepuasan Konsumen .....	62
22.	Uji Analisis Regresi Linear Sederhana .....	63
23.	Uji t .....	64
24.	Uji Koefisien Korelasi dan Determinasi .....	65

## DAFTAR GAMBAR

No Gambar	Judul Gambar	Halaman
2.1:	Kerangka Pemikiran.....	28
3.1:	Struktur Organisasi.....	39



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang penelitian

Perkembangan dunia bisnis pada era globalisasi menuntut kinerja yang sempurna dari setiap proses yang dijalankan oleh perusahaan. Pemasaran tidak dipandang sebagai bagian yang terpisah dari proses penjualan jasa. Perkembangan pemasaran sendiri tidak terlepas dari fungsi-fungsi yang lain dan pada akhirnya mempunyai tujuan untuk memuaskan konsumen.

Pemasaran yang tidak efektif dapat membahayakan bisnis karena dapat berakibat pada konsumen yang tidak puas. Pemasaran yang efektif justru berakibat sebaliknya yaitu menciptakan nilai dan utilitas. Menciptakan nilai merupakan inti pemikiran pemasaran modern dengan tujuan menarik konsumen baru dan mempertahankan konsumen saat ini.

Air merupakan kebutuhan pokok bagi makhluk hidup di dunia ini termasuk manusia. Air merupakan sumber daya nasional yang menyangkut hajat hidup orang banyak, maka pengelolaannya dipegang oleh pemerintah. Hal ini sesuai dengan UUD 1945 Pasal 33 ayat (3), yang berbunyi “Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung didalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat.

Air bersih merupakan salah satu kebutuhan yang sangat vital bagi semua manusia. Karena segala aktivitas masyarakat di berbagai aspek kehidupan manapun memerlukan air bersih. Tersedianya air bersih adaah

mutlak untuk menunjang hidup yang sehat, termasuk di daerah perkotaan yang tingkat penduduknya sangat tinggi dirasakan semakin sulit untuk mendapatkan air bersih yang memenuhi syarat-syarat kesehatan.

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) dibentuk oleh pemerintah yang tersebar di berbagai daerah untuk membantu sistem kinerja PAM, sehingga air yang dikelola pemerintah bisa tersalur pada masyarakat sebagai konsumen. Namun dalam pelaksanaannya masih banyak terjadi kendala-kendala operasional pada PDAM.

Jika dalam proses pengelolaan sumber daya air kurang baik maka dapat menyebabkan kekurangan air, monopolisasi serta privatisasi dan bahkan menyulut konflik. Indonesia telah memiliki undang-undang yang mengatur sumber daya air sejak tahun 2004, yakni undang-undang nomor 7 tahun 2004 tentang sumber daya air.

Bertonggak pada pencapaian tujuan tersebut maka dibutuhkan pengukuran kinerja PDAM untuk mengukur seberapa besar performa kinerja perusahaan. Maka diperlukan sebuah metode pengukuran kinerja yang tepat dan sekaligus dapat memberikan solusi dalam pengambilan keputusan. Pengukuran kinerja yang paling mudah dan umumnya dilakukan oleh perusahaan adalah pengukuran yang berbasis pada kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan yang baik merupakan upaya yang dapat digunakan oleh perusahaan dalam menghadapi persaingan dalam bidang jasa yang erat kaitannya dengan kepuasan konsumen. Kualitas pelayanan yang diharapkan oleh para konsumen adalah fasilitas yang memadai, pelayanan yang baik,

kenyamanan, keamanan, ketenangan dan hasil yang memuaskan sehingga pihak manajemen harus memikirkan bagaimana kualitas pelayanan yang baik pada saat ini dapat terus berkembang demi kelancaran dimasa yang akan datang.

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

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler, 2000). Kepuasan konsumen dipandang sebagai konsep multi dimensional yang melibatkan biaya, kemudahan sarana, aspek teknis dan interpersonal serta hasil akhir. Kepuasan ini terjadi sebagai hasil berpengaruhnya keterampilan, pengetahuan, perilaku, sikap dan penyedia sarana.

Kepuasan konsumen merupakan penentuan yang signifikan dari pengulangan pembelian, informasi dari mulut ke mulut yang positif dan kesetiaan konsumen. Kepuasan konsumen akan mempengaruhi intensitas perilaku untuk membeli produk dari penyedia produk yang sama. Salah satu

factor yang menentukan kepuasan konsumen adalah kualitas pelayanan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada *responsivness* (daya tanggap), *reliability* (kehandalan) dan *empathy* (empati), (Tjiptono, 2006).

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) dibentuk oleh pemerintah yang tersebar di berbagai daerah untuk membantu sistem kinerja PAM, sehingga air yang dikelola pemerintah bisa tersalur pada masyarakat sebagai konsumen. Namun dalam pelaksanaannya masih banyak terjadi kendala-kendala operasional pada PDAM.

Tujuan didirikannya PDAM Tirta Mayang Kota Jambi adalah untuk melakukan segala usaha di bidang penyediaan dan penyaluran air untuk kepentingan masyarakat baik kualitas maupun kuantitas yang memenuhi syarat kesehatan sehingga berdaya guna dengan tetap berpegang teguh pada prinsip-prinsip ekonomi perusahaan serta pelayanan bagi masyarakat. Berikut adalah data jumlah konsumen dan data jumlah unit penjualan pada PDAM Tirta Mayang Kota Jambi:

**Tabel 1.1**  
**Data Jumlah Konsumen Pada PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum)**  
**Kota Jambi**

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Konsumen (Orang)</b>	<b>Perkembangan (%)</b>
2014	62.883	-
2015	64.847	3,12
2016	69.379	6,98
2017	72.965	5,16
2018	78.259	7,25
<b>Rata-rata</b>		<b>5,62</b>

Sumber: PDAM Tirta Mayang Kota Jambi, 2019

Berdasarkan table 1 dapat dilihat jumlah konsumen dari tahun 2014-2018 meningkat, pada tahun 2014 jumlah konsumen sebanyak 62.883 orang lalu pada tahun 2015 meningkat sebesar 3,12% sehingga konsumen sebanyak 64.847 orang, pada tahun 2016 jumlah konsumen meningkat sebanyak 6,98% sehingga jumlah konsumen menjadi 69.379, di tahun 2017 jumlah konsumen meningkat sebesar 5,16% sehingga jumlah konsumen menjadi 72.965 orang dan pada tahun 2018 jumlah konsumen meningkat sebesar 7,25% sehingga jumlah konsumen menjadi 78.259 orang.

Dari jumlah konsumen yang dipaparkan diatas, ada beberapa konsumen yang memberikan keluhan kepada pihak usaha PDAM Tirta Mayang Kota Jambi. Ketidakpuasan konsumen atau keluhan konsumen adalah suatu resiko pekerjaan yang tidak perlu dicemaskan, justru dengan adanya keluhan dan kekecewaan konsumen, pihak perusahaan bisa lebih banyak belajar mengenai karakter pelanggan. Dengan kondisi tersebut, perusahaan dapat mencari solusi dalam mengatasi ketidakpuasan pelanggan. Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan ketidakpuasan konsumen pada PDAM Tirta Mayang Kota Jambi:

**Tabel 1.2**  
**Data Jumlah Keluhan Konsumen Pada**  
**Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mayang Kota Jambi**

Tahun	Jenis Keluhan		Total Keluhan	Perkembangan (%)
	Pipa Bocor (Unit)	Air Tidak Mengalir (Unit)		
2014	2.421	1.414	3.835	-
2015	3.126	912	4.038	5,29
2016	2.632	1.320	3.952	(2,12)
2017	3.925	1.718	5.643	42,78
2018	3.188	1.639	4.827	(14,46)
<b>Rata-Rata</b>				<b>7,87</b>

Sumber: PDAM Tirta Mayang Kota Jambi, 2019



Dari table 2 dapat dilihat sering kali terjadinya pipa bocor dan air tidak mengalir dan jumlah pengaduan tersebut dalam jumlah yang cukup banyak, sehingga hal tersebut menjadikan konsumen merasa tidak puas dengan kualitas yang diberikan oleh PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) Kota Jambi. Tabel diatas menunjukkan bahwa total keluhan konsumen berfluktuasi. Pada tahun 2015 total keluhan meningkat 5,29% menjadi 4.038 dari tahun sebelumnya, lalu tahun 2016 menurun sebesar 2,12% menjadi 3.952 dari tahun sebelumnya. Pada tahun 2017 total keluhan meningkat sebesar 42,78% menjadi 5.643 dari tahun sebelumnya dan pada tahun 2018 terjadi penurunan sebesar 14,46% sehingga menjadi 4.827.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk mengetahui lebih lanjut tentang cara bagaimana indikator dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen yang telah diberikan oleh PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) Tirta Mayang Kota Jambi yang dituangkan dalam sebuah penelitian laporan skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mayang Kota Jambi”**.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Dari latar belakang di atas terdapat beberapa identifikasi masalah sebagai berikut :

1. Adanya keluhan yang dirasakan oleh para konsumen dan cenderung meningkat di tahun 2017 dengan peningkatan 42,78%.

2. Pipa bocor merupakan pengaduan yang paling banyak, hal tersebut menyatakan bahwa kualitas pipa yang digunakan kurang baik.

### **1.3. Rumusan Masalah**

Berdasarkan keterangan diatas maka yang jadi permasalahan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mayang Kota Jambi ?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mayang Kota Jambi?

### **1.4. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk :

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mayang Kota Jambi.
2. Untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mayang Kota Jambi.

### **1.5. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat penelitian ini adalah :

1. Bagi Peneliti

Untuk memperluas wawasan berfikir dalam bidang manajemen pemasaran.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Sebagai bahan referensi bagi peneliti yang ingin melakukan penelitian pada masa yang akan datang.

## 3. Bagi Perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat memberi informasi positive dalam rangka menunjang perbaikan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mayang Kota Jambi.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN

#### 2.1. Landasan Teori

##### 2.1.1. Manajemen

Menurut Manulang (2010:5) Manajemen adalah seni dan ilmu perencanaan, pengorganisasian, penyusunan, pengarahan, dan pengawasan sumber daya untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan. Sedangkan manajemen menurut Siswanto (2014:7) adalah seni dan ilmu dalam perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, pemotivasian dan pengendalian terhadap orang dan mekanisme kerja untuk mencapai tujuan.

Menurut Subagyo (2011:1) manajemen adalah tindakan untuk mencapai tujuan yang dilakukan dengan mengkoordinasi kegiatan orang lain fungsi-fungsi atau kegiatan-kegiatan manajemen yang meliputi perencanaan, *staffing*, koordinasi, pengarahan dan pengawasan. Jadi, dengan kata lain Manajemen adalah sebagai sebuah proses perencanaan, perorganisasian, pengarahan, dan pengawasan sumber daya untuk mencapai sasaran efektif dan efisien.

Adapun fungsi dari manajemen adalah elemen dasar yang akan selalu ada dan melekat di dalam proses manajemen yang akan dijadikan acuan oleh manajer dalam melaksanakan kegiatan untuk mencapai tujuan. Menurut Handoko (2012:6) proses dan fungsi manajemen adalah sebagai berikut :

- a. Perencanaan (*Planning*) adalah memikirkan apa yang akan dikerjakan dengan sumber yang dimiliki. Perencanaan dilakukan untuk menentukan tujuan perusahaan secara keseluruhan dan cara terbaik untuk memenuhi tujuan itu.
- b. Pengorganisasian (*Organizing*) dilakukan dengan tujuan membagi suatu kegiatan besar menjadi kegiatan-kegiatan yang lebih kecil.
- c. Pengawasan (*Controlling*) fungsi pengawasan pada hakekatnya mengatur apakah kegiatan sesuai dengan persyaratan yang ditentukan dalam rencana.
- d. Pengarahan (*Directing*) adalah suatu tindakan untuk mengusahakan agar semua anggota kelompok berusaha untuk mencapai sasaran sesuai dengan perencanaan manajerial dan usaha.

### **2.1.2. Pemasaran**

Menurut Kotler (2005:11) Pemasaran adalah sebagai seni dan ilmu untuk memilih pasar sasaran serta mendapatkan, dan mempertahankan dan menambah jumlah pelanggan melalui penciptaan, penyampaian dan komunikasi terhadap nilai pelanggan yang unggul. Menurut Tjiptono (2014: 2) pemasaran adalah semua aktivitas yang dirancang untuk menghasilkan dan memfasilitasi setiap pertukaran yang dimaksudkan untuk memuaskan kebutuhan atau keinginan konsumen.

Sedangkan menurut Mursid (2003:26) Pemasaran adalah semua kegiatan usaha yang bertalian dengan arus penyerahan barang dan jasa-jasa dari produsen ke konsumen. Dari pendapat ahli diatas dapat dikatakan

pemasaran adalah proses memasarkan produk barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada konsumen serta bisa mendatangkan keuntungan atau laba bagi suatu perusahaan.

### 2.1.3. Jasa

Menurut Sopiah (2013:93) mendefinisikan jasa sebagai setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Sedangkan menurut Moenir (2011:34) menyatakan pelayanan merupakan rangkaian kegiatan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan atas jasa yang mereka dapatkan dari suatu perusahaan. Menurut Tjiptono (2012: 17) jasa merupakan aktivitas, manfaat atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual.

Berdasarkan pengertian diatas maka disimpulkan bahwa jasa adalah suatu tindakan yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan orang lain (konsumen, pelanggan, tamu, penumpang, klien, pembeli, dan lain-lain) yang tingkat pemuasannya hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani.

Menurut Sopiah (2013:94) mengemukakan bahwa jasa memiliki karakteristik yang membedakannya dengan barang, yaitu:

1. Tidak berwujud (*intangibility*)

Jasa berbeda dengan barang karena jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium, sebelum jasa itu dibeli. Dengan kata lain, konsumen tidak dapat menilai hasil dari jasa sebelum mereka

menikmatinya sendiri. Oleh karena itu, untuk mengurangi ketidakpastian, konsumen akan mencari tanda atau bukti dari kualitas jasa tersebut.

2. Tidak terpisahkan (*inseparability*)

Biasanya barang diproduksi, disimpan dalam persediaan, didistribusikan, dijual, baru kemudian dikonsumsi. Sementara jasa biasanya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan. Interaksi antara penyedia jasa dan pelanggan merupakan ciri khusus dalam pemasaran jasa. Keduanya mempengaruhi hasil (*outcome*) dari jasa tersebut.

3. Bervariasi (*variability*) Jasa bersifat sangat variabel karena merupakan keluaran nonbaku (*nonstandardized output*), artinya banyak variasi bentuk, kualitas dan jenis, tergantung pada siapa, kapan, dan dimana jasa tersebut dihasilkan.

4. Tidak tahan lama (*perishability*)

Jasa merupakan komoditas yang tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan.

#### 2.1.4. Manajemen Pemasaran Jasa

Menurut Tjiptono (2014:34) jasa atau pelayanan adalah tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Sedangkan menurut Kotler, (2005:168) Pelayanan adalah segala upaya yang dilakukan oleh pemberi

jasa dengan tujuan untuk memberikan kepuasan kepada pemakai jasanya atau konsumen dengan harapan mereka akan melakukan pembelian kembali.

Hasibuan (2011:152) mengemukakan pelayanan adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu dan produksinya dapat atau tidak dapat dikaitkan dengan suatu produk fisik.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan adalah upaya yang diberikan kepada konsumen guna untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Parasuraman dalam Tjiptono (2014:35) menyebutkan ada 7 komponen bauran pemasaran (*marketing mix*) untuk perusahaan jasa, yaitu:

1. Produk (*Product*)

Produk atau jasa yang sedang ditawarkan.

2. Harga (*Price*)

Harga yang dibayar dan cara-cara atau syarat yang berhubungan dengan penjualannya.

3. Promosi (*Promotion*)

Program komunikasi yang berhubungan dengan pemasaran produk dan jasa

4. Tempat (*Place*)

Fungsi distribusi dan logistik yang dilibatkan dalam rangka menyediakan produk dan jasa sebuah perusahaan.



## 5. Layanan Pelanggan (*Customer Service*)

Ada beberapa alasan untuk memasukan layanan pelanggan sebagai unsur bauran pemasaran jasa. Ini meliputi konsumen yang lebih menuntut dan memerlukan tingkat jasa yang lebih tinggi, semakin penting layanan pelanggan (sebagian dikarenakan pesaing memandang jasa sebagai senjata kompetitif untuk mendiferensiasikan diri mereka) dan kebutuhan untuk membangun hubungan yang lebih dekat dan lebih langgeng dengan pelanggan.

## 6. Orang (*People*)

Orang-orang merupakan unsur penting, baik dalam produksi maupun penyampaian kebanyakan jasa. Orang secara bertahap menjadi bagian diferensiasi yang mana perusahaan-perusahaan jasa mencoba menciptakan nilai tambahan dan memperoleh keunggulan kompetitif.

## 7. Proses (*Process*)

Proses merupakan seluruh prosedur, mekanisme dan kebiasaan di mana sebuah jasa diciptakan dan disampaikan kepada pelanggan, termasuk keputusan kebijakan tentang beberapa keterlibatan pelanggan dan persoalan – persoalan kekeluargaan karyawan.

### **2.1.5. Konsep Kualitas Layanan**

Kata kualitas mengandung banyak definisi dan makna karena orang yang berbeda akan mengartikannya secara berlainan, seperti kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian perbaikan

berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala sesuatu yang membahagiakan.

Menurut Kotler & Keller (2007:43) Kualitas layanan adalah Keseluruhan karakteristik dari pelayanan jasa yang memiliki kemampuan untuk memenuhi harapan dan keinginan .

Menurut Tjiptono (2012:173) mendefinisikan, Kualitas layanan adalah seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan harapan konsumen antara layanan yang mereka terima atau peroleh.

Lupiyoadi (2013:212) mengemukakan, kualitas adalah perpaduan antara sifat dan karakteristik yang menentukan sejauh mana keluaran dapat memenuhi persyaratan kebutuhan pelanggan. Pelanggan yang menentukan dan menilai sampai seberapa jauh sifat dan karakteristik tersebut memenuhi kebutuhannya.

Konsep kualitas pada dasarnya bersifat relatif, yaitu bergantung pada prespektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi.

Menurut Tjiptono (2012:144), terdapat 5 macam perspektif kualitas, yaitu:

1) *Transcendental Approach* (Pendekatan Transendental)

Kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, di mana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalisasikan, biasanya diterapkan dalam dunia seni.

2) *Product-Based Approach* (Pendekatan Berbasis Produk)

Kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk.

3) *User-Based Approach* (Pendekatan Berbasis Pengguna)

Kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (misalnya *perceived quality*) merupakan produk yang berkualitas tinggi.

4) *Manufacturing-Based Approach* (Pendekatan Berbasis Manufaktur)

Kualitas sebagai kesesuaian atau sama dengan persyaratan. Dalam sektor jasa bahwa kualitas seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya.

5) *Value-Based Approach* (Pendekatan Berbasis Nilai)

Kualitas dipandang dari segi nilai dan harga. Kualitas dalam pengertian ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli.

Kualitas layanan sendiri bisa diartikan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama mempengaruhi kualitas layanan, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas layanan yang diharapkan dan kualitas layanan yang diterima atau dirasakan (Tjiptono 2012:157). Apabila layanan yang diterima melebihi harapan pelanggan,

maka kualitas layanan dipresepsikan sebagai kualitas layanan yang ideal. Akan tetapi bila layanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas layanan dipresepsikan sebagai kualitas yang buruk.

Melalui serangkaian penelitian terhadap berbagai macam industri jasa menurut Tjiptono (2012:174) terdapat lima dimensi pokok untuk mengukur kualitas layanan. Dimensi pokok tersebut antara lain:

1. *Reliability* (kehandalan), meliputi dua aspek utama, berkaitan dengan kemampuan memberikan layanan yang disajikan secara akurat dan memuaskan.
2. *Responsivness* (Daya tanggap), atau daya tanggap, berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan penyedia layanan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka dengan segera.
3. *Assurance* (Jaminan), berkenaan dengan pengetahuan dan kespoanan karyawan serta kemampuan rasa percaya dan keyakinan pelanggan.
4. *Empathy* (Empati), berarti bahwa perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan tersebut..
5. *Tangibles* (Bukti Fisik), berkenaan dengan penampilan fisik fasilitas layanan, peralatan/ perlengkapan, sumber daya manusia dan materi komunikasi perusahaan.

Dalam riset selanjutnya Kotler & Keller (2007), menemukan adanya *overlapping* diantara beberapa dimensi diatas. Oleh sebab itu, mereka menyederhanakan sepuluh dimensi tersebut menjadi lima dimensi pokok. Dengan demikian, terdapat lima dimensi utama *service quality* (SERVQUAL), yaitu:

1. Keandalan

- a. Memberikan layanan sesuai janji.
- b. Ketergantungan dalam menangani masalah layanan pelanggan.
- c. Melakukan layanan pada saat pertama.
- d. Menyediakan layanan pada waktu yang dijanjikan.
- e. Mempertahankan rekor bebas cacat.

2. Tanggapan

- a. Mengusahakan pelanggan tetap terinformasi, misalnya kapan layanan akan dilakukan.
- b. Layanan yang tepat pada pelanggan.
- c. Kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan.

3. Jaminan

- a. Karyawan yang membangkitkan kepercayaan kepada pelanggan.
- b. Membuat pelanggan merasa aman dalam transaksi mereka.
- c. Karyawan yang sangat santun.
- d. Karyawan yang memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan.

#### 4. Empati

- a. Memberikan pelanggan perhatian individu.
- b. Karyawan yang menghadapi pelanggan yang peduli mode.
- c. Sangat memerhatikan kepentingan pelanggan terbaik.
- d. Karyawan yang memahami kebutuhan pelanggan mereka.
- e. Jam bisnis yang nyaman.

#### 5. Berwujud

- a. Peralatan modern
- b. Fasilitas yang secara visual menarik.
- c. Karyawan yang memiliki penampilan yang rapi dan profesional.
- d. Bahan-bahan materi yang enak dipandang yang diasosiasikan dengan layanan.

#### **2.1.6. Konsep Perilaku Konsumen**

Menurut Sopiah (2013:7), perilaku konsumen adalah tindakan yang langsung terlibat dalam pemerolehan, pengonsumsi, dan penghabisan produk atau jasa, termasuk proses yang mendahului dan menyusul tindakan tersebut. Menurut Griffin *dalam* Sopiah (2013:8), perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologi yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal diatas atau kegiatan mengevaluasi.

Menurut Hasan (2013:161), perilaku konsumen adalah studi proses yang terlibat ketika individu atau kelompok memilih, membeli, menggunakan, atau mengatur produk, jasa, idea atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Menurut Schiffman dan Kanuk *dalam* Sumarwan (2012:186) mendefinisikan perilaku konsumen sebagai tindakan yang langsung terlibat dalam mendapatkan, mengonsumsi dan menghabiskan produk atau jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan mengikuti tindakan ini .

Menurut Sunyoto (2012:251) Perilaku konsumen (*consumer behavior*) dapat didefinisikan kegiatan-kegiatan individu yang secara langsung terlibat dalam mendapatkan dan mempergunakan barang-barang atau jasa termasuk didalamnya proses pengambilan keputusan pada persiapan dalam penentuan kegiatan-kegiatan tersebut. Perilaku konsumen memiliki kepentingan khusus bagi orang yang dengan berbagai alasan berhasrat untuk mempengaruhi atau mengubah perilaku tersebut, termasuk orang yang kepentingannya adalah pemasaran. Tidak mengherankan jika studi tentang perilaku konsumen ini memiliki akar utama dalam bidang ekonomi terlebih lagi dalam pemasaran.

Menurut Sopiah (2013:9) menyimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah:

1. Disiplin ilmu yang mempelajari perilaku individu, kelompok atau organisasi dan proses-proses yang digunakan konsumen untuk

menyeleksi, menggunakan produk, pelayanan, pengalaman (ide) untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen, dan dampak dari proses-proses tersebut pada konsumen dan masyarakat.

2. Tindakan yang dilakukan oleh konsumen guna mencapai dan memenuhi kebutuhannya baik dalam penggunaan, pengonsumsiannya, dan penghabisan barang dan jasa, termasuk proses keputusan yang mendahului dan yang menyusul.
3. Tindakan atau perilaku yang dilakukan konsumen yang dimulai dengan merasakan adanya kebutuhan dan keinginan, kemudian berusaha mendapatkan produk yang diinginkan, mengonsumsi produk tersebut, dan berakhir dengan tindakan-tindakan pasca pembelian, yaitu perasaan puas atau tidak puas.

Dua dimensi dalam model perilaku konsumen yang sederhana, yaitu:

1. Stimulus-stimulus pemasaran (*marketing stimuli*).
2. Respon pasar sasaran (*target audience response*) terhadap pemasaran yang dirancang oleh perusahaan. Stimulus pemasaran bisa berupa strategi dan metode pemasaran yang dikembangkan produsen atau pemasar untuk memasarkan produk. Dengan stimulus tersebut diharapkan konsumen tertarik untuk membeli produk dan merasa puas.

Menurut Handoko (2000:45) Faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen di bedakan menjadi dua yaitu faktor internal dan faktor eksternal.



- a. Faktor internal yaitu faktor-faktor yang berasal dari dalam diri konsumen yang mempunyai pengaruh sangat penting terhadap proses pengambilan keputusan konsumen. Faktor internal yang mempengaruhi perilaku konsumen meliputi motivasi, persepsi, sikap, kepribadian, dan belajar.
- b. Faktor eksternal yaitu faktor yang berasal dari luar individu yang bukan merupakan alasan bagi seseorang untuk tidak dapat berdiri sendiri, manusia selalu berinteraksi dengan lingkungannya sehingga perilakunya juga dipengaruhi oleh lingkungan sekitarnya. Faktor eksternal yang mempengaruhi perilaku konsumen meliputi budaya, keluarga, kelompok referensi, kelas sosial dan situasi.

#### **2.1.7. Konsep Kepuasan Konsumen**

Menurut Tjiptono (2004: 98) kepuasan konsumen merupakan situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik. Kotler & Keller (2007:153) dalam bukunya *Marketing Management* mendefinisikan, *Satisfaction is a person's feelings of pleasure or disappointment that result from comparing a product or service's perceived performance (or outcome) to expectations. If the performance or experience falls short of expectations, the customer is dissatisfied. If it matches expectations, the customer is satisfied. If it exceeds expectations, the customer is highly satisfied or delighted.* (Kepuasan adalah perasaan seseorang kesenangan atau kekecewaan yang dihasilkan dari

membandingkan pelayanan produk yang dirasakan kinerja (atau hasil) dengan yang di harapkan. Jika kinerja, atau pengalaman jatuh jauh dari harapan, pelanggan puas. Jika itu sesuai harapan, pelanggan puas. Jika memang melebihi harapan, pelanggan sangat puas atau senang).

Lupiyoadi (2013:228) mengemukakan banyak manfaat bagi perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) yang tinggi, dimana akan meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran. Perusahaan jasa mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklan, dan meningkatkan reputasi bisnis.

Seperti dijelaskan diatas kepuasan merupakan fungsi dari kesan kinerja dan harapan. Jika kinerja lebih baik daripada harapan, maka itulah yang dinamakan kepuasan. Sebaliknya jika kinerja lebih buruk daripada harapan, maka akan menimbulkan kesenjangan atau *gap*. Lima kesenjangan (*gap*) yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas jasa menurut Lupiyoadi (2013:219) adalah sebagai berikut:

#### 1. Kesenjangan Persepsi Manajemen

Adanya perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa. kesenjangan ini terjadi karena kurangnya orientasi riset pemasaran, pemanfaatan yang tidak memadai atas temuan riset, kurangnya interaksi antara pihak

manajemen dan pelanggan, komunikasi dari bawah keatas yang kurang memadai, serta terlalu banyaknya tingkatan manajemen.

## 2. Kesenjangan Spesifikasi Kualitas

Kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa. Kesenjangan terjadi antara lain karena tidak memadainya komitmen manajemen terhadap kualitas jasa, persepsi mengenai ketidaklayakan, tidak memadainya standarisasi tugas, dan tidak memadainya penyusunan tujuan.

## 3. Kesenjangan Penyampaian Jasa

Kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa (*service delivery*) kesenjangan ini terutama disebabkan oleh faktor-faktor seperti (a) ambiguitas peran, yaitu sejauh mana karyawan dapat melakukan tugas sesuai dengan harapan manajer, tetapi memuaskan pelanggan; (b) konflik peran, yaitu sejauh mana karyawan meyakini bahwa mereka tidak memuaskan semua pihak; (c) kesesuaian karyawan dengan tugas yang harus dikerjakan; (d) kesesuaian teknologi yang digunakan oleh karyawan; (e) sistem pengendalian dari atasan, yaitu tidak memadainya sistem penilaian dan sistem imbalan; (f) kendali yang diterima, yaitu sejauh mana karyawan merasakan kebebasan atau fleksibilitas untuk menentukan cara pelayanan; (g) kerja tim, yaitu sejauh mana karyawan dan manajemen merumuskan tujuan bersama dalam memuaskan pelanggan secara bersama-sama dan terpadu.

## 4. Kesenjangan Komunikasi Pemasaran

Kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal. Harapan pelanggan mengenai kualitas jasa dipengaruhi oleh pernyataan yang dibuat oleh perusahaan melalui komunikasi pemasaran. Kesenjangan ini terjadi karena (a) tidak memadainya komunikasi horizontal dan (b) adanya kecenderungan memberikan janji yang berlebihan. Dalam hal ini, komunikasi eksternal telah mendistorsi harapan pelanggan.

#### 5. Kesenjangan Dalam Pelayanan yang Dirasakan

Perbedaan persepsi antara jasa yang di rasakan dan yang diharapkan oleh pelanggan. Jika keduanya terbukti sama, maka perusahaan akan memperoleh citra dan dampak positif. Namun, apabila yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan, kesenjangan ini akan menimbulkan permasalahan bagi perusahaan.

Ada beberapa dimensi yang dapat digunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan konsumen. Menurut Tjiptono (2004:101) mempertahankan konsumen merupakan hal penting daripada memikat konsumen. Oleh karena itu terdapat tiga indikator untuk mengukur kepuasan konsume yaitu:

##### 1. Kesesuaian Harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara kinerja produk/jasa yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen tersebut.

##### 2. Minat Berkunjung Kembali

Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan pelayanan jasa ulang terhadap pelayanan.

### 3. Kesediaan Merekomendasikan

Merupakan kesediaan konsumen untuk merekomendasikan jasa yang telah digunakan dan dirasakannya kepada teman atau keluarga.

#### **2.1.8. Hubungan Antar Variabel**

Menurut Tjiptono (2004:78) menyatakan kualitas layanan yang baik berpengaruh terhadap kepuasan konsumen secara langsung. Maka dapat dinyatakan bahwa dimensi dari kualitas layanan berpengaruh positif secara langsung terhadap kepuasan konsumen.

Kotler (2007:139) menyebutkan bahwa keputusan pelanggan untuk membeli atau tidak membeli merupakan akumulasi dari banyak masalah kecil dalam perusahaan. Bagi perusahaan yang berpusat pada pelanggan, kualitas pelayanan merupakan tujuan dan sarana pemasaran. Studi ketidakpuasan pelanggan memperlihatkan bahwa walau pelanggan yang tidak puas dengan pembelian mereka berkisar 25%, hanya sekitar 5% yang mengajukan keluhan dan 95% lainnya merasa bahwa menyampaikan keluhan tidak sebanding dengan usahanya, atau mereka tidak tahu bagaimana atau kepada siapa mereka harus menyampaikan keluhan itu, dan mereka berhenti membeli.

### 2.1.9. Penelitian Terdahulu

Sebagai bahan perbandingan dan acuan dalam melakukan penelitian ini, maka peneliti menelaah beberapa penelitian yang dilakukan oleh peneliti terdahulu, yaitu sebagai berikut :

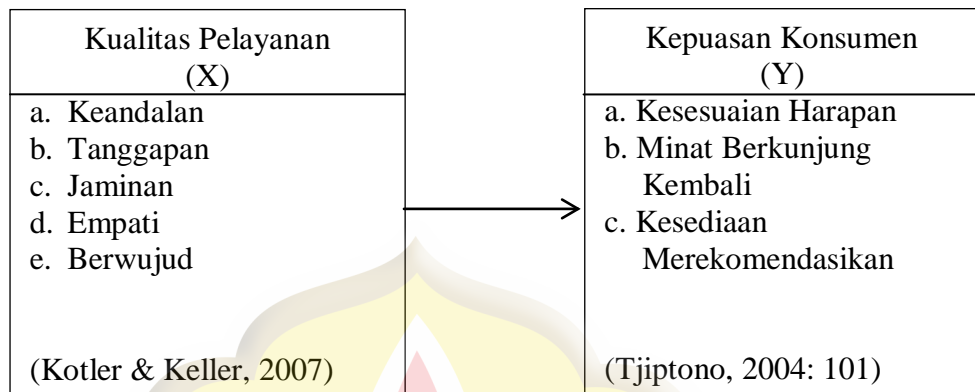
**Tabel 2.1**  
**Penelitian Terdahulu**

<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
Rizki Fajar Kusumo Putro (2009)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Pemediasi (Studi pada Pelanggan <i>Fixed-Wire Line Phone</i> di Surakarta)	Berdasarkan hasil <i>path analysis</i> didapatkan kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
Aris Irnandha (2016)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang dimediasi Oleh Kepuasan Pelanggan Jasa Pengiriman Jalur Darat (Studi Kasus Kepuasan Pelanggan JNE Cabang Hijrah Sagan Yogyakarta)	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.
Amrullah (2016)	Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

### 2.1.10. Kerangka Pemikiran

Menurut Kotler & Keller (2007) terdapat lima dimensi pokok untuk mengukur kualitas layanan yaitu keandalan, tanggapan, jaminan, empati dan berwujud. Dimensi yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen

menurut Tjiptono (2004:101) yaitu kesesuaian harapan, minat berkunjung kembali dan kesediaan merekomendasikan. Untuk lebih spesifikasi dapat dilihat dari gambar berikut ini:



**Gambar 2.1**  
**Bagan Kerangka Pemikiran**

### 2.1.11. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan atau dugaan yang bersifat sementara terhadap suatu masalah penelitian dan kebenarannya, Sugiyono (2017:137). Berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diduga kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) Tirta Mayang Kota Jambi berada pada kriteria tinggi.
2. Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen pada PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) Tirta Mayang Kota Jambi.

## **2.2. Metodologi Penelitian**

### **2.2.1. Metode Penelitian yang Digunakan**

Dalam membahas permasalahan ini penulis menggunakan metode deskriptif kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah (Sugiyono,2017:9). Dalam penelitian ini mengadakan perbandingan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) Tirta Mayang Kota Jambi.

### **2.2.2. Jenis dan Sumber Data**

Data dapat diartikan sebagai keterangan-keterangan tentang suatu hal, dapat berupa sesuatu yang diketahui atau yang dianggap atau anggapan (Sugiyono, 2017:137). Dalam penggunaannya data dapat diklasifikasikan menjadi:

#### **1. Data Primer**

Data primer adalah sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2017:137). Dalam pengumpulan data primer peneliti mengadakan survey kuisioner dan wawancara langsung dengan konsumen pada PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) Tirta Mayang Kota Jambi

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder merupakan sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen



(Sugiyono, 2017:137). Dalam pengumpulan data sekunder, peneliti memperoleh dari studi-studi dokumen untuk mempelajari data-data pada PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) Tirta Mayang Kota Jambi .

### **2.2.3. Metode Pengumpulan Data**

Untuk memperoleh data dan informasi yang diperlukan maka pengumpulan data dan informasi tersebut dilakukan dengan cara sebagai berikut:

#### **1. Penelitian Lapangan (*Field Research*)**

Yaitu suatu penelitian yang dilakukan melalui teknik observasi dengan melakukan pengamatan langsung pada PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) Kota Jambi, serta melakukan wawancara dan kuisioner kepada nasabah untuk mendapatkan informasi.

#### **2. Penelitian Pustaka (*Library Research*)**

Yaitu suatu penelitian kepustakaan dengan jalan mempelajari literatur dan hasil-hasil penelitian yang berkaitan dengan masalah yang diteliti.

### **2.2.4. Populasi dan Sampel**

Menurut Sugiyono (2017: 80) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah unit penjualan pada PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) Tirta Mayang Kota Jambi pada tahun 2018 sebanyak 78.259 orang.

Menurut Sugiyono (2017:81) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi dasar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Dari jumlah populasi sebanyak 78.259 orang ditetapkan sampel dengan menggunakan metode slovin. Menurut Umar (2013:65) untuk menentukan berapa minimal sampel yang dibutuhkan dalam metode slovin, maka digunakan rumus seperti berikut:

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

n = Ukuran atau jumlah populasi  
 N = Jumlah populasi (jumlah konsumen)  
 e = Presepsi yang diharapkan (0,1 persen)

$$n = \frac{78.259}{1 + 78.259 (0,1)^2}$$

$$= \frac{78.259}{783,59}$$

= 99,87 dibulatkan menjadi 100 responden

## 2.2.5. Metode Analisis

### a. Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini penulis akan menganalisis data yang diperoleh secara deskriptif kualitatif. Analisis dilakukan berdasarkan teori yang mempunyai kaitan erat dengan aspek yang diteliti. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada kondisi obyek alamiah. Dalam operasionalisasi variabel penelitian ini, variabel diukur oleh instrumen pengukur dalam bentuk kuisisioner yang memenuhi pernyataan-pernyataan

tipe skala likert (Sugiyono, 2017: 9). Sumber datanya adalah pelanggan pada PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) Kota Jambi yang menjadi responden penelitian, kuisisioner ini berbentuk pertanyaan tertutup dimana alternatif jawabannya telah tersedia dari 1-5 (menggunakan skala Likert format lima jawaban) seperti terlihat berikut ini:

Sangat Tidak Baik/ Sangat Tidak Puas	STB/ STP	Skor 1
Tidak Baik/ Tidak Puas	TB/ TP	Skor 2
Cukup/ Cukup Puas	C/ CP	Skor 3
Baik/ Puas	B/ P	Skor 4
Sangat Baik/ Sangat Puas	SB/ SP	Skor 5

Untuk menganalisis permasalahan diatas digunakan skala penelitian dengan menghitung frekuensi skor setiap item pertanyaan. Seperti yang dikemukakan Sugiyono (2017:225) bahwa perhitungan skor setiap komponen yang diteliti dengan mengalikan seluruh frekuensi data dengan nilai bobot. Rumus yang digunakan adalah :

$$\begin{aligned}
 \text{Skor terendah} &= \text{Bobot terendah} \times \text{jumlah sampel} \\
 \text{Skor tertinggi} &= \text{Bobot tertinggi} \times \text{jumlah sampel} \\
 \text{Skor terendah} &= 1 \times 100 \\
 &= 100 \\
 \text{Skor tertinggi} &= 5 \times 100 \\
 &= 500
 \end{aligned}$$

Sedangkan untuk mencari rentang skala menurut Sugiyono (2017:58) digunakan rumus sebagai berikut :

$$\text{Rentang Skala (RS)} = \frac{n(m-1)}{m}$$

Dimana : n = jumlah sampel  
m = nilai skor tertinggi

$$RS = \frac{100(5-1)}{5} = 80$$

maka :

100	-	179	=	Sangat Tidak Baik/ Sangat Tidak Puas
180	-	259	=	Tidak Baik/ Tidak Puas
260	-	339	=	Cukup/ Cukup Puas
340	-	419	=	Baik/ Puas
420	-	500	=	Sangat Baik/ Sangat Puas

## b. Analisis Statistik

### 1. Analisis Regresi Sederhana

Regresi sederhana merupakan suatu proses untuk mendapatkan hubungan matematis dalam bentuk suatu persamaan antara variabel tak bebas tunggal dengan variabel bebas tunggal atau dengan kata lain, regresi linear yang hanya melibatkan satu peubah bebas X yang dihubungkan dengan satu peubah tak bebas Y. Menurut Sugiyono (2017:63) rumus persamaan regresi sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + b X + e$$

Keterangan :

Y	=	Kepuasan Konsumen
b	=	Koefisien Regresi
a	=	Konstanta
X	=	Kualitas Pelayanan
e	=	<i>Error</i>

## 2. Koefisien Korelasi ( r )

Menurut Sugiyono (2017:26) korelasi adalah hubungan atau keeratan antara 2 variabel, dimana terdiri dari 1 variabel independen (bebas) dan 1 variabel dependen (terikat) dan juga mengetahui arah hubungan. Adapun pedoman arti korelasi sebagai berikut :

**Tabel 2.2**  
**Tingkat Korelasi**

0,00 – 0,199	=	Sangat tidak erat
0,20 – 0,399	=	Tidak erat
0,40 – 0,599	=	Cukup erat
0,60 – 0,799	=	Erat
0,80 – 1,000	=	Sangat erat

## 3. Koefisien Determinasi( $R^2$ )

Uji  $R^2$  atau uji determinasi merupakan suatu ukuran yang penting dalam regresi, karena dapat menginformasikan baik atau tidaknya model regresi yang terestimasi atau dengan kata lain angka tersebut dapat mengukur seberapa dekatkah garis regresi yang terstimasi dengan data sesungguhnya. Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) ini mencerminkan seberapa besar variasi dari variabel terikat Y dapat diterangkan oleh variabel bebas X. Bila nilai koefisien determinasi sama dengan 0 ( $R^2 = 0$ ), artinya variasi dari Y tidak dapat diterangkan oleh X sama sekali. Sementara bila sama sekali. Sementara bila  $R^2 = 1$ , artinya variasi dari Y secara keseluruhan dapat diterangkan oleh X. Dengan kata lain bila  $R^2 = 1$ , maka semua titik pengamatan berada tepat pada garis

regresi. Dengan demikian baik atau buruknya suatu persamaan regresi di tentukan oleh  $R^2$  nya yang mempunyai nilai antara nol dan satu.

### 3. Uji Hipotesis

Uji t digunakan untuk menentukan apakah variabel bebas kualitas pelayanan berpengaruh terhadap variabel terikat loyalitas Konsumen debitur (Y). Rumus yang digunakan adalah :

#### 1. Rancangan Hipotesis

Ho: tidak ada pengaruh signifikan (nyata) kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Hi :ada pengaruh signifikan (nyata) kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

#### 2. Tentukan tingkat signifikan dengan $\alpha = 5\%$

#### 3. Kriteria keputusan

Jika  $t_{hitung} \geq t_{tabel}$  artinya Ho ditolak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan Konsumen.

Jika  $t_{hitung} \leq t_{tabel}$  artinya Ho ditolak tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan Konsumen.

### 2.2.6. Operasional Variabel

Operasionalisasi variabel dalam penelitian ini dapat digambarkan

dalam tabel berikut :

**Tabel 2.3**  
**Operasionalisasi Variabel**

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
<b>Kualitas Pelayanan (X)</b>	Kualitas layanan adalah keseluruhan karakteristik dari pelayanan jasa yang memiliki kemampuan untuk memenuhi harapan dan keinginan. (Kotler & Keller, 2007)	a. Keandalan	1. Sesuai Janji 2. Menangani Masalah 3. Menyediakan Pelayanan 4. Rekor Bebas Cacat	Ordinal
		b. Tanggapan	5. Informasi 6. Pelayanan Tepat 7. Membantu Pelanggan 8. Kesiapan Menanggapi	
		c. Jaminan	9. Memberikan Kepercayaan 10. Aman 11. Sopan Satun 12. Pengetahuan	
		d. Empati	13. Perhatian Individu. 14. Peduli Mode 15. Kepentingan Pelanggan 16. Memahami Kebutuhan 17. Kenyamanan	
		e. Berwujud	18. Peralatan modern 19. Fasilitas 20. Rapi dan Profesional 21. Bahan-bahan Materi	
<b>Kepuasan Konsumen (Y)</b>	Situasi yang ditunjukkan oleh konsumen ketika mereka menyadari bahwa kebutuhan dan keinginannya sesuai dengan yang diharapkan serta terpenuhi secara baik.. (Tjiptono, 2004: 98)	a. Kesesuaian Harapan	22. Kondisi Lingkungan 23. Nilai dan Manfaat 24. Fasilitas	Ordinal
		b. Minat Berkunjung Kembali	25. Pelayanan 26. Pengalaman 27. Kesesuaian	
		c. Kesiediaan Merekomendasikan	28. Puas akan Pelayanan 29. Lingkungan 30. Kebutuhan	

## **BAB III**

### **GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN**

#### **3.1 Sejarah Singkat PDAM Tirta Mayang Kota Jambi.**

Penyelenggaraan penyediaan air minum perpipaan dikota Jambi dimulai sejak zaman pemerintah Hindia Belanda Tahun 1928. Stadfonds atau pemerintah Kota pada waktu itu mendirikan waterleiding bedrijf dengan kapasitas 7 liter/detik, selanjutnya dengan surat Keputusan Walikota Kepala Daerah Tingkat II Jambi No. 25/X/1974 tanggal 27 Maret 1974 ditetapkan menjadi Perusahaan Daerah Air Minum. Tahun 1975 – 1976, instalasi Pengolahan Air (IPA) Benteng (1928) yang dibangun dengan kapasitas 7 liter/detik ditingkatkan secara bertahap dari kapasitas 26 liter/detik hingga 42 liter/detik.

Tahun 1978 – 1983, proyek lima kota yang dibiayai dari pinjaman Bank Dunia membangun sistem penyediaan air minum di Kota Jambi, salah satu kegiatan proyek tersebut membangun IPA Broni dengan kapasitas 300 liter/detik dan mulai dioperasikan Tahun 1982, dan membangun IPA Jambi Seberang dengan kapasitas 10 liter/detik, sejak saat ini IPA Benteng diberhentikan operasinya, karena kelebihan produksi dari IPA Broni disamping kondisi teknis IPA Benteng yang sudah rusak.

Tahun 1997 – 1998, proyek kerjasama/ kemitraan PDAM dengan pihak swasta mengembangkan sistem penyediaan air minum di Wilayah Barat Kota Jambi khususnya Kecamatan Telanaipura dan Kotabaru dengan membangun IPA Aur Durikapasitas 100 liter/detik dan jaringan pipa induk distribusi. Tahun 1989-



1993, proyek Sumatera Secondary Cities Urban Development Project (SSCUDP) yang didanai dari pinjaman RDI dan sebagian hibah APBN, ditunjukkan untuk mengoperasikan kembali IPA Benteng dan mengembangkan jaringan distribusi.

Tahun 1997 - 2000, Proyek Sumatera Urban Development Sector Project (SUDSP) merahabilitasi dan meningkatkan kapasitas IPA Broni menjadi 600 liter/detik, dan pembangunan Reservoir kapasitas 750 m<sup>3</sup> yang berlokasi di JL.M.Kukuh Kecamatan Kota Baru. Tahun 2005, pembangunan Booster Pump Kapasitas 10 liter/detik yang berlokasi di Tanjung Pasir Jambi Kota Seberang ditunjukkan untuk memperbaiki pendistribusian air kepada pelanggan di Kecamatan Danau Teluk Dan Kecamatan Pelayangan.

Tahun 2006, pembangunan pipa induk di Jambi Kota Seberang dan Kotabaru (daerah Mayang Mangurai) melalui bantuan proyek APBD 2006 Kota Jambi, ditunjukkan untuk meningkatkan kinerja dan mengembangkan pelayanan air minum. Tahun 2007, pembangunan Reservoir kapasitas 500m<sup>3</sup> pada lokasi Mayang Mangurai yang dimaksud untuk memperbaiki dan memperluas jaringan di wilayah Kecamatan Kota Baru.

### **3.2. Visi dan Misi PDAM Tirta Mayang Kota Jambi**

#### **VISI**

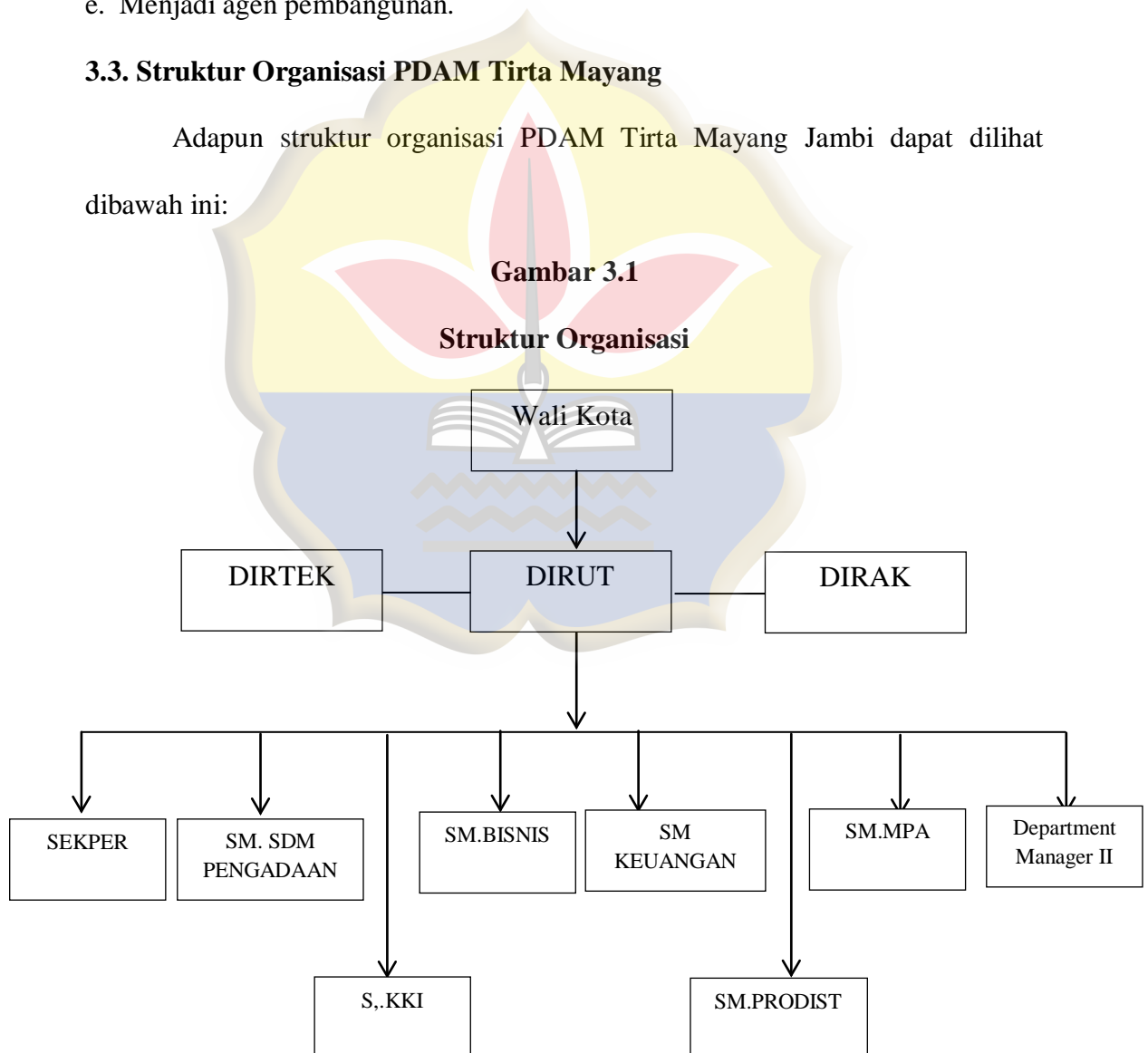
Terwujudnya perusahaan pelayanan air minum yang sehat dan handal dengan Sumber Daya Manusia berkualitas dan teknologi yang cerdas (*smart technology*).

## MISI

- a. Memberikan pelayanan air yang berkualitas dan jumlah yang cukup dengan tarif terjangkau.
- b. Meningkatkan derajat kesehatan dan kesejahteraan masyarakat kota Jambi melalui penyediaan air minum.
- c. Memberikan kontribusi Pendapatan Asli Daerah (PAD).
- d. Mendukung pertumbuhan dan perkembangan perekonomian daerah.
- e. Menjadi agen pembangunan.

### 3.3. Struktur Organisasi PDAM Tirta Mayang

Adapun struktur organisasi PDAM Tirta Mayang Jambi dapat dilihat dibawah ini:



Secara rinci tugas pokok dan fungsi PDAM Tirta Mayang Kota Jambi pada masing-masing bagian dan satuan kerja yang terdapat pada struktur organisasi tersebut dijabarkan sebagai berikut:

#### 1. Direktur Utama

Direktur utama PDAM Tirta Mayang Jambi membawahi Senior Manajer yang mempunyai tugas-tugas sebagai berikut:

- a. Memimpin dan mengendalikan kegiatan jalannya PDAM baik tingkat pusat maupun diunit-unit.
- b. Menetapkan kebijaksanaan/strategi dalam merencanakan program kerja dan pengembangan PDAM.
- c. Menyampaikan dan bertanggung jawab atas laporan berkala mengenai semua kegiatan PDAM kepada Bupati melalui Badan Pengawasan
- d. Mengadakan koordinasi, konsultasi dan tindakan-tindakan lainnya dengan instansi Dinas Pemerintah maupun swasta dalam usaha meningkatkan dan mengembangkan PDAM.
- e. Serta mempunyai wewenang mengangkat, memutasikan, mempromosikan, membina dan memberikan sanksi serta memberhentikan semua karyawan PDAM dibawah Direksi.

#### 2. Direktur Teknik

Mempunyai tugas menyelenggarakan pengelolaan dan pengendalian kegiatan dibagian perencanaan teknik, Bagian Produksi dan Bagian Distribusi. Direktur Teknik mempunyai fungsi sebagai berikut:

- a. Merumuskan perencanaan serta mengendalikan program-program di bagian perencanaan teknik, bagian produksi dan bagian distribusi.
- b. Merumuskan kebijaksanaan dan mengendalikan proyek-proyek fisik bidang teknik yang ditandatangani perusahaan
- c. Menyusun laporan pelaksanaan tugas dan evaluasi sesuai bidang tugas.
- d. Melakukan koordinasi dengan Direktur Administrasi dan Keuangan dalam rangka peningkatan pelayanan.
- e. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Direktur Utama sesuai dengan bidang tugas

3. Direktur Administrasi dan Keuangan

Mempunyai tugas menyelenggarakan pengelolaan dan pengendalian kegiatan di bagian umum, Bagian Keuangan dan Bagian Langgan.

Direktur Administrasi dan Keuangan mempunyai fungsi:

- a. Merumuskan perencanaan serta mengendalikan program-program di bagian umum, Bagian Keuangan, dan Bagian Langgan.
- b. Merumuskan perencanaan dan pengendalian sumber-sumber pendapatan dan belanja serta kekayaan perusahaan.
- c. Menyusun laporan dokumen tugas dan evaluasi sesuai bidang tugas.
- d. Melakukan koordinasi dengan Direktur Teknik dalam rangka peningkatan pelayanan.
- e. Memberikan pertimbangan untuk pengambilan keputusan mengenai hubungan kerjasama dengan pihak ketiga.

f. Melaksanakan tugas-tugas lainnya yang diberikan oleh Direktur Utama sesuai dengan bidang tugas.

#### 4. Sekretaris Perusahaan

Mempunyai tugas melakukan koordinasi dengan bidang lain yang berhubungan dengan tugasnya, merencanakan dan mengendalikan program kerja bidang sekretariat, menerima surat-surat yang masuk ke sekretariat dan meneruskan kepada unit kerja terkait. Sekretaris Perusahaan memiliki fungsi:

- a. Membantu Direktur Utama dalam bidang tugasnya
- b. Membangun dan memelihara citra perusahaan baik kepada pelanggan masyarakat maupun mitra kerja melalui media mass, media publik dan elektronik
- c. Mengevaluasi sistem protokol, kearsipan dan dokumen perusahaan
- d. Memberikan laporan pelaksanaan tugas kepada Direktur Utama secara berkala dan sesuai kebutuhan.

#### 5. Senior Manajer Sumber Daya Manusia dan Pengadaan

Tugas SM. Sumber Daya Manusia dan Pengadaan adalah menyusun program kerja bagian Sumber Daya Manusia, mengkoordinasi, mengelola pelaksanaan kegiatan pembinaan bidang administrasi kepegawaian, mengevaluasi semua kegiatan SDM dan menyampaikan hasil kinerja seluruh pegawai kepada Direksi. SM. Sumber Daya Manusia dan Pengadaan memiliki fungsi :

- a. Mengkoordinir kegiatan Kepegawaian, Kehumasan dan hukum serta pengembangan karier pegawai dan pendidikan pegawai.
  - b. Mengkoordinir pelatihan pegawai untuk meningkatkan produktivitas dan motivasi kerja terhadap penyelenggaraan SDM
  - c. Menyelesaikan permasalahan yang timbul dibagian SDM
6. Senior Manajer Bisnis

Senior Manajer Bisnis pada PDAM memiliki tugas merencanakan program yang sudah diatur, produksi dan merencanakan proses distribusi untuk kemajuan perusahaan. Senior Manajer Bisnis memiliki fungsi Merencanakan program produksi dan proses distribusi air pada pelanggan PDAM

7. Senior Manajer Pengelolaan Pelanggan dan Keuangan

Memiliki tugas melaksanakan kegiatan operasional yang telah ditetapkan, mengkoordinir penyusunan rencana kerja dan anggaran seksi, memonitoring tindak lanjut untuk memastikan keluhan /pengaduan pelanggan.

8. Senior Manajer Manajemen Perencanaan Dan Asset

Senior Manajer Manajemen Perencanaan Dan Asset mempunyai tugas merencanakan sistem penyediaan air bersih, merencanakan penyambungan dan rehabilitasi sambungan pelanggan, Adapun fungsi sebagai berikut:

- a. Menerima dan menginvestasi permohonan pemasangan sambungan pelanggan dari bagian langganan

- b. Melakukan peninjauan lapangan guna perencanaan penyambungan pelanggan.
- c. Menyimpan dan mengamankan arsip-arsip sambungan pelanggan.
- d. Merencanakan kegiatan proyek termasuk desain teknis dan melakukan survey harga pasar sebagai bahan penyusun rencana anggaran biaya.
- e. Melakukan survey lapangan, menyiapkan peta-peta terbaru meliputi peta wilayah yang diperlukan.

#### 9. Departemen Manajer IT

Memiliki tugas mengkoordinasi tugas-tugas pengolahan data elektronik, program komputer dan peraawatan komputer, menyelenggarakan persiapan rencana pelaksanaan komputerisasi yang berkaitan dengan kebutuhan PDAM Dan fungsi Manajer IT adalah:

- a. Mengendalikan kegiatan-kegiatan dibagian perencanaan teknik, produksi dan distribusi serta teknologi dan pengolah data.
- b. Mengendalikan pengolahan data-data PDAM

#### 10. Senior Manajer Komisi Kepatuhan Internal

Memiliki tugas pengecekan atau penilaian atas kegiatan yang dilakukan dalam rangka menghindari kesalahan yang dapat merugikan PDAM.

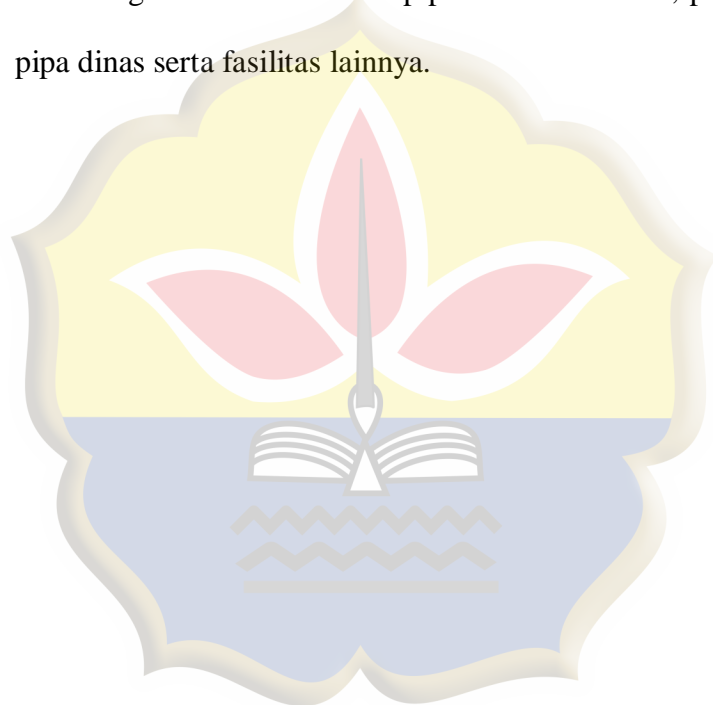
Fungsi Komisi Kepatuhan Internal adalah:

- a. Membantu PDAM dalam menilai independen.
- b. Memantau pelaksanaan pengendalian intern.

#### 11. Senior Manajer Produksi dan Distribusi

Memiliki tugas memproduksi membangun ,mengelolah dan memelihara intake,mengawasi distribusi dan pemakaian air. Dan fungsi Manajer Produksi dan Distribusi adalah:

- a. Mengusahakan pengadaan penyediaan air minum sesuai dengan program pembangunan pemerintah.
- b. Mengadakan penelitian laboratoris terhadap sumber dan produk air minum sesuai standar mutu.
- c. Membangun dan memelihara pipa distribusi induk, pipa retikulasi dan pipa dinas serta fasilitas lainnya.





## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Hasil Penelitian

##### 4.1.1. Karakteristik Responden

Adapun karakteristik responden yang dijadikan sampel adalah sebagai berikut:

##### a. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Karakteristik responden menurut jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.1.**  
**Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Perempuan	50	50
Laki-laki	50	50
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa berdasarkan jenis kelamin yang menjadi responden penelitian ini didominasi oleh perempuan sebesar 50% sedangkan laki-laki sebanyak 50%.

##### b. Karakteristik Responden Menurut Umur

Karakteristik responden menurut umurnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.2**  
**Karakteristik Responden Menurut Umur**

<b>Umur Responden</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
< 19 Tahun	-	
20-24 Tahun	8	8
25-29 Tahun	22	22
30-34 Tahun	27	27
> 35 Tahun	43	43
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Sumber: Data Primer (diolah)**

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa umur responden yang menjadi objek penelitian yaitu 20-24 tahun sebesar 8%, 25-29 tahun sebesar 22%, 25-29 tahun sebesar 27% dan >35 tahun sebesar 43%.

**c. Karakteristik Responden Menurut Pendapatan**

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.3**  
**Karakteristik Responden Menurut Pendapatan**

<b>Pendapatan</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
< 3 Juta	36	36
3-5 Juta	42	42
>5 Juta	22	22
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Sumber: Data Primer (diolah)**

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa berdasarkan tingkat pendapatan, yang menjadi konsumen yaitu < 3 juta yaitu 36%, 3-5 jutan yaitu 42% dan > 5 juta yaitu 22%.

#### d. Karakteristik Responden Menurut Lama Jadi Konsumen

Karakteristik responden berdasarkan lama jadi konsumen dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.4**  
**Karakteristik Responden Menurut Lama Menjadi Konsumen**

<b>Pekerjaan</b>	<b>Jumlah (Orang)</b>	<b>Persentase (%)</b>
< 1 tahun	-	
2-3 tahun	8	8
4-5 Tahun	51	51
>5Tahun	41	41
<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**Sumber: Data Primer (diolah)**

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa menurut lama menjadi konsumen responden terbanyak yaitu 4-5 tahun yaitu 51% dan > 5 tahun yaitu 41% dan 2-3 tahun sebanyak 8%.

#### 4.1.2. Kualitas pelayanan PDAM Tirta Mayang

Analisis kualitas pelayanan PDAM Tirta Mayang dapat terlihat dari hasil jawaban responden sebagai berikut:

##### a. Kinerja Produk

Hasil jawaban responden terhadap indikator dapat Keandalan dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.5**  
**Hasil Jawaban Responden Terhadap Indikator Kehandalan**

Item	Pernyataan	STB	TB	CB	B	SB	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
1	Pelayanan dalam melayani keluhan konsumen (air keruh dan air sedikit), sesuai dengan janji yang tertera pada peraturan yang ditetapkan.			37	59	4	367	Baik
2	Karyawan mampu menyelesaikan permasalahan pipa bocor yang dikeluhkan oleh pelanggan.		6	13	48	33	408	Baik
3	Ketepatan pegawai (Staf/ Administrasi) melayani konsumen dalam melayani sistem pembayaran.			28	60	12	384	Baik
4	PDAM mendapatkan predikat air sehat dalam pelayanan yang baik terhadap konsumen.		10	49	37	4	335	Cukup
	<b>Total</b>						<b>1.494</b>	
	<b>Rata-rata</b>						<b>373,5</b>	<b>Baik</b>

**Sumber: Data Primer (diolah)**

Berdasarkan tabel diatas, skor sebesar 367 artinya pelayanan dalam melayani keluhan konsumen, sesuai dengan janji yang tertera pada peraturan yang ditetapkan dinilai baik oleh konsumen. Skor sebesar 408 artinya karyawan mampu menyelesaikan permasalahan pipa bocor yang dikeluhkan oleh konsumen dinilai baik oleh konsumen. Skor sebesar 384 artinya ketepatan pegawai melayani konsyemen dalam melayani sistem pembayaran

dinilai baik oleh konsumen. Skor sebesar 335 artinya PDAM mendapatkan predikat air sehat dalam pelayanan yang baik terhadap konsumen dinilai cukup. Rata-rata skor sebesar 373,5 artinya indikator kehandalan dinilai baik oleh konsumen.

#### b. Daya Tanggap

Hasil jawaban indikator Daya Tanggap dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.6**  
**Hasil Jawaban Responden Terhadap Indikator Daya Tanggap**

Item	Pernyataan	STB	TB	CB	B	SB	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
5	Informasi yang diberikan pegawai mengenai prosedur penggunaan jasa dapat dimengerti.			34	66		366	Baik
6	Pegawai (Staf/Administrasi) sigap dalam memberikan pelayanan atas keluhan konsumen.			22	74	4	382	Baik
7	Pegawai (Staf/Administrasi) bersedia membantu keluhan berdasarkan prosedur terhadap konsumen.			21	79		379	Baik
8	Daya tanggap pegawai (Staf/Administrasi) dalam memberikan pelayanan publik dalam kategori baik.			21	79		379	Baik
	<b>Total</b>						<b>1.506</b>	
	<b>Rata-rata</b>						<b>376,5</b>	<b>Baik</b>

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel diatas, skor sebesar 366 artinya informasi yang diberikan pegawai mengenai prosedur penggunaan jasa dapat dimengerti dinilai baik oleh konsumen. Skor sebesar 382 artinya pegawai sigap dalam memberikan pelayanan atas keluhan konsumen dinilai baik oleh konsumen. Skor sebesar 379 artinya pegawai bersedia membantu keluhan berdasarkan prosedur terhadap konsumen dinilai baik oleh konsumen. Skor sebesar 379 artinya daya tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan publik dalam kategori baik dinilai baik oleh konsumen. Rata-rata skor sebesar 376,5 artinya indikator daya tanggap dinilai baik oleh konsumen

### c. Jaminan

Hasil jawaban responden terhadap indikator jaminan dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.7**  
**Hasil Jawaban Responden Terhadap Indikator Jaminan**

Item	Pernyataan	STB	TB	CB	B	SB	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
9	Kepercayaan pada kemampuan pegawai (Staf/ Administrasi) dalam menangani keluhan (air mati, pipa bocor dan air keruh).			37	59	4	367	Baik
10	Penggunaan jasa PDAM dijamin aman.		6	13	48	33	408	Baik
11	Keramahan, perhatian dan kesopanan pegawai (Staf/ Administrasi)			28	60	12	384	Baik
12	Pegawai (Staf/ Administrasi) memiliki pengetahuan yang baik tentang		10	49	37	4	335	Cukup

	komponen pelayanan.							
	<b>Total</b>						<b>1.494</b>	
	<b>Rata-rata</b>						<b>373,5</b>	<b>Baik</b>

**Sumber: Data Primer (diolah)**

Berdasarkan tabel diatas, skor sebesar 367 artinya kepercayaan pada kemampuan pegawai dalam menangani keluhan dinilai baik oleh konsumen. Skor sebesar 408 artinya penggunaan jasa PDAM dijamin aman dinilai baik oleh konsumen. Skor sebesar 384 artinya keramahan, perhatian dan kesopanan pegawai dinilai baik oleh konsumen. Skor sebesar 335 artinya pegawai memiliki pengetahuan yang cukup tentang komponen pelayanan dinilai cukup oleh konsumen. Rata-rata skor sebesar 373,5 artinya indikator jaminan dinilai baik oleh konsumen.

#### **d. Empati**

Hasil jawaban responden terhadap indikator empati dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.8**

**Hasil Jawaban Responden Terhadap Indikator Empati**

<b>Item</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>STB</b>	<b>TB</b>	<b>CB</b>	<b>B</b>	<b>SB</b>	<b>Skor</b>	<b>Ket</b>
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>		
13	Secara personal pegawai ((Staf/Administrasi) memberikan perhatian penuh mengenai pelayanan kepada konsumen.			34	66		366	Baik
14	Pegawai ((Staf/Administrasi) peduli akan perkembangan mode di kalangan masyarakat (dalam artian cara berkomunikasi			22	74	4	382	Baik

	terhadap pelanggan)								
15	Pegawai ((Staf/ Administrasi) sangat memperhatikan kepentingan para konsumen.			21	79			379	Baik
16	Pegawai (Staf/ Administrasi) memahami kebutuhan khusus para konsumen dalam melaksanakan transaksi pembayaran.		2	17	63	18		397	Baik
	<b>Total</b>							<b>1.524</b>	
	<b>Rata-rata</b>							<b>381</b>	<b>Baik</b>

**Sumber: Data Primer (diolah)**

Berdasarkan tabel diatas, skor sebesar 366 artinya secara personal pegawai memberikan perhatian penuh mengenai pelayanan kepada konsumen di nilai baik oleh konsumen. Skor sebesar 382 artinya pegawai peduli akan perkembangan mode di kalangan masyarakat dinilai baik oleh konsumen. Skor sebesar 379 artinya pegawai sangat memperhatikan kepentingan para konsumen dinilai baik oleh konsumen. Skor sebesar 397 artinya pegawai memahami kebutuhan khusus para konsumen dalam melaksanakan transaksi pembayaran dinilai baik oleh konsumen Rata-rata skor sebesar 381 artinya indikator empati dinilai baik oleh konsumen.



**e. Berwujud**

Hasil jawaban responden terhadap indikator berwujud dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 4.9**  
**Hasil Jawaban Responden Terhadap Indikator Berwujud**

<b>Item</b>	<b>Pernyataan</b>	<b>STB</b>	<b>TB</b>	<b>CB</b>	<b>B</b>	<b>SB</b>	<b>Skor</b>	<b>Ket</b>
		<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>		
17	Tempat yang digunakan dalam memberikan pelayanan administrasi ditata agar konsumen merasa nyaman			21	73	6	385	Baik
18	Peralatan yang digunakan di PDAM (seperti pipa air) adalah peralatan yang modern.		4	47	45	4	349	Baik
19	Penampilan fasilitas fisik sesuai dengan jenis pelayanan yang diberikan.			19	79	2	383	Baik
20	Bangunan kantor PDAM ditata secara rapi dan potensial.			19	81		381	Baik
21	Bahan-bahan atau materi yang digunakan untuk menjelaskan kebutuhan konsumen tertata dan jelas.			33	67		367	Baik
	<b>Total</b>						<b>1.865</b>	
	<b>Rata-rata</b>						<b>373</b>	<b>Baik</b>

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel diatas, Skor sebesar 385 artinya tempat yang digunakan dalam memberikan pelayanan administrasi ditata agar konsumen merasa nyaman dinilai baik oleh konsumen. skor sebesar 349 artinya Peralatan yang digunakan di PDAM (seperti pipa air) adalah peralatan yang modern. dinilai baik oleh konsumen. Skor sebesar 383 artinya Penampilan fasilitas fisik sesuai dengan jenis pelayanan yang diberikan. dinilai baik oleh konsumen. Skor sebesar 381 artinya bangunan kantor PDAM ditata secara rapi dan potensial dinilai baik oleh konsumen. Skor sebesar 367 artinya bahan-bahan atau materi yang digunakan untuk menjelaskan kebutuhan konsumen adalah jelas dinilai baik oleh konsumen. Rata-rata skor sebesar 3703 artinya indikator kesesuaian dinilai baik oleh konsumen Hasil rekap jawaban responden secara keseluruhan berdasarkan prioritas penilaian terhadap kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.10**  
**Hasil Rekap Jawaban Responden Terhadap 16 Item Kualitas pelayanan**

No	Pernyataan	Skor	Ket
<b>Kehandalan</b>			
1	Pelayanan dalam melayani keluhan konsumen (air keruh dan air sedikit), sesuai dengan janji yang tertera pada peraturan yang ditetapkan.	367	Baik
2	Karyawan mampu menyelesaikan permasalahan pipa bocor yang dikeluhkan oleh pelanggan.	408	Baik
3	Ketepatan pegawai (Staf/ Administrasi) melayani konsumen dalam melayani sistem pembayaran.	384	Baik
4	PDAM mendapatkan predikat air sehat dalam pelayanan yang baik terhadap konsumen.	335	Cukup
<b>Daya Tanggap</b>			
5	Informasi yang diberikan pegawai mengenai prosedur penggunaan jasa dapat dimengerti.	366	Baik
6	Pegawai (Staf/ Administrasi) sigap dalam memberikan pelayanan atas keluhan konsumen.	382	Baik
7	Pegawai (Staf/ Administrasi) bersedia membantu keluhan berdasarkan prosedur terhadap konsumen.	379	Baik
8	Daya tanggap pegawai (Staf/ Administrasi) dalam memberikan pelayanan publik dalam	379	Baik

	kategori baik.		
<b>Jaminan</b>			
9	Kepercayaan pada kemampuan pegawai (Staf/ Administrasi) dalam menangani keluhan (air mati, pipa bocor dan air keruh).	367	Baik
10	Penggunaan jasa PDAM dijamin aman.	408	Baik
11	Keramahan, perhatian dan kesopanan pegawai (Staf/ Administrasi)	384	Baik
12	Pegawai (Staf/ Administrasi) memiliki pengetahuan yang baik tentang komponen pelayanan.	335	Cukup
<b>Empati</b>			
13	Secara personal pegawai ((Staf/ Administrasi) memberikan perhatian penuh mengenai pelayanan kepada konsumen.	366	Baik
14	Pegawai ((Staf/ Administrasi) peduli akan perkembangan mode di kalangan masyarakat (dalam artian cara berkomunikasi terhadap pelanggan)	382	Baik
15	Pegawai ((Staf/ Administrasi) sangat memperhatikan kepentingan para konsumen.	379	Baik
16	Pegawai (Staf/ Administrasi) memahami kebutuhan khusus para konsumen dalam melaksanakan transaksi pembayaran.	397	Baik
<b>Berwujud</b>			
17	Tempat yang digunakan dalam memberikan pelayanan administrasi ditata agar konsumen merasa nyaman	385	Baik
18	Peralatan yang digunakan di PDAM (seperti pipa air) adalah peralatan yang modern.	349	Baik
19	Penampilan fasilitas fisik sesuai dengan jenis pelayanan yang diberikan.	383	Baik
20	Bangunan kantor PDAM ditata secara rapi dan potensial.	381	Baik
21	Bahan-bahan atau materi yang digunakan untuk menjelaskan kebutuhan konsumen tertata dan jelas.	367	Baik
<b>Total</b>		<b>7.883</b>	
<b>Rata-rata</b>		<b>375,38</b>	<b>Baik</b>

**Sumber: Data Primer (diolah)**

Berdasarkan tabel diatas, rata-rata skor sebesar 375,38 artinya variabel kualitas pelayanan dinilai baik oleh konsumen. Indikator tertinggi berkaitan dengan Penggunaan jasa PDAM dijamin aman dengan skor sebesar 408 dan Karyawan mampu menyelesaikan permasalahan pipa bocor yang dikeluhkan oleh pelanggan dengan skor 408. Dan indikator terendah berkaitan dengan PDAM mendapatkan predikat air sehat dalam pelayanan yang cukup terhadap konsumen dengan skor 335. Adapun rekap rata-rata skor untuk masing-masing indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.11**  
**Rekap Jawaban Indikator Kualitas pelayanan**

<b>Indikator</b>	<b>Skor rata-rata</b>	<b>Ket</b>
Kehandalan	373,5	Baik
Daya Tanggap	376,5	Baik
Jaminan	373,5	Baik
Empati	381	Baik
Berwujud	373	Baik

**Sumber: Data Primer (diolah)**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat rata-rata dari setiap indikator dalam variabel kualitas pelayanan, dimana skor tertinggi berada pada indikator Empati dengan rata-rata skor sebesar 381 dan yang terendah adalah indikator berwujud dengan skor sebesar 373.

### 4.1.3. Kepuasan Konsumen Produk PDAM Tirta Mayang

#### a. Kesesuaian Harapan

Hasil jawaban responden terhadap indikator kesesuaian harapan dapat diterima dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Jawaban Responden Terhadap Indikator Kesesuaian Harapan**

Item	Pernyataan	STP	TP	CP	P	SP	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
1	Pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan			36	61	3	367	Puas
2	Pelayanan oleh pegawai (Staf/Administrasi) sesuai dengan harapan		4	13	48	35	414	Puas
3	Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan			29	61	10	381	Puas
	<b>Total</b>						<b>1.162</b>	
	<b>Rata-rata</b>						<b>387,3</b>	<b>Puas</b>

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel diatas, skor sebesar 367 artinya pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan dinilai puas oleh konsumen. Skor sebesar 414 artinya pelayanan oleh pegawai sesuai dengan harapan dinilai puas oleh konsumen. Skor sebesar 381 artinya fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan dinilai puas oleh konsumen. Rata-rata skor sebesar 387,3 artinya indikator kesesuaian harapan dinilai puas oleh konsumen.

## b. Minat Berkunjung Kembali

Hasil jawaban responden terhadap indikator minat berkunjung kembali dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Jawaban Responden Terhadap Indikator Minat Berkunjung Kembali**

Item	Pernyataan	STP	TP	CP	P	SP	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
4	Pelayanan yang diberikan membuat anda ingin berkunjung kembali untuk menggunakan jasa pelayanan PDAM		8	51	37	4	337	Cukup
5	Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mendapatkan pelayanan			33	67		367	Puas
6	Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai			20	76	4	384	Puas
<b>Total</b>							<b>1.088</b>	
<b>Rata-rata</b>							<b>362,6</b>	<b>Puas</b>

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel diatas, skor sebesar 337 artinya pelayanan yang diberikan membuat anda ingin berkunjung kembali untuk menggunakan jasa pelayanan PDAM dinilai cukup oleh konsumen. Skor sebesar 367 artinya berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mendapatkan pelayanan dinilai puas oleh konsumen. Skor sebesar

384 artinya berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai dinilai puas oleh konsumen. Rata-rata skor sebesar 362,6 artinya indikator minat berkunjung kembali dinilai puas oleh konsumen.

### c. Kesiediaan Merekomendasikan

Hasil jawaban responden terhadap indikator kesiediaan merekomendasikan dapat dilihat sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Jawaban Responden Terhadap Indikator Kesiediaan**  
**Merekomendasikan**

Item	Pernyataan	STP	TP	CP	P	SP	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
7	Merekomendasikan kepada rekan, karena anda puas akan pelayanan yang diberikan			36	61	3	367	Puas
8	Merekomendasikan kepada rekan, karena lingkungan pada kantor bersih dan nyaman serta aman		4	13	48	35	414	Puas
9	Merekomendasikan kepada rekan yang sedang membutuhkan jasa pelayanan dari kantor tersebut.			16	72	12	396	Puas
	<b>Total</b>						<b>1.177</b>	
	<b>Rata-rata</b>						<b>392,3</b>	<b>Puas</b>

Sumber: Data Primer (diolah)

Berdasarkan tabel diatas, skor sebesar 367 artinya Merekomendasikan kepada rekan, karena anda puas akan pelayanan yang diberikan dinilai puas oleh konsumen. Skor sebesar 414 artinya Merekomendasikan kepada rekan,

karena lingkungan pada kantor bersih dan nyaman serta aman dinilai puas oleh konsumen. Skor sebesar 396 artinya Merekomendasikan kepada rekan yang sedang membutuhkan jasa pelayanan dari kantor tersebut dinilai puas oleh konsumen. Rata-rata skor sebesar 392,3 artinya indikator kesediaan merekomendasikan dinilai puas oleh konsumen. Hasil rekap jawaban responden secara keseluruhan berdasarkan prioritas penilaian terhadap kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Rekap Jawaban Responden Terhadap 9 Item Kepuasan**  
**Konsumen**

No	Pernyataan	Skor	Ket
<b>Kesesuaian</b>			
1	Pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan	367	Puas
2	Pelayanan oleh pegawai (Staf/ Administrasi) sesuai dengan harapan	414	Puas
3	Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan	381	Puas
<b>Minat Berkunjung Kembali</b>			
4	Pelayanan yang diberikan membuat anda ingin berkunjung kembali untuk menggunakan jasa pelayanan PDAM	337	Cukup
5	Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mendapatkan pelayanan	367	Puas
6	Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai	384	Puas
<b>Kesediaan Berkunjung Kembali</b>			
7	Merekomendasikan kepada rekan, karena anda puas akan pelayanan yang diberikan	367	Puas
8	Merekomendasikan kepada rekan, karena lingkungan pada kantor bersih dan nyaman serta aman	414	Puas
9	Merekomendasikan kepada rekan yang sedang membutuhkan jasa pelayanan dari kantor tersebut.	396	Puas
<b>Total</b>		<b>3.427</b>	
<b>Rata-rata</b>		<b>380,7</b>	<b>Puas</b>



**Sumber: Data Primer (diolah)**

Berdasarkan tabel diatas, rata-rata skor sebesar 380,7 artinya konsumen merasa puas dalam pelayanan. Pernyataan tertinggi berkaitan dengan Pelayanan oleh pegawai (Staf/ Administrasi) sesuai dengan harapan dengan skor 414 dan pernyataan terendah berkaitan dengan Pelayanan yang diberikan membuat anda ingin berkunjung kembali untuk menggunakan jasa pelayanan PDAM dengan skor sebesar 337. Berdasarkan tabel diatas, Adapun rekap rata-rata skor untuk masing-masing indikator kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.16**  
**Rekap Jawaban Indikator Kepuasan Konsumen**

<b>Indikator</b>	<b>Skor rata-rata</b>	<b>Ket</b>
Kesesuaian Harapan	387,3	Puas
Minat Berkunjung Kembali	362,6	Puas
Kesediaan Merekomendasikan	392,3	Puas

**Sumber: Data Primer (diolah)**

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat rata-rata dari setiap indikator dalam variabel kepuasan konsumen, indikator terendah berkaitan dengan minat berkunjung kembali dengan skor sebesar 362,6 dan indikator tertinggi berkaitan dengan kesediaan merekomendasikan dengan raata-rata skor sebesar 392,3.

#### 4.1.4. Persamaan Regresi Linear Sederhana

Dari nilai-nilai koefisien yang terdapat pada tabel persamaan regresi yang disusun untuk penelitian ini adalah:

**Tabel 4.17**  
**Uji Regresi Linear Sederhana**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,359	,321		1,116	,267
KUALITAS PELAYANAN	,851	,083	,721	10,290	,000

a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Dari nilai-nilai koefisien yang terdapat pada tabel persamaan regresi linear sederhana diatas, maka model yang dapat disusun untuk penelitian ini adalah:

$$Y = 0.359 + 0.851X + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan konsumen  
X = Kualitas pelayanan  
e = Error

Berdasarkan persamaan regresi linear sederhana diatas diketahui bahwa koefisien regresi kualitas pelayanan bernilai positif. Dengan kata lain variabel kualitas pelayanan dapat dijadikan alat untuk memprediksi kepuasan konsumen pada.

Berdasarkan keterangan diatas diketahui nilai constant sebesar 0.359. Artinya apabila variabel kualitas pelayanan dianggap konstan (bernilai 0), maka variabel kepuasan konsumen akan bernilai 0.359.

Koefisien variabel kualitas pelayanan 0.851 artinya setiap terjadi kenaikan kualitas pelayanan sebesar 1% maka mengakibatkan kepuasan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 85,1%

#### 4.1.5. Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan untuk membuktikan hubungan dan pengaruh antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y). Menghitung  $t_{tabel}$  yaitu didapat dari membaca tabel distribusi t untuk taraf signifikan ( $\alpha$  tertentu) dan  $dk = n-k-1$ . Dalam hal ini  $n =$  banyaknya pasang data (sampel unit penelitian) dan  $k =$  banyaknya variabel bebas atau  $100-1-1 = 98$  dan  $t_{tabel} = 1.983$ . Dari hasil analisis data menggunakan SPSS versi 20 hasil uji t dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4.18**

**Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,359	,321		1,116	,267
KUALITAS PELAYANAN	,851	,083	,721	10,290	,000

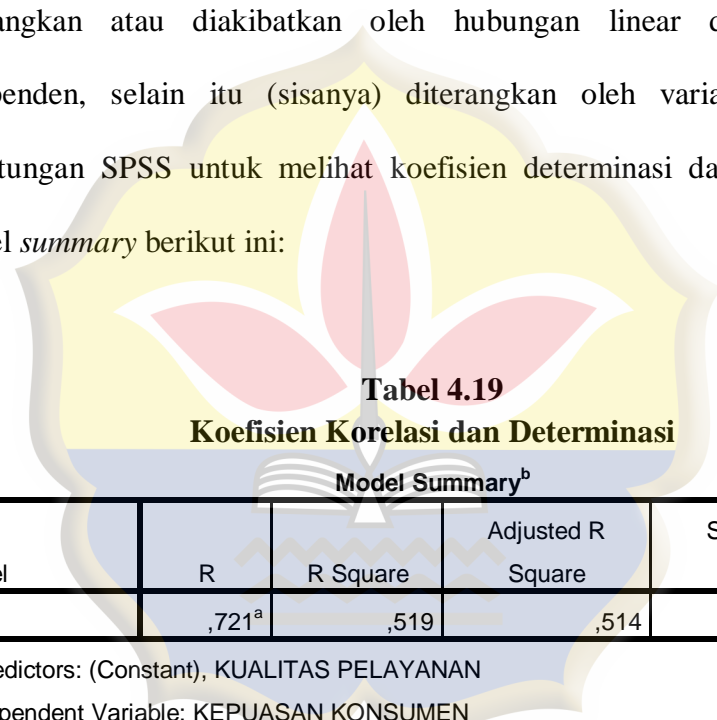
a. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Dari tabel diatas maka di dapat nilai  $t_{hitung}$  sebesar 10.290, nilai  $t_{hitung}$  ini akan dibandingkan dengan nilai  $t_{tabel}$ . Berdasarkan hasil

perbandingan maka dapat disimpulkan bahwa  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $10.290 > 1.983$ ), maka keputusannya adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian ada pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y).

#### 4.1.6. Koefisien Korelasi dan Determinasi

Koefisien determinasi dilambangkan dengan nilai  $R^2$ . Nilai ini menyatakan proporsi variasi keseluruhan dalam nilai dependen yang dapat diterangkan atau diakibatkan oleh hubungan linear dengan variabel independen, selain itu (sisanya) diterangkan oleh variabel lain. Hasil perhitungan SPSS untuk melihat koefisien determinasi dapat dilihat pada model *summary* berikut ini:



**Tabel 4.19**  
**Koefisien Korelasi dan Determinasi**

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,721 <sup>a</sup>	,519	,514	,23568

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN

b. Dependent Variable: KEPUASAN KONSUMEN

Koefisien korelasi dalam penelitian ini adalah 0,721, artinya terdapat hubungan yang cukup erat antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y). Dari hasil pengujian SPSS maka diperoleh nilai koefisien determinasi = R square sebesar 0,519 angka ini menyatakan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) mampu menjelaskan variabel kepuasan

konsumen (Y) sebesar 51,9% dan sisanya sebesar 48,1% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini seperti persepsi konsumen dan harga.



## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil pembahasan yang dilakukan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari 100 responden berpendapat bahwa kualitas pelayanan pada PDAM tirta mayang Jambi dalam keadaan baik dan konsumen pada PDAM tirta mayang Jambi puas dengan kualitas pelayanan tersebut .
2. Terdapat pengaruh signifikan antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan konsumen (Y) pada PDAM tirta mayang. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $10.290 > 1.983$ ).

#### 5.2. Saran

Saran yang dapat penulis sampaikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Indikator kualitas pelayanan dengan skor terendah berkaitan dengan kehandalan, maka pihak PDAM Tirta Mayang Jambi harus lebih memperhatikan keadaan air yang sehat dalam pelayanan kebutuhan terhadap konsumen sehingga kualitas pelayanan lebih meningkat.
2. Indikator kepuasan konsumen dengan skor terendah berkaitan dengan minat berkunjung kembali, maka pihak PDAM Tirta Mayang Jambi harus melakukan peninjauan lapangan berkaitan dengan hal tersebut sehingga konsumen lebih merasakan kenyamanan dalam melakukan pelayanan.

3. Penelitian ini ini dapat dilanjutkan dan dikembangkan dengan mengukur faktor-faktor lain yang mempengaruhi kepuasan konsumen seperti persepsi konsumen dan harga.



## DAFTAR PUSTAKA

- Handoko, T, Hani. 2000. *Manajemen Pemasaran (Analisa dan Perilaku Konsumen)*. Yogyakarta: BPFE.
- Handoko, T, Hani. 2012. *Manajemen Edisi Kedua*. Yogyakarta: BPFE.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing, Cetakan Pertama*. Yogyakarta: Media Presdindo.
- Hasibuan. 2011. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Kotler, Philip. 2000. *Marketing Management Edisi Milenium*. Prentice Hall Intl, Inc: New Jesrey.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran Jilid I*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler & Keller. 2007. *Marketing Management*. Jakarta: PT. Indeks.
- Lupioyadi. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manullang, M. 2010. *Dasar-Dasar Manajemen*. Yogyakarta: Ghalia Indonesia.
- Moenir, A.S. 2011. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Mursid, M. 2003. *Manajemen Pemasaran, Cetakan Kelima*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Siswanto. 2014. *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sopiah, 2013. *Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Subagyo, Ahmad. 2011. *Marketing In Business*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, PT. Alfabeta: Bandung.
- Sumarwan, Ujang. 2012. *Riset Pemasaran dan Konsumen*. Bogor: IPB Press.
- Sunyoto, Danang, 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Manajemen Pemasaran Edisi Keempat*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Umar, Husein, 2013. *Riset Penelitian*, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.





## LAMPIRAN 1

### SURAT PERMOHONAN PENGISIAN KUISIONER

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Sdr.

Konsumen PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) Tirta Mayang Kota Jambi

**Dengan Hormat,**

Dalam rangka penelitian penyusunan tugas akhir skripsi yang merupakan salah satu syarat akademis untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada fakultas ekonomi Universitas Batanghari Jambi, Maka bersama ini saya mohon kesediaan waktu Bapak/Ibu/Sdr untuk dapat menjadi responden dalam penelitian yang saya lakukan.

Adapun identitas saya adalah sebagai berikut:

Nama : Feni Jeni Wardani

NIM : 1600861201406

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) Tirta Mayang Kota Jambi

Kuisisioner ini ditunjukkan untuk diisi oleh Bapak/Ibu/Sdr dengan menjawab seluruh pertanyaan yang telah disediakan. Saya mengharapkan jawaban yang Bapak/Ibu/Sdr berikan nantinya menurut pendapat anda masing-masing. Perlu diketahui bahwa seluruh informasi/jawaban yang diberikan dijamin kerahasiaannya dan hanya dipergunakan untuk kepentingan penyusunan skripsi ini, serta bukan merupakan penilaian pekerjaan anda, sehingga tidak mempengaruhi status dan jabatan Bapak/Ibu/Sdr.

Demikianlah surat pengantar ini saya sampaikan, atas partisipasi dan ketulusan hati Bapak/Ibu/Sdr, saya ucapkan terimakasih.

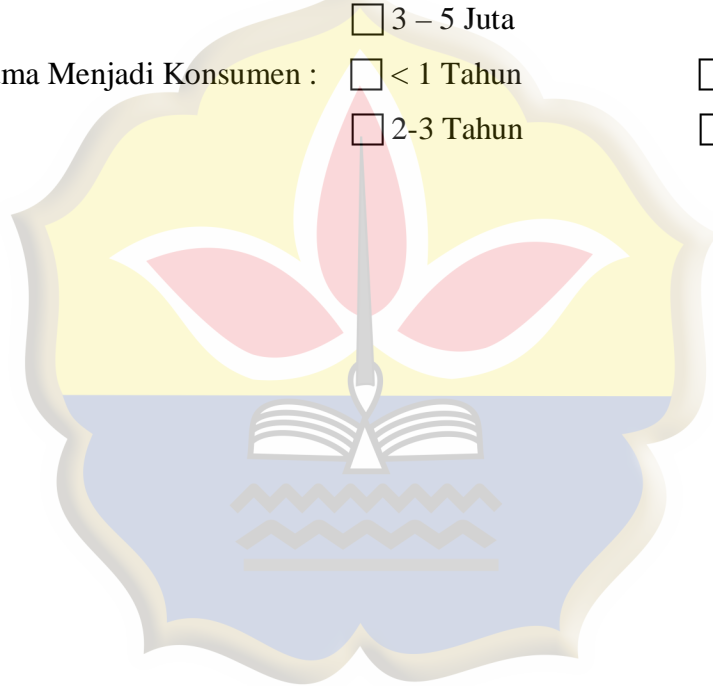
Jambi, September 2019

Hormat Saya,

Feni Jeni Wardani

## Karakteristik Responden

1. No Responden :
2. Jenis Kelamin :  Laki-Laki  
 Perempuan
3. Umur :   $\leq 19$  Tahun  30 - 34 Tahun  
 20 - 24 Tahun   $> 35$  Tahun  
 25 - 29 Tahun
4. Pendapatan :   $< 3$  Juta   $> 5$  Juta  
 3 - 5 Juta
5. Lama Menjadi Konsumen :   $< 1$  Tahun  4-5 Tahun  
 2-3 Tahun   $> 5$  Tahun



### Pernyataan Penelitian

Berikan penilaian terhadap pertanyaan dibawah ini yang menyangkut pengalaman yang anda rasakan selama menjadi konsumen pada PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) Tirta Mayang Kota Jambi, berilah tanda check list (√) pada kolom yang sesuai dengan penilaian anda.

- |   |                             |
|---|-----------------------------|
| 1. Sangat Tidak Baik/ Sangat Tidak Puas | 4. Baik/ Puas               |
| 2. Tidak Baik/ Tidak Puas               | 5. Sangat Baik/ Sangat Puas |
| 3. Cukup/ Cukup Puas                    |                             |

#### a. Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
		STB	TB	C	B	SB
	<b>Kehandalan</b>					
1	Pelayanan dalam melayani keluhan konsumen (air keruh dan air sedikit), sesuai dengan janji yang tertera pada peraturan yang ditetapkan.					
2	Karyawan mampu menyelesaikan permasalahan pipa bocor yang dikeluhkan oleh pelanggan.					
3	Ketepatan pegawai (Staf/ Administrasi) melayani konsumen dalam melayani sistem pembayaran.					
4	PDAM mendapatkan predikat air sehat dalam pelayanan yang baik terhadap konsumen.					
	<b>Daya Tanggap</b>					
5	Informasi yang diberikan pegawai mengenai prosedur penggunaan jasa dapat dimengerti.					
6	Pegawai (Staf/ Administrasi) sigap dalam memberikan pelayanan atas keluhan konsumen.					
7	Pegawai (Staf/ Administrasi) bersedia membantu keluhan berdasarkan prosedur terhadap konsumen.					
8	Daya tanggap pegawai (Staf/ Administrasi) dalam memberikan pelayanan publik dalam kategori baik.					
	<b>Jaminan</b>					
9	Kepercayaan pada kemampuan pegawai (Staf/ Administrasi) dalam menangani keluhan (air mati, pipa bocor dan air keruh).					
10	Penggunaan jasa PDAM dijamin aman.					
11	Keramahan, perhatian dan kesopanan pegawai (Staf/ Administrasi)					

No	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
		STB	TB	C	B	SB
12	Pegawai (Staf/Administrasi) memiliki pengetahuan yang baik tentang komponen pelayanan					
13	<b>Empati</b> Secara personal pegawai ((Staf/ Administrasi) memberikan perhatian penuh mengenai pelayanan kepada konsumen.					
14	Pegawai ((Staf/ Administrasi) peduli akan perkembangan mode di kalangan masyarakat (dalam artian cara berkomunikasi terhadap pelanggan)					
15	Pegawai ((Staf/ Administrasi) sangat memperhatikan kepentingan para konsumen.					
16	Pegawai (Staf/ Administrasi) memahami kebutuhan khusus para konsumen dalam melaksanakan transaksi pembayaran.					
17	Tempat yang digunakan dalam memberikan pelayanan administrasi ditata agar konsumen merasa nyaman					
18	<b>Berwujud</b> Peralatan yang digunakan di PDAM (seperti pipa air) adalah peralatan yang modern.					
19	Penampilan fasilitas fisik sesuai dengan jenis pelayanan yang diberikan.					
20	Bangunan kantor PDAM ditata secara rapi dan potensial.					
21	Bahan-bahan atau materi yang digunakan untuk menjelaskan kebutuhan konsumen tertata dan jelas.					

**b. Kepuasan Konsumen**

No	Pernyataan	Skor				
		1	2	3	4	5
		STP	TP	CP	P	SP
1	<b>Kesesuaian Harapan</b> Pelayanan yang diterima sesuai dengan harapan					
2	Pelayanan oleh pegawai (Staf/ Administrasi) sesuai dengan harapan					
3	Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan					
4	<b>Minat Berkunjung Kembali</b> Pelayanan yang diberikan membuat anda ingin berkunjung kembali untuk menggunakan jasa pelayanan PDAM					
5	Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mendapatkan pelayanan					
6	Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai					
7	<b>Kesediaan Merekomendasikan</b> Merekomendasikan kepada rekan, karena anda puas akan pelayanan yang diberikan					
8	Merekomendasikan kepada rekan, karena lingkungan pada kantor bersih dan nyaman serta aman					
9	Merekomendasikan kepada rekan yang sedang membutuhkan jasa pelayanan dari kantor tersebut.					