

**EFEKIVITAS PENGUKURAN LIKUIDITAS DALAM
MENILAI PENERIMAAN DAERAH
(Study Kasus Kabupaten Merauke)**

Enggar Trijunanto, SE.,M.Ak

**ANALISIS RASIO KEUANGAN UNTUK MENGUKUR TINGKAT
KESEHATAN KEUANGAN PERUSAHAAN**

Metodius F.M Janggur

**ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI DINAS
PERHUBUNGAN DALAM MENANGGULANGI PARKIR LIAR
DI PASAR WAMANGGU KABUPATEN MERAUKE**

Fidelis Yamboya

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN KTP ELEKTONIK
TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT DI KELURAHAN
KEPALA LIMA DISTRIK MERAUKE KABUPATEN MERAUKE**

Petronela Bebbe Leo

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Pada Perusahaan Dareah Air Minum
(PDAM) Kelurahan Mandala Kabupaten Merauke)**

Servandus Samderubun

Jurnal Manajemen dan Bisnis merupakan jurnal ilmiah bagi para ahli manajemen bisnis dan akuntansi. Isi dan konten jurnal ini berdasarkan hasil penelitian, kajian pustaka dan analisa yang menggunakan metode ilmiah yang terukur.

Jurnal Manajemen dan Bisnis ini diterbitkan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Saint Theresa Merauke dengan jadwal penerbitan: dua kali dalam setahun yakni pada bulan Juli dan Desember.

Pelindung : Badan Pengurus Yayasan LPK SaintTheresa

Penanggung jawab : Yohanes Ngamal, SE.,M.M

Dewan Redaksi :

Ketua : Hendrik. Pandiangan, S.Kom., M.M

Wakil ketua : Inez Cara A. Phoek, B.Com.M.M

Anggota : Leonardus Budi Weluk, S.Pd.,M.M
Fransiscus Saverinus Ngamel, S.Sos

Alamat Redaksi:

Jl. Nusa Barong, No.1, Merauke, Papua Tel. (0971)3333501

Email: stie.theresa@gmail.com

Sumbangan artikel ilmiah berbahasa Indonesia dan Inggris, karya asli (bukan jiplakan) dan belum pernah dipublikasikan. Dapat dikirim melalui email ke alamat: stie.theresa@gmail.com Dewan redaksi mengedit dan menyunting tanpa mengubah substansi setiap artikel ilmiah yang dikirim penulis.

4

Daftar Isi

**EFEKIVITAS PENGUKURAN LIKUIDITAS
DALAM MENILAI PENERIMAAN DAERAH
(Study Kasus Kabupaten Merauke)**
Enggar Trijunanto, SE.,M.Ak

5

27

**ANALISIS RASIO KEUANGAN UNTUK
MENGUKUR TINGKAT KESEHATAN
KEUANGAN PERUSAHAAN**
Metodius F.M Janggur

**ANALISIS SWOT SEBAGAI STRATEGI DINAS
PERHUBUNGAN DALAM MENANGGULANGI
PARKIR LIAR DI PASAR WAMANGGU
KABUPATEN MERAUKE**
Fidelis Yamboya

39

71

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
KTP ELEKTRONIK TERHADAP KEPUASAN
MASYARAKAT DI KELURAHAN KEPALA LIMA
DISTRIK MERAUKE KABUPATEN MERAUKE**
Petronela Bebbe Leo

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Studi Kasus Pada Perusahaan Daerah
Air Minum (PDAM) Kelurahan Mandala
Kabupaten Merauke)**
Servandus Samderubun

87

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Kasus Pada Perusahaan Daerah Air Minum
(PDAM) Kelurahan Mandala Kabupaten Merauke)

OLEH: SERVANDUS SAMDERUBUN

NIM 15632029

ABSTRAK

Servandus Samderubun, NIM 15612028, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan, (Studi Kasus Pada Perusahaan Air Minum, Kelurahan Mandala, Kabupaten Merauke).

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kinerja para karyawan PDAM dalam melaksanakan tugas pelayanan kepada para pelanggan di kelurahan mandala, kabupaten merauke. Untuk mendapatkan data maka peneliti melakukan pembagian kuisioner kepada pelanggan PDAM, dengan menggunakan metode teknik analisis data yang di gunakan dalam metode penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, yaitu tata cara penelitian yang menghasilkan data deskriptif analisis.

Hasil penelitian ini menunjukan bawah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, mempengaruhi dampak yang baik terhadap terhadap pelayanan, dan kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

1. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Dalam kehidupan manusia selalu membutuhkan

komsumsi, untuk kebutuhan hidupnya, terutama dalam mengkonsumsi air, karena air merupakan salah satu bahan pokok utama dalam kehidupan sehari-hari. Air adalah sumber mineral yang sangat bermanfaat bagi semua makhluk hidup dimuka bumi termasuk manusia. Maka dilakukan pengelolaannya sedemikian rupa supaya dapat dimanfaatkan secara efektif dan efisien. Indonesia merupakan Negara iklim tropis, artinya bawah Indonesia memiliki dua musin yaitu musin kemarau dan penghujan. Melihat keadaan ini seharusnya Indonesia memiliki cadangan sumber air bersih yang cukup. Namun, kenyataan yang terjadi ialah kurangnya air bersih pada saat musin kemarau dan terjadi banjir pada saat musin hujan, hal ini mengakibatkan semakin langka untuk mendapat air bersih di Indonesia.

Air bersih layak minum merupakan sesuatu yang sangat penting, mengingat langsung berhubungan dengan kebutuhan utama masyarakat. Untuk itulah pemerintah Indonesia mengambil kebijakan untuk mengelola air bersih bagi kelangsungan hidup masyarakat. Hal ini dapat dilihat dengan adanya beberap perusahaan jasa penyediaan air bersih yang di kelolah di setiap kabupaten kota. Perusahaan daerah air minum (PDAM) merupakan salah satu perusahaan

pemerintah yang pengelolaannya diserahkan oleh pemerintah daerah dalam hal ini adalah pemerintah daerah Kabupaten Merauke, maka pengolahannya di atur dan di pegang oleh pemerintah. Hal ini sesuai dengan UUD 1945 Pasal 33 ayat (3), yang berbunyi sebagai berikut: Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalam nya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Untuk menjaga dan mengelolah sumber daya air yang di miliki Negara kesatuan Republik Indonesia dibentuklah dasar hukum tentang sumberdaya air yaitu dalam Undang-undang Nomor 7 tahun 2004.

Dalam perusahaan jasa peningkatan kualitas pelayanan harus dilakukan secara baik, sehingga menarik pelanggan. Kualitas pelayan jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi kebutuhan para pelanggan. (Tjiptono,2011).

Berdasarkan pengertian diatas maka kualitas pelayanan dapat disimpulkan bawah segala sesuatu yang diharapkan oleh para pelanggan, harus mampu di tanggap cepat oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan para pelanggannya.

Yang menjadi masalah berdasarkan fenomena yang ada adalah adanya keluhan-keluhan dari pelanggan tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada Perusahaan Daerah air Minum (PDAM) Merauke adalah: (1) Sering terjadinya, air tidak mengalir ke pelanggan terutama pada musim kemarau, kemungkinan terjadinya kelangkaan air bagi pelanggan, sehingga terjadi banyaknya keluhan terhadap pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) tentang kesiapan air bagi para pelanggan. (2) Kelangkaan air menjadi keluhan, bagi para pelanggan tidak terpenuhi kepuasannya sehingga memilih dan membeli jasa seperti penjualan air dengan menggunakan air gallon.

Semakin banyaknya masyarakat yang menggunakan air bersih. maka kualitas pelayanan menjadi sangat penting untuk terpenuhinya kebutuhan masyarakat. Dengan memahami apa yang diinginkan dan diharapkan oleh pelanggan dari kualitas pelayanan yang diberikan, ini akan mendapat suatu nilai tambah

tersendiri bagi perusahaan tersebut. Kualitas pelayanan perlu mendapat perhatian besar dari perusahaan, karena kualitas pelayanan mempunyai hubungan langsung dengan tingkat keuntungan perusahaan. Kualitas pelayanan sebagai suatu standar yang harus dicapai oleh seseorang, kelompok/lembaga atau organisasi mengenai kualitas sumber daya manusia, kualitas cara kerja, proses dan hasil kerja atau produk yang berupa barang dan jasa. (Tjiptono,2011).

Pelayanan yang berkualitas sangat berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan, selain itu juga erat kaitannya dengan menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh para pelanggan akan semakin tinggi. Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggannya. Ketika pelanggan telah merasa puas maka akan terjalinnya hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggan, untuk menciptakan dasar yang baik bagi para pelanggan dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang akan mendapat menguntungkan sebuah perusahaan. Kepuasan pelanggan terhadap perusahaan jasa diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan para pelanggan terhadap suatu pelayanan sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas maka penelitian ini di berikan judul "**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus pada Perusahaan Daerah Air Minum, Kelurahan Mandala Kabupaten Merauke)**"

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas peneliti mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) kepada pelanggan di Kabupaten Merauke?
2. Seberapa besar kepuasan yang di rasakan oleh para pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDM) Kabupaten Merauke?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Mengetahui kepuasan yang diberikan oleh PDAM Kabupaten Merauke.
2. Mengetahui pelayan PDAM Kabupaten Merauke kepada pelanggan.

1.4. Manfaat penelitian

Peneliti mengharapkan semoga hasil yang penelian ini dapat bermanfaat bagi:

1. Bagi Perusahaan:
Penelitian ini di harapkan dapat berguna bagi perusahaan daerah air minum (PDAM), Kabupaten Merauke dalam kebijakan pengambilan keputusan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan pertimbangan untuk mengevaluasi kebijakan yang diambil mengenai pelayanan yang telah diberikan dalam kaitanya dengan upaya peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pelayanan.
2. Pihak Lain:
Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber pustaka tambahan untuk para peneliti selanjutnya.
3. Bagi Peneliti:
Penelitian ini dapat menambah wawasan dan pengalaman, serta dapat menambah pengetahuan tentang cara meneliti pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan daerah air minum yang bergerak dibidang jasa sebagai salah satu cara yang cara yang telah dipelajari peneliti semasa di bangku perkuliahan.

2. LANDASAN TEORI

2.1. Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah tidak kasat mata (tidak dapat diraba) dan melibatkan upaya manusia (karyawan) atau peralatan lainnya yang disediakan oleh perusahaan penyelenggara pelayanan. Menurut Ratminto & Atik dalam buku "Manajemen Pelayanan" (2013,2).

Menurut (Tjiptono,2014) menyebutkan ada 5 karakteristik jasa/layanan adalah sebagai berikut:

1. *Intangibility*

Jasa/layanan adalah suatu perbuatan, tindakan, pengalaman, proses, kinerja, atau usaha.

2. *Inseparability*

Barang biasanya diproduksi, kemudian dijual, lalu dikonsumsi. Sedangkan jasa/layanan umumnya dijual terlebih dahulu, baru kemudian diproduksi dan dikonsumsi pada waktu dan tempat yang sama.

3. *Variability/heterogeneity/inconsistency*

Jasa/layanan bersifat sangat variabel karena merupakan *non-standardized output*, artinya banyak variasi bentuk, kualitas, dan jenis, tergantung pada siapa kapan, dan di mana jasa/layanan tersebut diproduksi.

4. *Perishability*

Perishability berarti bahwa jasa/layanan tidak tahan lama dan tidak dapat disimpan. Kursi pesawat yang kosong, kamar hotel yang tidak dihuni, atau kapasitas jalur telepon yang tidak dimanfaatkan akan berlalu atau hilang begitu saja karena tidak bisa disimpan.

5. *Lack Of Ownership*

Lack Of Ownership merupakan perbedaan dasar antara jasa/layanan dan barang. Para pembeli barang, konsumen memiliki hak penuh atas penggunaan dan manfaat produk yang dibelinya. Mereka bisa mengkonsumsi, menyimpan, atau menjualnya. Di lain pihak, pada pembelian jasa/layanan, pelanggan mungkin hanya memiliki akses personal atau suatu jasa/layanan untuk jangka waktu yang terbatas (misalnya kamar hotel, bioskop, jasa penerbangan dan pendidikan).

2.1.1. Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik

Ciri-ciri pelayanan yang baik menurut (Kasmir, 2012), antar lain:

- 1) Tersedia saran dan prasaranan yang baik.
- 2) Tersedia karyawan yang baik.
- 3) Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan sejak awal hingga selesai.
- 4) Mampu melayani secara tepat dan cepat.
- 5) Mampu berkomunikasi.
- 6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.

- 7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
- 8) Berusaha memahami kebutuhan pelanggan.
- 9) Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan.

Kualitas pelayanan dapat dilihat antara harapan dengan kenyataan yang dirasa pelanggan mengenai pelayanan yang diterima atau diperoleh, berdasarkan lima aspek komponen mutu menurut Pasuraman, Zeithaml dan Berry et al. (Tjiptono, 2011), meliputi:

1. Responsiveness (daya tanggap) Kemampuan petugas pelayanan dalam membantu pelanggan dalam hal apapun dan kesiapan petugas dalam melayani sesuai dengan prosedur dan dapat memenuhi harapan dan kebutuhan dari pelanggan.

2. Reliability (kehandalan) Petugas mampu memberikan pelayanan tepat waktu dan akurat sesuai yang dijanjikan oleh perusahaan, mampu menciptakan pelayanan yang efektif dan efisien bagi pelanggan.

3. Assurance (jaminan) Berhubungan dengan sifat ramah, pengetahuan dan kesopanan dari petugas dalam memberikan pelayanan mampu dipercaya oleh pelanggan, dan pelanggan dapat merasa terbebas dari kesalahan.

4. Empathy (empati) Kemampuan perusahaan dengan memberikan rasa peduli dan perhatian petugas kepada pelanggan, mampu paham terhadap kebutuhannya.

5. Tangible (bukti fisik) Perusahaan mampu menyediakan fasilitas fisik dan perlengkapan yang memadai yang dapat dirasakan secara langsung oleh para pelanggan.

2.1.2. Indikator Kualitas Pelayanan

Putra (2011) berpendapat bahwa terdapat lima dimensi kualitas jasa sesuai urutan tingkat kepentingan relatifnya, yaitu sebagai berikut.

1. Pelayanan bersifat nyata Pelayanan bersifat nyata ialah kemampuan PDAM dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Indikatornya adalah sebagai berikut;
 - 1) Kemudahan menjangkau (baik dengan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum) kantor pelayanan PDAM;

- 2) Sistem/cara pembayaran rekening air yang diterapkan oleh PDAM;
- 3) Peralatan kerja dan peralatan pendukung pekerjaan yang dimiliki PDAM;
- 4) Adanya layanan pengaduan yang disediakan oleh PDAM
- 5) Keberadaan fasilitas pendukung pelayanan PDAM (ruang tunggu pelanggan yang bersih dan nyaman, ketersediaan tempat parkir di kantor pelayanan).
- 6) Dapat dipercaya

2. Dapat dipercaya diartikan sebagai kemampuan PDAM untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Indikatornya adalah sebagai berikut:

- 1) Tingkat kontinuitas kelancaran aliran air PDAM yang didistribusikan ke pelanggan;
- 2) Kualitas mutu air yang diproduksi oleh PDAM (sesuai dengan baku mutu air yang disyaratkan Departemen Kesehatan);
- 3) Keseusai Harga/tarif air dan biaya pelayanan lainnya;
- 4) Hasil pencatatan rekening penggunaan air PDAM/ tingkat keakuratan perhitungan pembayaran pemakaian air yang dilakukan oleh petugas; dan
- 5) Hasil pencatatan rekening penggunaan Air PDAM/ tingkat keakuratan perhitungan pembayaran pemakaian air yang dilakukan oleh petugas.

3. Bersikap tanggap

Bersikap tanggap diartikan sebagai semua kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat atau responsif dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas oleh PDAM. Indikatornya adalah sebagai berikut.

- 1) Tanggapan PDAM pada saat pelanggan mengajukan keluhan berkaitan dengan adanya pelayanan yang kurang atau tidak memuaskan;
- 2) Kecepatan melakukan tindakan dari pihak PDAM terhadap keluhan-keluhan yang disampaikan oleh pelanggan;
- 3) Sikap dan tanggapan para petugas PDAM kepada pelanggan yang menyampaikan saran-saran berkaitan dengan peningkatan pelayanan;

- 4) Kesopanan petugas pelayanan PDAM; dan Kemampuan petugas PDAM dalam menyelesaikan pekerjaan sesuai keluhan pelanggan.

4. Dapat menjamin

Dapat menjamin diartikan sebagai pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai PDAM untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Indikatornya adalah sebagai berikut:

- 1) PDAM dapat menjamin keamanan dan ke higienisan fasilitas instalasi pengolahan air bersih yang akan didistribusikan kepada pelanggannya;
- 2) PDAM dapat menjamin ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan;
- 3) PDAM dapat menjamin tidak terjadinya kesalahan dalam memberikan pelayanan yang menyebabkan kerugian pelanggan;
- 4) Sikap keramahan petugas/pegawai PDAM sebagai pemberi pelayanan, sehingga masyarakat selaku konsumen merasa terjamin atas pelayanan yang diberikan; dan
- 5) PDAM dapat menjamin keamanan dan ke higienisan fasilitas instalasi pengolahan air bersih yang akan dapat didistribusikan pada pelanggannya.

5. Menunjukkan kesungguhan

Perhatian diartikan sebagai pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual dan pribadi yang diberikan oleh PDAM kepada para pelanggan dengan berupaya memahami konsumen. Indikatornya adalah sebagai berikut.

- 1) Tingkat akses untuk menyampaikan keluhan/laporan kepada PDAM;
- 2) Komunikasi yang dilakukan PDAM dengan para pelanggan dalam melaksanakan pelayanan;
- 3) Tingkat kemudahan dalam memperoleh informasi produk dan layanan PDAM kepada para pelanggannya;
- 4) Perhatian yang diberikan PDAM dalam memperlakukan para pelanggan secara personal; dan

- 5) PDAM berupaya agar tidak terjadi penundaan pelayanan.

2.2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang (Sudaryono,2016). Menurut (Lovelock & Wirtz,2011) Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk, jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi. Kepuasan konsumen menyatakan bahwa konsumen dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan umum yaitu jika kinerja di bawah harapan, konsumen akan merasa kecewa tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan merasa puas dan apabila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas senang atau gembira. (Philip Kotler & Kevin Keller,2016).

Pengertian secara umum mengenai kepuasan atau ketidakpuasan para pelanggan merupakan hasil dari adanya perbedaan-perbedaan antara harapan para pelanggan dengan kinerja karwan di suatu perusahaan yang dirasakan oleh pelanggan tersebut. Dari beragam definisi kepuasan pelanggan yang telah diteliti dan didefinisikan oleh para ahli dalam buku pemasaran, dapat disimpulkan bahwa kepuasan para pelanggan ialah suatu tanggapan perilaku pelanggan berupa evaluasi terhadap suatu barang atau jasa yang di rasakannya, dibandingkan dengan harapan para pelanggan. Kepuasan para pelanggan ini sangat tergantung pada persepsi dan harapan pelanggan itu sendiri. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan para pelanggan ketika melakukan pembelian suatu barang atau jasa yang merupakan kebutuhan dan keinginan yang dirasakan oleh pelanggan tersebut, pada saat melakukan pembelian suatu barang atau jasa, pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi barang atau jasa serta pengalaman dari teman-teman yang telah mengkonsumsi barang atau jasa

tersebut merupakan suatu pembelajaran yang berarti. Kepuasan para pelanggan merupakan suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan terpenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan apabila pelayanan tersebut dapat memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, efisien dan efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi pelayanan publik.

Tingkat kepuasan para pelanggan terhadap pelayanan merupakan faktor utama yang penting dalam mengembangkan suatu sistem penyediaan pelayanan yang tanggap terhadap kebutuhan para pelanggan, meminimalkan biaya dan waktu serta memaksimalkan dampak pelayanan yang baik terhadap populasi sasaran.

Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen yang sangat penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih efisien dan efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, oleh perusahaan maka pelayanan tersebut dapat dipastikan tidak efektif dan tidak efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi pelayanan publik. Pada kondisi persaingan sempurna, dimana pelanggan mampu untuk memilih di antara beberapa alternatif pelayanan dan memiliki informasi yang memadai, kepuasan pelanggan merupakan permintaan pelayanan, serta fungsi/operasionalisasi pemasok. Namun bila hanya satu agen, baik pemerintah maupun sektor swasta, yang merupakan penyedia tunggal pelayanan, maka penggunaan kepuasan pelanggan untuk mengukur pelayanan secara efektifitas dan efisiensi sering tidak kelihatan. Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada persepsi dan harapan para pelanggan. Sebuah perusahaan perlu mengetahui beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan. Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan di antaranya sebagai berikut:

1. Kebutuhan dan keinginan, yaitu berkaitan dengan

hal-hal yang dirasakan oleh para pelanggan saat sedang mencoba atau melakukan transaksi dengan perusahaan. Jika pada saat itu kebutuhan, dan keinginan terhadap produksi air minum yang ditawarkan oleh perusahaan air minum sangat besar, maka harapan-harapan para pelanggan yang berkaitan dengan kualitas produk dan layanan perusahaan akan tinggi pula, begitu juga sebaliknya.

2. Pengalaman masa lalu (terdahulu) ketika mengkonsumsi produk dan pelayanan, yang baik dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
3. Pengalaman dari teman-teman, menceritakan teman pelanggan tentang kualitas produk dan layanan perusahaan yang akan didapat oleh pelanggan.
4. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran atau persepsi yang timbul dari gambar periklanan dan pemasaran yang akan dilakukan oleh perusahaan.

Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat diantaranya Tjiptono et al. (2014):

1. Hubungan perusahaan dengan konsumen menjadi harmonis.
2. Memberikan dasar yang baik bagi pembeli.
3. Dapat mendorong tercapainya loyalitas konsumen.
4. Membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut (*word of mouth*) yang menguntungkan perusahaan.
5. Laba yang diperoleh meningkat.

2.2.1. Pengukuran Kepuasan

Konsumen Pengukuran kepuasan konsumen (Tjiptono, 2014), memiliki enam konsep inti yaitu sebagai berikut:

- a) Kepuasan pelanggan keseluruhan (*overall customer satisfaction*) Dalam konsep ini, cara mengukur kepuasan pelanggan yaitu langsung menanyakan kepada pelanggan seberapa puas mereka dengan produk atau jasa suatu perusahaan. Penilaiannya meliputi mengukur tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan/atau jasa perusahaan bersangkutan serta membandingkan dengan tingkat kepuasan pelanggan terhadap perusahaan pesaing.
- b) Dimensi kepuasan pelanggan
Kepuasan pelanggan diukur dengan empat langkah.

Pertama, mengidentifikasi dimensi-dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan menilai produk dan/atau jasa perusahaan. Ketiga, meminta pelanggan menilai produk dan/atau jasa perusahaan pesaing berdasarkan item yang sama. Dan keempat, meminta para pelanggan untuk menentukan dimensi yang penting dalam menilai kepuasan pelanggan.

- c) Konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*)
Kepuasan diukur berdasarkan kesesuaian/ketidaksesuaian antara harapan pelanggan dengan kinerja produk/jasa perusahaan.
- d) Niat beli ulang (*repurchase intention*)
Dalam konsep ini, caranya adalah dengan menanyakan pelanggan secara langsung apakah akan membeli produk atau menggunakan jasa perusahaan lagi.
- e) Kesiapan untuk merekomendasikan (*willingness to recommend*)
Kesiapan pelanggan untuk merekomendasikan produk/jasa kepada teman atau keluarganya menjadi ukuran penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti dalam kasus pembelian produk/jasa yang pembelian ulangnya relatif lama.
- f) Ketidakpuasan pelanggan (*customer dissatisfaction*)
Ketidakpuasan pelanggan meliputi complaint, return atau pengembalian produk, biaya garansi, product recall (penarikan kembali produk dari pasar), gethok tular negatif, dan defections (konsumen yang beralih ke pesaing).

2.2.2. Metode Pengukuran Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (Tjiptono, 2014), untuk mengukur kepuasan pelanggan ada empat metode yaitu sebagai berikut.

- a. Sistem keluhan dan saran
Setiap perusahaan yang berpusat pada pelanggan hendaknya memberi kesempatan kepada pelanggannya untuk menyampaikan keluhan, kritik dan saran kepada perusahaan. Hal ini dapat dilakukan dengan berbagai media seperti kotak saran, telepon layanan konsumen, dan kartu komentar. Dari informasi tersebut, perusahaan dapat dengan cepat memperbaiki masalah-masalah yang

ada sehingga tidak lagi mengganggu kenyamanan pelanggan dalam menggunakan produk atau jasa perusahaan.

- b. Ghost/mystery shopping
Ghost/mystery shopping dilakukan dengan cara mempekerjakan beberapa orang (*ghost shoppers*) untuk berperan menjadi pelanggan potensial perusahaan dan pesaing. Tujuannya untuk menggali informasi mengenai kekuatan dan kelemahan perusahaan itu sendiri dan perusahaan pesaing. Selain itu tugas *ghost shoppers* juga untuk mengetahui secara langsung bagaimana kinerja karyawan.
- c. Lost customer analysis
Perusahaan seyogyanya menghubungi dan menanyakan kepada pelanggan yang telah berhenti membeli produk atau jasa dan beralih kepada pesaing, agar perusahaan dalam mengetahui permasalahan dan dapat segera memperbaikinya.
- d. Survei kepuasan
Pelanggan Sebagian besar perusahaan melakukan penelitian melalui survei untuk mengukur kepuasan pelanggan.

2.2.3. Teknik Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Teknik pengukuran kepuasan pelanggan yang sering digunakan yaitu dengan metode survei. Metode survei kepuasan pelanggan dapat menggunakan pengukuran dengan berbagai cara sebagai berikut:

- e. Directly reported satisfaction yaitu pengukuran kepuasan pelanggan secara langsung dengan menanyakan tingkat kepuasan pelanggan terhadap suatu produk/jasa perusahaan.
- f. Derives dissatisfaction yaitu dengan menanyakan langsung kepada responden antara harapan dengan kenyataan terhadap produk/jasa perusahaan.
- g. Problem analysis yaitu dengan meminta responden untuk menuliskan masalah-masalah yang dihadapi dan menulis saran untuk perbaikan-perbaikan.
- h. Importance/performance analysis/performance ratings yaitu dengan meminta responden untuk merangking elemen-elemen berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen dan tingkat kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

2.2.4. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

(Lupiyoadi, 2001) menyebutkan lima faktor utama yang perlu diperhatikan dalam kaitannya dengan kepuasan konsumen, antara lain:

1. Kualitas Produk

Konsumen akan puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang, jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya (Montgomery dalam Lupiyoadi, 2001). Kualitas produk ada dua yaitu eksternal dan internal. Salah satu kualitas produk dari faktor eksternal adalah citra merek.

2. Kualitas Pelayanan

Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan harapan.

3. Emosional

Konsumen merasa puas ketika orang memuji dia karena menggunakan merek yang mahal.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi

5. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

2.2.5. Elemen Kepuasan Konsumen

Menurut donni juni priansa (2017), lima elemen yang menyangkut kepuasan konsumen adalah sebagai berikut:

a) Harapan (*expectations*)

Harapan konsumen terhadap suatu barang atau jasa telah dibentuk sebelum konsumen membeli barang atau jasa tersebut. Pada saat proses pembelian dilakukan, konsumen berharap bahwa barang atau jasa yang mereka terima sesuai dengan harapan, keinginan dan keyakinan mereka. Barang atau jasa yang sesuai dengan harapan konsumen akan menyebabkan konsumen merasa puas.

b) Kinerja (*performance*)

Pengalaman konsumen terhadap kinerja aktual barang atau jasa ketika digunakan tanpa dipengaruhi oleh harapan mereka. Ketika kinerja aktual barang atau jasa berhasil maka konsumen akan merasa puas.

c) Perbandingan (*comparison*)

Hal ini dilakukan dengan membandingkan harapan kinerja barang atau jasa sebelum membeli dengan persepsi kinerja aktual barang atau jasa tersebut. Konsumen akan merasa puas ketika harapan sebelum pembelian sesuai atau melebihi persepsi mereka terhadap kinerja aktual produk.

d) Pengalaman (*experience*)

Harapan konsumen dipengaruhi oleh pengalaman mereka terhadap penggunaan merek dari barang atau jasa yang berbeda dari orang lain.

e) Konfirmasi (*confirmation*) dan diskonfirmasi (*disconfirmation*)

Konfirmasi atau terkonfirmasi terjadi jika harapan sesuai dengan kinerja aktual produk. Sebaliknya diskonfirmasi atau tidak terkonfirmasi terjadi ketika harapan lebih tinggi atau lebih rendah dari kinerja aktual produk. Konsumen akan merasa puas ketika terjadi *confirmation/disconfirmation*.

2.3. Penelitian Terdahulu

Alfi Syahri Lubis dan Nur Rahmah Andayani (2017) dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan (Service Quality) Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Sucofindo Batam*". Metode yang digunakan adalah metode *Non Probability Sampling*. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen PT. Sucofindo Batam atau konsumen yang pernah menggunakan jasa PT. Sucofindo Batam. Jumlah sampel yang didapatkan menggunakan perhitungan Slovin Sebanyak 80 Responden.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- f) Variabel kualitas pelayanan yaitu *tangible* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- g) Variabel kualitas pelayanan yaitu *reliability* secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- h) Variabel kualitas pelayanan yaitu *responsiveness*

secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

- i) Variabel kualitas pelayanan yaitu assurance secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- j) Variabel kualitas pelayanan yaitu empathy secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- k) Variabel kualitas pelayanan yaitu Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance dan Empathy, secara simultan atau bersamasama mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ni Made Arie Sulistyawati dan Ni Ketut Seminari (2015) dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar*". Metode yang digunakan adalah metode purposive sampling. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang berkunjung ke Restoran Indus Ubud dan sampel sebanyak 105 orang.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

Berdasar hasil penelitian yang telah diuraikan, maka dapat diketahui bahwa variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Indus Ubud dan juga dapat diketahui bahwa variabel perbedaan gender berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Restoran Indus Ubud.

Januar Efendi Panjaitan dan Ai Lili Yulianti (2016) dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Jne Cabang Bandung*". Metode yang digunakan adalah metode non probability sampling. Populasi pada penelitian ini adalah Pelanggan yang menggunakan jasa pengiriman JNE cabang Bandung dan masih aktif dalam periode 1 Januari 2013 hingga 18 Maret 2014 yang berjumlah 350 pelanggan dan jumlah sampel sebesar 78 responden.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Kualitas Pelayanan pada JNE cabang Bandung Berdasarkan hasil analisis deskriptif kualitas pelayanan JNE Cabang Bandung termasuk dalam kategori baik. Ini artinya kualitas pelayanan JNE mendapatkan penilaian positif dan kesan yang baik

di hati pelanggan.

2. Kepuasan Pelanggan pada JNE cabang Bandung Berdasarkan hasil analisis deskriptif kepuasan pelanggan dalam menggunakan jasa pengiriman JNE masuk dalam kategori sangat baik. Dengan tingkat kepuasan yang tinggi hal ini menunjukkan bahwa pelanggan akan selalu setia menggunakan jasa pengiriman JNE.
3. Pengaruh Kualitas Pelayanan secara Simultan terhadap Kepuasan Pelanggan pada JNE cabang Bandung Berdasarkan hasil uji F dapat diketahui bahwa kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Jaminan, Bukti Fisik, Empati, dan Daya Tanggap secara simultan (bersamasama) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Herri Affandi, Muhammad Zaki dan Azmeri (2017) dengan judul "*Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PdAm) Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara*". Metode yang digunakan adalah metode sampling incidental. Populasi dalam penelitian ini adalah para pelanggan aktif dan non aktif dari PDAM Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara. Sampel dalam penelitian ini adalah 212 pelanggan.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

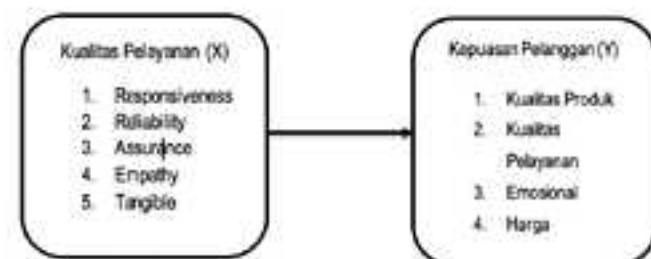
- 1) Faktor kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Mon Pase adalah faktor menunjukkan kesungguhan. Hal ini menunjukkan bahwa apabila faktor menunjukkan kesungguhan ditingkatkan, maka kepuasan pelanggan PDAM Tirta Mon Pase akan semakin meningkat.
- 2) Faktor-faktor kualitas pelayanan secara parsial yang mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Mon Pase adalah faktor dapat dipercaya, faktor bersikap tanggap, dan faktor menunjukkan kesungguhan.
- 3) Faktor-faktor kualitas pelayanan (faktor pelayanan bersifat nyata, faktor dapat dipercaya, faktor bersikap tanggap, faktor dapat menjamin, dan

- faktor menunjukkan kesungguhan} secara simultan semuanya mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Mon Pase.
- 4) Hubungan secara parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Mon Pase untuk faktor pelayanan bersifat nyata, faktor dapat dipercaya, dan faktor dapat menjamin mempunyai hubungan yang tinggi, sementara faktor bersikap tanggap dan faktor menunjukkan kesungguhan mempunyai hubungan yang sangat tinggi.
 - 5) Faktor kualitas pelayanan yang paling berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Mon Pase adalah faktor menunjukkan kesungguhan. Secara parsial faktor dapat dipercaya, bersikap tanggap, dan faktor menunjukkan kesungguhan mempunyai pengaruh, sedangkan secara simultan semua faktor kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Hubungan faktor pelayanan bersifat nyata, dapat dipercaya, dan faktor dapat menjamin mempunyai hubungan yang tinggi, sementara faktor bersikap tanggap dan faktor menunjukkan kesungguhan mempunyai hubungan yang sangat tinggi terhadap kepuasan pelanggan.

1.4. Kerangka Pemikiran

Kerangka berpikir ini disusun penulis tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, untuk menjelaskan bahwa memiliki persepsi terhadap pengaruh pelayanan.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Dari skema di atas terdapat dua variabel yaitu variabel dependen dan variabel independen.

1. Variabel terikat (dependen) adalah variabel yang

mempengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel independen. Dalam hal ini variabel dependennya adalah Kepuasan Pelanggan (Y).

2. Variabel bebas (independen) adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen. Variabel independen dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan (X).

2.0.1. Hipotesis Penelitian

Bertitik tolak dari pembahasan terdahulu, maka dapat diungkap bahwa terdapat keterkaitan antara kualitas pelayanan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Atas dasar kerangka pemikiran teoritis tersebut, maka hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah:

H1: Variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PDAM Kabupaten Merauke, Kelurahan Mandala.

3. METODE PENELITIAN

3.1 Tempat Penelitian

Penelitian ini, peneliti melakukan penelitian di Kelurahan Mandala. Waktu penelitian selama 3 bulan terhitung dari bulan Februari sampai dengan Maret 2020.

3.2 Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini adalah metode penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang berdasarkan pada sifat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Teknik pengambilan sampelnya pada umumnya digunakan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2012).

3.3 Populasi dan Sampel

Menurut (Sujarweni, 2015) populasi penelitian adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan.

Populasi yang di gunakan dalam penelitian ini adalah semua perusahaan air minum daerah (PDAM), terlebih khusus kabupaten Merauke, karena menurut peneliti dianggap belum memenuhi kebutuhan masyarakat.

Sampel adalah suatu bagian dari keseluruhan serta karakteristik yang dimiliki oleh sebuah populasi. Jika populasi tersebut besar, sehingga para peneliti tentunya tidak memungkinkan untuk mempelajari keseluruhan yang terdapat pada populasi tersebut beberapa kendala yang akan di hadapkan di antaranya seperti keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka dalam hal ini perlunya menggunakan sampel yang di ambil dari populasi itu. Kemudian, apa yang dipelajari dari sampel tersebut maka akan mendapatkan kesimpulan yang nantinya di berlakukan untuk Populasi. Dan sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili). Teknik sampling atau pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan *sample random sampling* (sampel acak sederhana) yaitu setiap elemen populasi memiliki peluang yang sama dan setara untuk terpilih sebagai subjek. Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah 80 responden.

3.4 Jenis dan Sumber Data

Data dalam penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu data tidak langsung. Data sekunder yang diperoleh peneliti dari dokumen, publikasi, laporan penelitian dari dinas atau instansi maupun data lainnya yang menunjang penelitian (Darmawan, 2013). Sumber data sekunder dalam penelitian ini adalah laporan tahunan perusahaan air minum daerah (PDAM), dan situs resmi (jurnal).

3.5 Metode Pengumpulan Data

Menurut Sugiyono (2015) metode pengumpulan data yang dapat digunakan dalam penelitian adalah:

1) Kuisisioner (angket)

Kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya.

2) Interview (wawancara)

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti melakukan studi pendahuluan untuk menemukan masalah yang harus diteliti dan juga untuk mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam.

3.6 Teknik Analisa Data

Teknik analisis data adalah suatu teknik atau prosedur yang di pakai untuk menguji hipotesis penelitian (Setyaningtyas, 2014). Peneliti menggunakan data sekunder dan menggunakan teknis analisis data kuantitatif, agar pengolahan data menjadi sebuah informasi baru yang karakteristik, data tersebut menjadi lebih mudah untuk dimengerti dan dapat berguna sebagai solusi suatu permasalahan, khususnya yang berhubungan dengan penelitian. Analisis dapat didefinisikan sebagai suatu kegiatan yang dilakukan untuk mengubah data hasil dari penelitian menjadi sebuah informasi baru yang layak digunakan dalam membuat kesimpulan. Berikut ini adalah jenis analisis data secara umum:

3) Analisis Data Secara Deskriptif.

Pengertian analisis data deskriptif merupakan teknik analisis yang digunakan dalam menganalisis data dengan membuat gambaran data-data yang terkumpul tanpa membuat generalisasi dari hasil penelitian tersebut.

4) Analisis Data secara Inferensial.

Pengertian analisis data secara inferensial adalah teknik analisis data dengan menggunakan statistik dengan cara membuat kesimpulan yang berlaku secara umum.

Analisis inferensial yang menggunakan rumus statistik tertentu. Hasil perhitungan rumus tersebut

akan menjadi dasar dalam generalisasi yang sampel bagi populasi. Dengan kata lain, analisis inferensial ini berfungsi membuat generalisasi hasil suatu penelitian sampel untuk populasi.

3.7 Pengujian Hipotesis

Dalam penelitian ini pengujian hipotesis terdiri dari: Uji parsial (Uji t), Uji simultan (Uji f). Adapun definisi dan pengukurannya akan dijelaskan sebagai berikut:

5) Uji Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan suatu instrument. Prinsip validitas adalah pengukuran atau pengamatan yang berarti prinsip keandalan instrument dalam mengumpulkan data. Instrument harus dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Jadi validitas lebih menekankan pada alat pengukuran atau pengamatan.

Validitas yaitu suatu pengukuran yang bertujuan untuk menguji validitas indikator. Rumus persamaan *Product Moment* menurut Arikunto dalam Resty (2013).

6) Uji Parsial (Statistik t)

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang diajukan pada penelitian ini. Metode pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan pengujian secara parsial menggunakan uji t. Uji t menunjukkan seberapa jauh pengaruh variabel independen terhadap dependen. Atau menggunakan rumus Uji t:

$$t_{\text{hitung}} = \frac{r(n-2)}{(1-r^2)}$$

Keterangan:

t : nilai t hitung

r : koefisien korelasi hasil r hitung

n : jumlah responden

untuk tabel $t_{\alpha} = 0,05$ derajat kebebasan ($dk = n-2$)

jika nilai t hitung > t tabel berarti valid, demikian sebaliknya,

jika nilai t hitung < t tabel tidak valid.

➤ Uji Determinasi (Statistik t)

Koefisien korelasi determinan digunakan untuk

mengetahui besar kecilnya pengaruh antar variabel bebas dan variabel tidak bebas, dengan rumus sebagai berikut:

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

Dimana:

R : Koefisien Determinan

r : Koefisien Korelasi

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian dan Deskripsi Variabel Penelitian

4.1.1. Gambaran Umum Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Merauke

Sistem Penyediaan Air Minum di Kabupaten Merauke yang saat ini dikelola oleh Perusahaan Umum Daerah Air Minum Jereukom Kabupaten Merauke, pada mulanya dibangun dan dioperasikan oleh US Army (Angkatan Darat Amerika Serikat). Riwat singkat pengelolaan Sistem Penyediaan Air Bersih di Kabupaten Merauke adalah sebagai berikut:

1. Angkatan Darat Amerika Serikat (Tahun 1943 - 1944)
2. Kerajaan Belanda (1944 - 1963)
3. Dinas Pekerjaan Umum Kabupaten Merauke (1963 - 1982)
4. Badan Pengelola Air Minum/BPAM (1983 - 1993)
5. Perusahaan Daerah Air Minum / PDAM (1993 - 2004)
6. Kerjasama Pemkab-PDAM Merauke - BV. TIRTA PAPUA/ WMD Belanda (Tahun 2005 - 2016)
7. Pembentukan Perusahaan Umum Daerah Air Minum Jeroukom / PERUMDA (Tahun 2019)
8. Pada Tahun 1993, Pemerintah Pusat melalui Direktorat Air Bersih, Direktorat Jenderal Cipta Karya, Departemen Pekerjaan Umum yang telah memberikan bantuan untuk pengembangan sarana dan prasarana air bersih melalui sistem perpipaan. Pengelolaan sarana yang dibangun, selanjutnya dikelola oleh BPAM (Badan Pengelola Air Minum) berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pekerjaan Umum No: 024/KPTS/CK/II/1983, Tanggal Februari 1983 tentang Pengalihan Pengelolaan Air Minum di Kabupaten Merauke dari DPU Kabupaten Merauke ke BPAM.

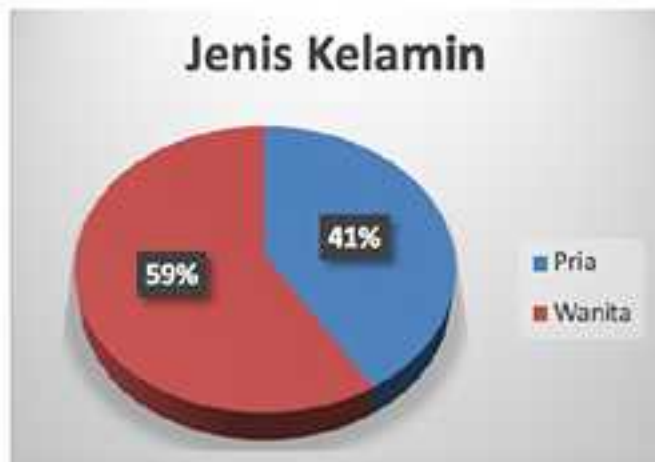
Pengalihan status BPAM menjadi Perusahaan Daerah Air Minum (PERUMDA) Kabupaten Merauke secara resmi didasarkan atas Peraturan Daerah (PERDA) Kabupaten Merauke Nomor 6 Tahun 1993 tertanggal 11 Juni 1993.

4.2. Deskripsi Responden

Responden dalam penelitian ini adalah pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Merauke, teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *sampling incidental* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, dimana siapa saja yang secara kebetulan/*incidental* bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (sugiyono, 2010). Dari pengertian di atas maka jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah 80 orang.

Tabel 4.1

Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
N = 80



Sumber : Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.1 di atas dapat dilihat bahwa Wanita lebih banyak dibanding dengan Pria dengan jumlah Wanita sebanyak 47 responden atau 59% dan jumlah Pria hanya 33 responden atau 41%.

Tabel 4.2

Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan
N = 80



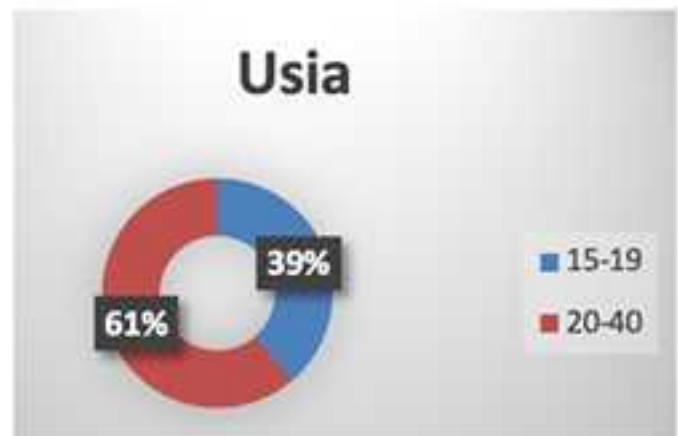
Pendidikan	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
SMA	32	40
S1	48	60
Jumlah	80	100

Sumber : Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.2 di atas dapat dilihat bahwa S1 lebih banyak dibanding dengan SMA dengan jumlah S1 sebanyak 48 responden atau 60% dan jumlah SMA hanya 32 responden atau 40%.

Tabel 4.3

Distribusi Responden Berdasarkan Usia
N = 80



Usia	Jumlah Responden (Orang)	Presentase (%)
15-19	31	39
20-40	49	61
Jumlah	80	100

Sumber : Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.3 di atas dapat dilihat bahwa 20-40 lebih banyak dibanding dengan 15-19 dengan jumlah 20-40 sebanyak 49 responden atau 61% dan jumlah 15-19 hanya 31 responden atau 39%.

Tabel 4.4
Distribusi dan Pengolahan Kuesioner

No	Keterangan	Jumlah Kuesioner	Persentase
1	Distribusi Kuesioner	80	100
2	Kuesioner yang Diolah	80	100
N Sampel = 80			

Sumber : Data diolah, 2020

Ada sepuluh pernyataan dalam kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel – variabel dari responden, yaitu lima pernyataan untuk variabel kualitas pelayanan dan lima pernyataan untuk variabel kepuasan pelanggan.

Tabel 4.5
Distribusi Jawaban Responden Variabel kualitas pelayanan

Item Pernyataan	Jawaban Responden					Total Responden
	SS	S	KS	TS	STS	
Ketepatan PDAM dalam melakukan janji kepada pelanggan	29	37	10	4	0	80
Karyawan PDAM berkomunikasi dengan baik dengan pelanggan	20	44	14	2	0	80
Karyawan PDAM memiliki pengetahuan yang cukup dalam menjawab pertanyaan pelanggan	23	28	25	4	0	80
Keluhan pelanggan ditanggapi dengan cepat dan tepat oleh PDAM	17	34	19	9	1	80

Karyawan PDAM menggunakan perangkat teknologi yang meyakinkan	24	28	21	4	3	80
---	----	----	----	---	---	----

Sumber : Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.5 diatas dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling dominan direspon sangat setuju dan setuju terdapat pada pernyataan “Ketepatan PDAM dalam melakukan janji kepada pelanggan” yaitu sebanyak 66 responden. Ini berarti sebagian besar responden yaitu 83% merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh PDAM sedangkan sisanya hanya 17% merasa puas kepada PDAM karena alasan lain.

Tabel 4.6
Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan Y

Item Pernyataan	Jawaban Responden					Total Responden
	SS	S	KS	TS	STS	
Pelanggan merasa nyaman dengan fasilitas kantor PDAM	21	34	21	2	2	80
Pelanggan merasa puas dengan pelayanan PDAM	20	39	19	2	0	80
Pelanggan PDAM membayar kewajiban sesuai dengan pelayanan yang diterima	18	32	27	3	0	80
Pelanggan memberikan feedback yang baik terhadap pelayanan	16	31	29	4	0	80
Pelanggan memberikan referensi yang baik terhadap pelayanan PDAM	10	36	27	6	1	80

Sumber : Data diolah, 2020

Berdasarkan tabel 4.6 diatas dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling dominan direspon sangat setuju dan setuju terdapat pada pernyataan “Pelanggan merasa puas dengan pelayanan PDAM” yaitu sebanyak 59 responden. Ini berarti sebagian besar responden yaitu 74% merasa puas terhadap pelayanan

yang diberikan oleh PDAM sedangkan sisanya hanya 26% merasa puas kepada PDAM karena alasan lain.

4.2.1 Uji Validitas Dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Pengujian validitas merupakan analisis hadap suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan dan kesahihan suatu kuesioner. Menurut Jogiyanto (Resty,2013) validitas menunjukkan seberapa jauh suatu tes atau operasi-operasi mengukur apa yang seharusnya diukur. Analisis validitas (lampiran) dilakukan terhadap instrument kualitas pelayanan dan keputusan pembelian melalui alat bantu program hitung SPSS 20.

Dasar pengambilan keputusan adalah:

1. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka pernyataan valid
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka pernyataan tidak valid

Untuk r_{tabel} dengan responden (N) sebanyak 30, maka $r_{tabel} = 0,361$. r_{hitung} dapat dilihat pada kolom Corrected Item-Total Correlation pada tabel Item-Total Statistik pada SPSS 20.

Tabel 4.7
Hasil Pengujian Validitas

Variabel	r Hitung	r Tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X ₁)	0,719	0,219	Valid
	0,813	0,219	Valid
	0,828	0,219	Valid
	0,797	0,219	Valid
	0,671	0,219	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	0,879	0,219	Valid
	0,834	0,219	Valid
	0,850	0,219	Valid
	0,686	0,219	Valid
	0,822	0,219	Valid

Sumber : Hasil Penelitian, 2020 (data diolah pada SPSS 20)

Rumus car abaca r Tabel df = n - 2

df = 30 - 2 = 28

lihat di r tabel = 0,219

Jika r hitung > r tabel maka valid

Jika r hitung < r tabel maka tidak valid

4.2.2 Analisis Rgeresi Linier Sederhana

Berdasarkan perhitungan regresi linier sederhana

antara kualitas pelayanan (X), terhadap keputusan pembelian (Y) dan dibantu dengan alat bantu program hitung spss 20 adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8
Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a							
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics
		Std. Error	Beta				VIF
1	(Constant)	7.203	1.826		3.945	.000	
	KPTOTAL	.602	.092	.596	6.550	.000	1.000

a. Dependent Variable: KEPTOTAL

Sumber : Hasil Penelitian, 2020 (data diolah pada SPSS 20)

Berdasarkan tabel di atas maka didapat persamaan regresi linier sederhana yang terbentuk pada uji regresi ini sebagai berikut:

$$Y = 7.203 + 0.602 (X)$$

Hasil persamaan regresi linier sederhana tersebut diatas memberikan penjelasan bahwa :

- a. Nilai konstanta sebesar 7.203 nilai tersebut dapat diartikan bahwa jika tidak dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Merauke tidak akan mengalami perubahan (konstan).
- b. Nilai koefisien regresi variabel kualitas pelayanan sebesar 0.602 bernilai positif mempunyai arti bahwa tanggapan terhadap kualitas pelayanan semakin baik maka kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Merauke semakin meningkat.

4.0.3 Pengujian Hipotesis

a. Uji t

Uji t digunakan untuk menguji variabel bebas dan variabel terikat secara bersama-sama, berikut hasil uji t dengan menggunakan spss 20:

Tabel 4.9

Hasil Uji t

Coefficients ^a								
Model	B	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		Std. Error	Beta				VIF	
1	(Constant)	7.203	1.826		3.945	.000		
	KPTOTAL	.602	.092	.596	6.550	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: KEPTOTAL

Sumber : Hasil Penelitian, 2020 (data diolah pada SPSS 20)

Uji t dilakukan apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

a. Kualitas Pelayanan

Variabel kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan hal ini terlihat dari t hitung 6.550 > t tabel 1.664. Sedangkan nilai signifikan sebesar .000 karena signifikan lebih kecil dari 0,05 sehingga kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil olah data spss 20 diketahui bahwa koefisien determinasi bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X) dilihat dari seberapa besar R²

Tabel 4.10

Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary ^a				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.596 ^a	.355	.347	2.772

Sumber : Hasil Penelitian, 2020 (data diolah pada SPSS 20)

a. Predictors: (Constant), KPTOTAL

b. Dependent Variable: KEPTOTAL

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa besarnya nilai koefisien determinasi melalui tabel R yaitu: 0.596, besarnya nilai tersebut dapat dijelaskan bahwa variabel terikat atau kepuasan pelanggan (Y) dapat dijelaskan

oleh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X) dengan nilai sebesar 0.596 atau 59,6 % dan sisanya 40,4% di jelaskan pada variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan diolah dengan alat bantu program SPSS 20 terbukti bahwa pengaruh kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Artinya bahwa kepuasan pelanggan akan meningkat jika kualitas pelayanan lebih ditingkatkan lagi, dengan pernyataan tersebut dapat diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan sangat penting.

Variabel kualitas pelayanan dibentuk oleh 5 indikator yaitu daya tanggap, kehandalan, jaminan, empati dan bukti fisik. Hasil analisis data secara statistik menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Merauke, hal ini dapat dilihat pada tabel coefficients dengan tingkat signifikan .000 < 0,5.

Dari hasil penelitian lapangan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) bernilai 0.602 atau 60,2% jika dinaikan 1% maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,602 atau 60,2%. Dan penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yaitu; Herri Affandi, Muhammad Zaki dan Azmeri (2017) dengan judul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara".

Hasil uji hipotesis yang terdiri dari uji t hasil yang didapat adalah sebagai berikut:

Dari hasil uji t di dapatkan nilai t hitung lebih besar dibanding t tabel dengan level significance sebesar 5% atau 0,05 pada setiap variabel, maka dapat dijelaskan variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dijelaskan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Dari tabel hasil uji koefisien determinasi di bahwa nilai R sebesar 0.596 besarnya nilai tersebut dapat di jelaskan bahwa variabel terikat atau kepuasan

pelanggan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X) dengan nilai sebesar 0.596 atau 59,6% dan sisanya 4,4% di jelaskan pada variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

5. PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

Dari hasil pengelolaan data dimana uji t yaitu 6.550 dengan tingkat signifikan 0,000 karena nilai t hitung $6.550 >$ dari t tabel 1.664 dan angka signifikan (0,000 < 0,05). Berdasarkan nilai uji t tersebut maka variabel

kualitas pelayanan secara signifikan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, artinya bahwa jika kualitas pelayanan lebih ditingkatkan lagi maka akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Merauke.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, saran yang perlu bertujuan untuk membangun adalah sebagai berikut:

Sebaiknya Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Merauke lebih meningkatkan kualitas pelayanan dengan cara daya tanggap, kehandalan, jaminan, empati dan bukti fisik agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Darmawan. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta.
- Fandy, Tjiptono. 2014. *Pemasaran Jasa*. Andi: Yogyakarta.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2016. *Marketing Managemen*, 15th Edition, Pearson Education, Inc.
- Lovelock, Cristopher, and Jochen Wirtz. 2011. *Service Marketing, People, Technology, Strategy*. New Jersey
- Putra, D, GC 2011, *Analisis Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) di Kabupaten Jembrana*, Tesis, Program Magister, Program Studi Teknik Sipil, Program Pascasarjana, Universitas Udayana, Denpasar.
- Ramadhani, Quinita, Resty. 2013. *Pengaruh Komunikasi dan Disiplin Terhadap Kinerja Karyawan* oleh mahasiswa universitas musamus. Skripsi. Universitas Musamus Merauke.
- Ratminto & Atik. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Setyaningtyas, Ina dan Basuki Hadiprajitno. 2014. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perataan Laba (Income Smoothing)*. Diponegoro Journal of Accounting, Vol. 03 No. 02, hal: 1-10 ISSN.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori & Implementasi*. Yogyakarta: Andi.
- Suglyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta
- Sujarweni, V, Wiratna. (2015). *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Tjiptono, Fandy. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Terapan dan Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Tjiptono. 2011. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Edisi 2. Yogyakarta: Andi.

Lembaran Pernyataan Kuesioner

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Saint Theresa, Fakultas Ekonomi

Responden yang terhormat,

Saya adalah calon sarjana jurusan Manajemen, yang akan melakukan penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang menggunakan air PDAM, saya akan sangat berterima kasih kepada anda jika mengisi koesioner ini. Hanya data agregat yang akan digunakan untuk pekerjaan akademis dan bukan tujuan untuk komersial. Partisipasi saudara dalam pengisian koesioner ini sangat di hargai, serta komentar saudara akan sangat berharga bagi saya. Tidak akan ada resiko yang diantisipasi dari partisipasi dalam pengisian koesioner ini, dan ini hanya memakan waktu beberapa

menit. Jawaban anda akan tetap anonim dan benar-benar rahasia, serta partisipasi anda dalam mengisi koesioner ini secara ketat dan sukarela. Jika anda memiliki keraguan apapun jangan ragu untuk menghubungi saya. Peneliti: Servandus Samderubun (+6081247750131). Tolong kembalikan koesioner yang sudah selesai pada saya.

Terimakasih sekali lagi atas waktu anda yang berharga dan kerja samanya yang baik.

Hormat saya

Servandus Samderubun

Distribusi Jawaban Responden Variabel kualitas pelayanan X

Item Pernyataan	Jawaban Responden					Total Responden
	SS	S	KS	TS	STS	
Keetapan PDAM dalam melakukan janji kepada pelanggan						
Karyawan PDAM berkomunikasi dengan baik dengan pelanggan						
Karyawan PDAM memiliki pengetahuan yang cukup dalam menjawab pertanyaan pelanggan						
Keluhan pelanggan di tanggi dengan cepat dan tepat oleh PDAM						
Karyawan PDAM menggunakan perangkat teknologi yang meyakinkan						

Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan Y

Item Pernyataan	Jawaban Responden					Total Responden
	SS	S	KS	TS	STS	
Pelanggan merasa nyaman dengan fasilitas kantor PDAM						
Pelanggan merasa puas dengan pelayanan PDAM						
Pelanggan PDAM membayar kewajiban sesuai dengan pelayanan yang diterima						
Pelanggan memberikan feedback yang baik terhadap pelayanan						
Pelanggan memberikan referensi yang baik terhadap pelayanan PDAM						