

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PDAM TIRTA KUALO KOTA TANJUNG BALAI**

Oleh:

SUHAILAH

NIM. 51144011

Program Studi

EKONOMI ISLAM



FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA

MEDAN

2018

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PDAM TIRTA KUALO KOTA TANJUNG BALAI**

SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana (S1) Pada
Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri
Sumatera Utara

Oleh:

SUHAILAH

NIM: 51144011

Program Studi
EKONOMI ISLAM



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA**

MEDAN

2018

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

N a m a : Suhailah
Nim : 51144011
Tempat/tgl. Lahir : Tanjungbalai, 12 Maret 1996
Pekerjaan : Mahasiswi
Alamat : Gg. Iqro' NO.50, Tembung, Percut Sei Tuan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang berjudul **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PDAM TIRTA KUALO KOTA TANJUNG BALAI"** benar karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya. Apabila terdapat kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggungjawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Medan, 12 Oktober 2018

Yang membuat pernyataan



Suhailah

PERSETUJUAN

Skripsi berjudul

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
KONSUMEN PADA PDAM TIRTA KUALO KOTA TANJUNG BALAI**

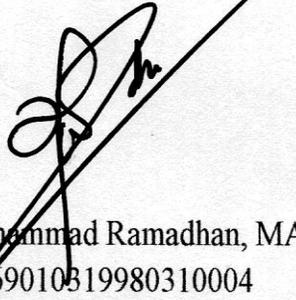
Oleh:

Suhailah
NIM. 51144011

Dapat Disetujui Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Islam (SE) Pada Program Studi Ekonomi Islam

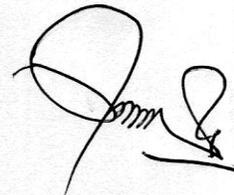
Medan, 02 Oktober 2018

Pembimbing I



Dr. Muhammad Ramadhan, MA
NIP.1969010319980310004

Pembimbing II



Nurbaiti, M.Kom
NIP.197908082015032001

Mengetahui
Ketua Jurusan Ekonomi Islam



Dr. Marliyah, M.Ag
NIP.197601262003122003

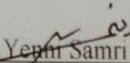
PENGESAHAN

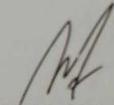
Skripsi berjudul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PDAM TIRTA KUALO KOTA TANJUNG BALAI". An SUHAILAH, NIM. 51144011 Program Studi Ekonomi Islam telah di munaqasyahkan dalam Sidang Munaqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan pada tanggal 26 Oktober 2018. Skripsi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada Program Studi Ekonomi Islam.

Medan, 26 Oktober 2018
Panitia Sidang Munaqasyah Skripsi
Prodi Ekonomi Islam UIN-SU

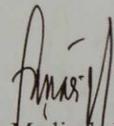
Ketua,

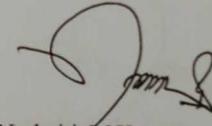
Sekretaris,

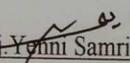

Dr. Hj. Yenni Samri Juliati Nst, MA
NIP. 197907012009122003

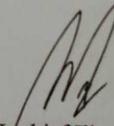

Mhd. Lathief Ilhamy Nst, M.E.I
NIB. 1100000090

Anggota


Dr. Marliyah, M.Ag
NIP. 197601262003122003

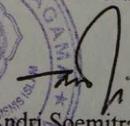

Nurbaiti, M.Kom
NIP. 197908082015032001

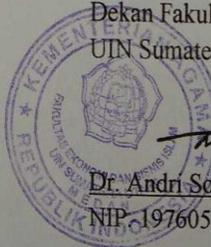

Dr. Hj. Yenni Samri Juliati Nst, MA
NIP. 197907012009122003


Mhd. Lathief Ilhamy Nst, M.E.I
NIB. 1100000090

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Sumatera Utara Medan


Dr. Andri Soemitra, MA
NIP. 19760507 200604 1 002



ABSTRAK

Suhailah (2018), **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PDAM Tirta Kualo Kota Tanjung Balai**, Skripsi Jurusan Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sumatera Utara dibawah bimbingan, Pembimbing 1: **Dr. Muhammad Ramadhan, MA** dan Pembimbing 2: **Nurbaiti, M.Kom.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah dimensi dalam kualitas pelayanan yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan kepedulian (*emphaty*) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai dan menganalisis faktor yang paling dominan dalam mempengaruhi kepuasan konsumen tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah para konsumen yang terdaftar sebagai PDAM Tirta Kualo Kota tanjungbalai. Sampel yang diambil sebanyak 100 responden dengan menggunakan teknik *Non-Probability Sampling* dengan pendekatan *Accidental sampling*, yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa yang kebetulan bertemu dengan peneliti dapat dijadikan sampel jika dipandang cocok. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut : $Y = 0,271 X_1 + 0,197 X_2 + 0,201 X_3 + 0,316 X_4 + 0,165 X_5$. Berdasarkan analisis data statistik, indikator-indikator pada penelitian ini bersifat valid dan variabelnya bersifat reliabel. Pada pengujian asumsi klasik, model regresi bebas multikolonieritas, tidak terjadi heteroskedastisitas, dan berdistribusi normal. Urutan secara individu dari masing-masing variabel yang paling berpengaruh adalah variabel *assurance* dengan koefisien regresi sebesar 0,316, lalu *tangible* dengan koefisien regresi sebesar 0,271, kemudian diikuti dengan *responsiveness* dengan koefisien regresi sebesar 0,201, dan *reliability* dengan koefisien regresi sebesar 0,197 sedangkan variabel yang berpengaruh paling rendah adalah *emphaty* dengan koefisien regresi sebesar 0,165. PDAM Tirta Kualo harus perlu mempertahankan elemen-elemen yang sudah dinilai baik oleh pelanggan serta perlu memperbaiki hal-hal yang masih kurang.

Kata-kata kunci: **kualitas layanan, bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), kepedulian (*emphaty*), kepuasan konsumen.**

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Puji syukur kehadiran Allah SWT, penguasa alam semesta, karena segala rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, Tak lupa kita panjatkan Sholawat dan salam kepada Nabi besar Muhammad SAW. sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini yang berjudul: **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAAN KONSUMEN PADA PDAM TIRTA KUALO KOTA TANJUNG BALAI ”**. Tugas akhir ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna menyelesaikan pendidikan progam S1 pada jurusan Ekonomi Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Sumatera Utara, Medan.

Penulis menyadari bahwa proses penyusunan skripsi ini dapat selesai berkat bantuan dari berbagai pihak, bimbingan dan dorongan serta perhatiannya orang-orang hebat. Untuk itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Ayahanda tercinta H.Ahmad Lokot, S.pdI dan Ibunda Hj.Naisah yang selama ini melahirkan dan membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang dan keikhlasan yang tidak bisa dihitung besarnya doa restunya sehingga penulis berhasil menyelesaikan Skripsi ini dan menjadi sarjana seperti yang diinginkan.

2. Bapak Prof. Dr. Saidurrahman, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
3. Bapak Dr. Andri Soemitra, MA selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
4. Ibu Dr. Marliyah, MA selaku Ketua Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
5. Ibu Dr. Hj.Yenni Samri Juliati Nasution, MA selaku sekretaris Jurusan Ekonomi Islam pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
6. Bapak Dr. M.Ramadhan, MA selaku Dosen Pembimbing Skripsi I dan Ibu Nurbaiti, M.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi II penulis yang senantiasa meluangkan waktu demi memberikan banyak bimbingan kepada penulis dalam penulisan skripsi ini sehingga layak untuk diselesaikan.
7. Bapak Yudi Gobel selaku Direktur Perusahaan PDAM Tirta Kualo kota Tanjungbalai beserta staf- staf perusahaan yang telah memberikan izin dan membantu penulis dalam penelitian di perusahaan tersebut.
8. Kepada keluarga besar penulis khususnya abangda M.Hifni, MPd, Abangda M.Ihsan, M.Kom, kakanda Syahrunnida, SE, kakak ipar Maslaina, S.pd dan Efrida manda Dalimunthe, M.Psi, abang ipar Deril Ikhsan, SH serta adinda Walida Fitri yang selalu memberikan dukungan dan menjadi motivator penulis dalam mencapai gelar sarjana ini.
9. Kepada sahabat Putong Squad yang hebat Yuriza Ahmad Gustina Munthe, SE, Mery Handayani Nst, SE, Yulihar Diyanti, SE, Nabilla Purba, SE, Tengku Savina Goldia,

SE, Triniyati, SE, Mutiah Ulfha, SE yang selalu menemani penulis mulai dari awal perkuliahan hingga akhir masa perkuliahan dalam masa suka maupun duka yang telah banyak mengukir kenangan-kenangan indah bersama penulis.

10. Kepada calon teman hidup penulis yang luar biasa Bripda Nico Syamsuar, SH telah setia dan sabar menghadapi penulis serta selalu memberikan nasehat kepada penulis untuk menjadi seorang wanita yang hebat.
11. Serta teman-teman tercinta mahasiswa EPS A Squad angkatan 2014 yang selama ini telah berjuang bersama dalam meraih gelar sarjana Ekonomi Islam. Kalian yang TERBAIK!

Akhir kata dengan segala kerendahan hati, penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis sendiri dan bagi pihak-pihak yang membutuhkan sebagai referensi atau rujukan skripsi pada Perusahaan PDAM Tirta Kualo kota Tanjungbalai serta sebagai penambah ilmu untuk keluarga besar Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Maka apabila ada kesalahan dalam penulisan skripsi ini, penulis berharap masukan dan kritik yang membangun bagi kemajuan penulis dan juga kemajuan kita bersama.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Medan, 26 Oktober 2018

Penulis,

(SUHAILAH)
NIM. 51144011

DAFTAR ISI

SURAT PERSETUJUAN	i
SURAT PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR	xii

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	6
D. Perumusan Masalah	6
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Teoritis	9
1. Kualitas Pelayanan	9
a. Pengertian Kualitas	9
b. Pengertian Pelayanan	10
c. Indikator Kualitas Pelayanan	11
d. Dasar-dasar Kualitas Pelayanan	12
e. Ciri-ciri Pelayanan yang Baik	13
f. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam	14
2. Kepuasan Konsumen.....	15
a. Pengertian Kepuasan.....	15
b. Pengertian Konsumen	17
c. Sifat-sifat Konsumen.....	17
d. Cara-cara Membuat Konsumen Berminat.....	18

e. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen	21
B. Kajian Terdahulu.....	24
C. Kerangka Teoritis.....	26
D. Hipotesis.....	27

BAB III METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian	29
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	29
C. Populasi dan Sampel	30
1. Pengertian Populasi.....	30
2. Pengertian Sampel.....	30
D. Data Penelitian	30
1. Data Primer	30
2. Data Sekunder	31
E. Teknik Pengumpulan Data.....	31
1. Angket/kuesioner	31
2. Studi Dokumentasi	34
F. Defenisi Operasional.....	34
G. Teknik Analisis Data.....	36
1. Uji Validitas dan Reabilitas	36
a. Uji Validitas	36
b. Uji Reabilitas.....	36
2. Uji Asumsi Klasik.....	37
a. Statistic Deskriptif.....	37
b. Uji Normalitas	37
c. Uji Linearitas.....	38
d. Uji Heteroskedastisitas.....	38
3. Uji Hipotesis	39

BAB IV TEMUAN PENELITIAN

A. Deskripsi Data Penelitian.....	40
1. Sejarah Singkat Perusahaan	40
a. Visi dan Misi Perusahaan.....	42
b. Struktur Organisasi	42
2. Profil Responden.....	43
a. Jenis Kelamin Responden	44
b. Responden Menurut Umur	44
c. Responden Menurut Pekerjaan	45
3. Analisis Indeks Tanggapan Responden	45
a. Indeks Tanggapan Responden Mengenai Bukti Fisik (Tangible).....	46
b. Indeks Tanggapan Responden Mengenai Keandalan (Raliability) ..	48
c. Indeks Tanggapan Responden Mengenai Daya tanggap (Responsiveness).....	50
d. Indeks Tanggapan Responden Mengenai Jaminan (Assurance).....	52
e. Indeks Tanggapan Responden Mengenai Kepedulian (<i>Emphaty</i>)	53
f. Indeks Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan.....	54
B. Hasil Analisis Data.....	56
1. Uji Validitas dan Reliabilitas	56
a. Uji Validitas	56
b. Uji Realiabilitas.....	57
2. Uji Asumsi Klasik.....	57
a. Uji Normalitas	58
b. Uji Multikolinearitas	59
c. Uji Heteroskedastisitas.....	59
3. Analisis Regresi Linear Berganda.....	60

C. Uji Hipotesis	62
1. Uji t	62
a. Variabel Bukti Fisik (Tangible)	62
b. Variabel Keandalan (Reliability)	62
c. Variabel Daya Tanggap (Responsiveness).....	63
d. Variabel Jaminan (Assurance)	63
e. Variabel Kepedulian (Empathy)	63
2. Uji F	64
3. Koefisien Determinasi R^2	64
D. Interpretasi Hasil Penelitian.....	65

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	67
B. Saran Peneliti	68

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel	Hal
1.1 Jumlah Pelanggan PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai	3
2.1 Kajian Terdahulu	24
3.1 Penetapan Skor Alternatuf atas Jawaban Responden	32
3.2 Indikator Kualitas Pelayanan	32
3.3 Indikator Kepuasan Konsumen.....	34
3.4 Definisi Operasional	35
3.5 Pedoman untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi	39
4.1 Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin.....	44
4.2 Jumlah Responden Menurut Umur	44
4.3 Jumlah Responden Menurut Pekerjaan.....	45
4.4 Tanggapan Responden Mengenai Tampilan Fisik (Tangible).....	47
4.5 Tanggapan Responden Mengenai Keandalan (Realiability).....	49
4.6 Tanggapan Responden Mengenai Daya Tanggap (Responsiveness).....	50
4.7 Tanggapan Responden Mengenai Jaminan (Assurance).....	52
4.8 Tanggapan Responden Mengenai Kepedulian (Emphaty).....	53
4.9 Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan	54
4.10 Hasil Uji Validitas.....	56
4.11 Hasil Uji Realiabilitas	57
4.12 Uji Multikolonearitas	58
4.13 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	61
4.14 Hasil Analisis Regresi Secara Bersama-sama.....	64
4.15 Koefisien Determinasi.....	65

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Hal
2.1 Kerangka Teoritis.....	26
4.1 Struktur Organisasi PDAM Kota Tanjungbalai.....	43
4.2 Uji Normalitas.....	58
4.3 Uji Heterokedastisitas	61

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perevolusian era globalisasi seperti sekarang ini, memberikan dampak yang sangat banyak bagi kita semua, baik bagi individu, kelompok, pemerintahan, maupun perusahaan. Dampak yang dihasilkan dari perkembangan tersebut salah satunya adalah pelayanan secara professional. Hal ini terjadi karena kepraktisan dan kemudahan akan sesuatu yang ingin kita lakukan saat ini sangat meningkat. Teknologi, internet dan perkembangan lainnya belakangan hari ini, memberikan distribusi terhadap hal-hal tersebut. Sehingga persoalan layanan yang baik dan professional harus ditingkatkan dan diperhatikan oleh setiap perusahaan. Perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat mendorong perusahaan-perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan. Banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, salah satunya yaitu dengan memberikan kesan/citra yang baik dalam hal produk maupun pelayanan kepada konsumen.

Perusahaan akan berhasil memperoleh pelanggan dalam jumlah yang banyak apabila dinilai dapat memberikan kepuasan bagi pelanggan. Pelayanan yang menyenangkan akan membuat pelanggan merasa lebih puas dalam menerima jasa yang diberikan oleh perusahaan. Pelanggan merupakan raja, artinya seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya.¹Jadi pelanggan yang puas akan menceritakan kepuasannya kepada 3 orang lain, sementara pelanggan yang tidak puas akan menceritakan ketidakpuasannya kepada 10 orang lain. Artinya ketidakpuasan pelanggan merupakan bom waktu yang kalau tidak segera dihentikan, akan meledak dan mengakibatkan perusahaan atau organisasi jatuh.

¹Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo, 2000), h.230.

Oleh karena itu, tugas terberat dari organisasi adalah bagaimana mencocokkan barang atau jasa yang dihasilkan dengan kebutuhan dan kepuasan pelanggan.²

Dalam melayani pelanggan hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Untuk melayani pelanggan salah satu hal yang paling penting diperhatikan adalah sarana dan prasarana yang dimiliki perusahaan, seperti kursi antrian harus nyaman untuk diduduki. Udara dalam ruangan juga harus tenang tidak berisik dan sejuk, kualitas produk yang diberikan sesuai dengan harapan, kelengkapan dan kenyamanan sarana dan prasarana ini akan mengakibatkan pelanggan betah untuk berurusan dengan perusahaan. Kenyamanan pelanggan juga sangat tergantung dari petugas *customer service* (CS) yang melayaninya, petugas *customer service* (CS) harus ramah, sopan dan menarik. Di samping itu, petugas *customer service* (CS) harus cepat tanggap, pandai bicara, menyenangkan, serta pintar. Petugas *customer service* (CS) juga harus mampu memikat dan mengambil pelanggan, sehingga pelanggan semakin tertarik.

PDAM Tirta Kualo merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa penyediaan air bersih. Pada pasal 10 UU No. 22 Tahun 1999 tentang pemerintah daerah juga menyatakan bahwa daerah berwenang untuk mengelola sumber daya regional yang tersedia di wilayahnya dan bertanggungjawab memelihara kelestarian lingkungan sesuai dengan peraturan perundang-undangan. Sebagai bentuk penyerahan sebagian urusan pemerintah dibidang pekerjaan umum kepada daerah, maka pelayanan air minum diserahkan kepada Perusahaan Air Minum (PDAM) yang merupakan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). Salah satu tujuan dibentuknya PDAM adalah mencakupi kebutuhan masyarakat akan air bersih, meliputi penyediaan, pengembangan pelayanan sarana dan prasarana serta distribusi air bersih, sedang tujuan lainnya adalah ikut serta mengembangkan perekonomian guna menunjang pembangunan daerah dengan memperluas lapangan pekerjaan, serta mencari laba sebagai sumber pembiayaan bagi daerah.

Bukan hanya mengujutkan tugas yang ada, PDAM Tirta Kualo sebagai salah satu BUMD juga harus memberikan pelayanan professional kepada

²M. Syamsul Ma'arif dan Hendri Tanjung, *Manajemen Operasi* (Jakarta: PT. Grasindo, 2003), h.134.

konsumen guna meningkatkan jumlah konsumen dan mempertahankan konsumen yang ada.

Tabel 1.1

Jumlah Pelanggan PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai

NO	TAHUN Year	JUMLAH PELANGGAN AIR MINUM Tot. Cost. of Clean Water	JUMLAH PELANGGAN AIR LIMBAH Tot. Cost. of Sewerage Water
1	2013	16.734	13.434
2	2014	18.838	16.561
3	2015	22.967	18.955
4	2016	21.579	19.345
5	2017	23.653	21.985
6	2018	22.940	20.492

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa jumlah pelanggan yang terdata pada PDAM Tirtakualo Kota Tanjungbalai terkadang mengalami penurunan dan kenaikan berdasarkan data tahunan. Hal ini menjadi dilema yang harus diselesaikan sehingga ditahun-tahun berikutnya tidak mengalami hal tersebut.

Hasil wawancara dan fenomena yang ada, kepuasan konsumen terhadap PDAM relatif berbeda. Keluhan-keluhan dari pelanggan tentang kualitas layanan juga berdatangan. Hal ini berkaitan dengan seringnya air tidak mengalir ke konsumen, pelaporan akan keluhan konsumen tidak cepat ditindak, proses mendaftarkan diri menjadi konsumen sulit, kejernihan air tidak maksimal, mahalnya harga dan kualitas produk dan layanan di rasa tidak setimpal. Persoalan tersebut, pastinya memberikan pengaruh yang besar terhadap perusahaan. Manajemen masalah dan solusi harusnya di konsep lebih baik oleh perusahaan guna memberikan layanan yang professional. Pelayanan merupakan unsur yang sangat penting di dalam usaha meningkatkan kepuasan konsumen. Pada dasarnya posisi pelayanan ini merupakan faktor pendukung terhadap aktivitas pemasaran jasa PDAM. Dalam rangka meningkatkan pelayanan penyediaan Air Bersih oleh PDAM

kepada masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya, maka berdasarkan UUD 1945 Pasal 33 Ayat (3), yang berbunyi sebagai berikut:

“Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat”

Berdasarkan UUD Tersebut harusnya memberikan perhatian khusus kepada kegiatan pelayanan dalam hal pemenuhan kebutuhan pelanggan agar dalam pelaksanaannya dapat memuaskan pelanggannya. Pelayanan secara umum adalah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka³. Sedangkan Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang harus dikerjakan oleh penyedia jasa dengan baik. Kualitas pelayanan seperti yang dirasakan oleh para konsumen, berasal dari suatu perbandingan antara apa yang ditawarkan oleh suatu perusahaan pelayanan yaitu harapan dan dengan persepsi mereka tentang kinerja pemberi jasa⁴.

Parasuraman, dkk dalam Eswika, dkk, mengungkapkan bahwa dimensi kualitas pelayanan knsumen mempunyai tujuh dimensi (Parasuraman, Zeithamal, Berry) yaitu: kinerja, interaksi pegawai, kehandalan, ketepatan waktu, daya tahan, estetika dan empati⁵. Sejalan dengan hal tersebut Tjiptono juga mengungkapkan dan menemukan bahwa sepuluh indikator yang ada dapat dirangkum menjadi lima indikator pokok menyangkut masalah kualitas pelayanan yaitu : (1) kehandalan (*reliability*), sebagai kemampuan perusahaan dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya, (2) daya tanggap (*responsiveness*), yang menunjukkan kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap, (3) jaminan (*assurance*) menunjukkan sejauh mana pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan menciptakan *image* atau persepsi yang

³ Bari, Ahmad dan Budhi Satrio. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Berbelanja Di Cak – Cuk Surabaya. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 3 No. 12 (2014), h.2.

⁴ Aliyyah, Dwi Apriyani dan Sunarti. 2017. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen *The Little A Coffee Shop* Sidoarjo). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 51 No. 2 Oktober 2017), h.2.

⁵ Nilasari, eswika, dkk. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo. Jurnal Paradigma Vol. 13, No. 01, Februari – Juli 2015, h.3.

baik bagi perusahaan, dengan menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan dibenak konsumen terhadap perusahaan, (4) kepedulian (*empathy*), sebagai syarat untuk peduli dan memberikan perhatian secara pribadi bagi pelanggan, dan (5) bukti fisik (*tangible*) berupa penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan media komunikasi.⁶

Indikator-indikator inilah yang harus diperhatikan oleh perusahaan, guna menghindari ketidakprofesionalan dari proses pelayanan yang diberikan. Karena itu pihak pemasar di dalam menetapkan suatu kebijakan pelayanan, harus mengerti dan memahami setiap dimensi sebagai indikator yang dianggap penting dan diharapkan setiap konsumen, sehingga antara kebijakan pelayanan suatu perusahaan dengan keinginan dan harapan yang dianggap penting oleh konsumen untuk dilaksanakan perusahaan, tidak menimbulkan suatu kesenjangan. Dalam arti, kualitas pelayanan harus sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh setiap konsumen. Pada tingkat kesesuaian yang semakin tinggi antara harapan dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, di situlah tercipta nilai kepuasan yang maksimal.

Berdasarkan pada uraian latar belakang masalah yang terjadi diatas dapat diajukan sebuah penelitian dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PDAM TIRTA KUALO KOTA TANJUNGBALAI”**.

B. Identifikasi Masalah

Dari uraian latar belakang masalah, peneliti dapat mengidentifikasi faktor-faktor penyebab ketidak puasan pelanggan yakni:

1. Pelayanan yang kurang maksimal.
2. Kualitas produk/air bersih belum memuaskan.

Agar usaha yang dijalankan tetap bertahan dan maju terus maka perusahaan harus mempertahankan dan meningkatkan pelayanan yang baik, dalam kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai

⁶ Fandy Tjiptono. 2000. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset, h.126.

kebutuhan dan keinginan pelanggan itu merupakan harapan perusahaan agar tetap menggunakan produk/air bersih yang disediakan perusahaan.

C. Batasan Masalah

Mengingat masalah yang akan diteliti cukup luas, banyak dan kadang-kadang belum tuntas maka pengkajian secara lebih teliti perlu dilakukan. Namun penulis hanya membatasi masalah pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Kualo Kota Tanjungbalai berkaitan dengan *Tangible, Realibility, Responsiveness, Assurance, dan Empathy*.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah, dan batasan masalah. Maka disusun rumusan masalah penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana Pengaruh variabel bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan konsumen?
2. Bagaimana Pengaruh variabel kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan konsumen?
3. Bagaimana Pengaruh variabel daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan konsumen?
4. Bagaimana Pengaruh variabel jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan konsumen?
5. Bagaimana Pengaruh variabel kepedulian (*empathy*) terhadap kepuasan konsumen?
6. Bagaimana pengaruh bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan kepedulian (*empathy*) secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Sesuai dengan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah

1. Untuk menganalisis pengaruh variable bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan konsumen.
2. Untuk menganalisis pengaruh variabel kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan konsumen.
3. Untuk menganalisis pengaruh variabel daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan konsumen.
4. Untuk menganalisis pengaruh variabel jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan konsumen.
5. Untuk menganalisis pengaruh variabel kepedulian (*empathy*) terhadap kepuasan konsumen.
6. Untuk menganalisis pengaruh bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan kepedulian (*empathy*) secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
 - a. Sebagai perbandingan dalam bidang khazanah ilmu pengetahuan guna menjadi bahan acuan dan referensi bagi peneliti yang berkeinginan untuk melakukan penelitian pada masa yang akan datang.
 - b. Sebagai distribusi referensi pada perpustakaan Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
2. Bagi Perusahaan
 - a. Sebagai distribusi guna memberikan gambaran bagi pimpinan dan karyawan PDAM Tirta Kualo Tanjungbalai berkaitan dengan kualitas layanan perusahaan melalui sebuah penelitian.
 - b. Dapat memberikan gambaran dan informasi yang berguna bagi perusahaan dalam melakukan kebijakan dan strategi pelayanan dan pemasaran guna meningkatkan dan mempertahankan konsumen.
3. Bagi Peneliti
 - a. Menambah wawasan dan untuk mengembangkan ilmu pengetahuan di bangku kuliah.

- b. Menambah pengetahuan peneliti khususnya di bidang ekonomi.
- c. Menyelesaikan tugas akhir perkuliahan pada Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Teoritis

1. Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas

Kata kualitas memiliki banyak definisi yang berbeda, bervariasi dari konvensional sampai yang lebih strategic. Definisi konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk seperti kinerja (*performance*), keandalan (*reliability*), kemudahan dalam penggunaan (*easy of use*), estetika (*esthetics*), dan sebagainya. Kualitas dapat diartikan sebagai tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berfikir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan.¹ Kualitas adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang *inheren* dalam memenuhi persyaratan. Persyaratan dalam hal ini yaitu kebutuhan atau harapan yang dinyatakan biasanya tersirat atau wajib.² Tri Hari Koestanto juga mengungkapkan bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk/jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan bersifat laten³.

¹M. Nur Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), h.47-50.

² Rambat dan Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2001), h.5.

³ Hari, Tri Koestanto. 2014. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen* Vol. 3 No. 10 (2014), h.4.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

b. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan.⁴ Pelayanan adalah kegiatan pemberian jasa dari suatu pihak kepada pihak lainnya. Pelayanan yang baik dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, tepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya. Ramah tamah dimaksudkan bahwa pelayanan dilakukan dengan wajah ceria, wajar, dan dengan etika yang baik serta tidak menyinggung perasaan. Kualitas pelayanan merupakan kemampuan merencanakan, menciptakan, dan menyerahkan produk yang bermanfaat luar biasa bagi pelanggan.⁵

Dalam dasawarsa terakhir ini arti kualitas memang lebih banyak dilihat dari sudut pandang konsumen, karena perusahaan yang menyadari bahwa kelangsungan hidup perusahaan tergantung dari konsumen. Sedemikian arti kesetiaan seorang konsumen bagi perusahaan, maka sudah tepat apabila konsumen ditempatkan pada posisi paling utama untuk dipuaskan.

⁴ *Ibid.*, h.134.

⁵ Malayu S.P. Hasibuan, *Dasar-dasar Perbankan* (Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009), h.152.

Kualitas atau mutu suatu jasa adalah hal yang sangat perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan. Kualitas yang rendah akan menempatkan perusahaan pada posisi yang kurang menguntungkan, maka kemungkinan besar para konsumen akan menggunakan jasa perusahaan lain.

Konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat *relative*, yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-cirinya dan spesifikasi. Pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain : persepsi konsumen, produk atau jasa, dan proses.

Kualitas Pelayanan menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah seluruh dari fitur suatu produk atau jasa tergantung pada kemampuan konsumen atau pun pengunjung memuaskan kebutuhan yang diinginkan.⁶

c. Indikator Kualitas Pelayanan

Untuk mencapai kualitas pelayanan ada beberapa indikator yang harus dimiliki yaitu:

1) **Bukti Fisik (*Tangible*)**

Bukti fisik (*tangible*) merupakan meliputi fasilitas fisik, perlengkapan pegawai, dan sarana komunikasi. Hal ini bisa berarti penampilan fasilitas fisik, seperti gedung dan ruangan, tersedianya tempat parkir, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan karyawan.

2) **Kehandalan (*Reliability*)**

Kehandalan merupakan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang dijanjikan segera, akurat, dan memuaskan.

3) **Kepedulian (*Empathy*)**

⁶*Ibid.*, h. 47.

Empati adalah kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian dan memahami kebutuhan pelanggan.

4) Jaminan (*Assurance*)

Jaminan adalah mencakup kompetensi, pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan.

5) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap merupakan kemampuan untuk memberikan pelayanan dan membantu pelanggan dengan segera. Dimensi ini berkaitan pada kecepatan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, keinginan karyawan untuk membantu para pelanggan.⁷

d. Dasar-dasar Kualitas Pelayanan

Agar pelayanan yang diberikan perusahaan dapat memuaskan pelanggan, maka harus memiliki dasar-dasar pelayanan yang kokoh. Berikut ini akan dijelaskan dasar-dasar pelayanan yang harus dipahami yaitu:

- 1) Berpakaian dan berpenampilan yang rapi dan bersih.
- 2) Percaya diri, bersikap akrab, dan penuh dengan senyuman.
- 3) Menyapa dengan lembut dan berusaha menyebutkan nama jika mengenal pelanggan.
- 4) Tenang, sopan, hormat, tekun mendengarkan pembicaraan.
- 5) Berbicara dengan bahasa yang baik dan benar.
- 6) Bergairah melayani pelanggan serta menunjukkan kemampuannya.
- 7) Jangan menyela dan memotong pembicaraan.
- 8) Mampu meyakinkan pelanggan serta memberikan kepuasan.
- 9) Jika tidak sanggup menangani permasalahan yang ada, minta bantuan.
- 10) Bila belum dapat melayani, beritahukan kapan akan melayani.

⁷*Ibid.*, h.60.

e. Ciri-Ciri Pelayanan Yang Baik

Dalam melayani pelanggan hal-hal yang perlu diperhatikan adalah kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan. Puas artinya pelanggan akan merasa semua keinginan dan kebutuhannya dapat dilakukan secara tepat waktu.

Berikut ini ciri-ciri pelayanan yang baik adalah sebagai berikut:

- 1) Tersedia sarana dan prasarana yang baik.
- 2) Tersedia personil yang baik.
- 3) Bertanggung jawab kepada setiap pelanggan sejak awal hingga selesai.
- 4) Mampu melayani secara cepat dan tepat.
- 5) Mampu berkomunikasi
- 6) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
- 7) Memiliki pengetahuan dan kemampuan yang baik.
- 8) Berusaha memahami kebutuhan pelanggan, dan
- 9) Mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan.⁸

Menurut kasmir etika pelayanan yang patut kita berikan kepada pelanggan adalah sebagai berikut:⁹

- 1) Beri kesempatan pelanggan berbicara untuk mengemukakan keinginannya.
- 2) Dengarkan baik-baik.
- 3) Jangan menyela pembicaraan sebelum pelanggan selesai berbicara.
- 4) Ajukan pertanyaan setelah pelanggan selesai berbicara.
- 5) Jangan marah dan mudah tersinggung.
- 6) Jangan mendebat pelanggan.
- 7) Jaga sikap sopan santun, ramah dan selalu berlaku tenang.
- 8) Jangan menangani hal-hal yang bukan pekerjaannya.

⁸Kasmir, *Manajemen Perbankan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014), h.221-229.

⁹*Ibid.*, h.231.

9) Tunjukkan sikap perhatian dan sikap ingin membantu.

f. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam

Pelayanan yang baik menurut pandangan Islam ialah pelayanan yang sesuai dengan standar syariah. Dalam melakukan pelayanan perlu menerapkan sistem syariah atau menghadirkan nilai-nilai spiritual yakni mengingat kebesaran Allah swt supaya kita terbebas dari sifat-sifat kecurangan, kebohongan, kelicikan dan penipuan dalam melakukan transaksi. Ketika melakukan pelayanan perlu menerapkan prinsip ataupun sikap yaitu:

Bersikap Melayani dan Rendah hati (*Khidmah*) merupakan sikap utama dari seorang pemasar. Sikap yang melekat dalam melayani adalah sikap sopan, santun, dan rendah hati. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, sopan dan bersahabat saat berelasi dengan mitra bisnisnya.¹⁰ Di dalam Al-Qur'an diperintahkan agar kaum muslimin bersikap lembut dan sopan santun ketika berbicara dan melayani pelanggan. Allah berfirman dalam surat Al-baqarah ayat 83.

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَىٰ
وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسَاكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ
إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنْتُمْ مُّعْرِضُونَ

Artinya: Dan (ingatlah), ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapa, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, Dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling.¹¹

¹⁰ Hermawan Kartajaya dan Muhammad Syakir Sula, *Syariah Marketing* (Bandung: PT Mizan Pustaka, 2008), h.70.

¹¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV. Jumanatul 'Ali-ART, 2004), h.12.

Kata **وقولوا للناس حسنا** pada ayat ini Allah memerintahkan mereka agar berbuat baik terhadap orang-orang tertentu yaitu kedua orang tua, kaum kerabat, anak-anak yatim dan orang-orang miskin. Sebab mustahil seseorang bisa berbuat baik kepada semua orang¹². Oleh karena itu secara umum Allah memerintahkan mereka agar bergaul dengan baik dan melaksanakan amar ma'ruf nahi mungkar kepada orang-orang yang tidak termasuk dalam golongan yang disebutkan dalam ayat di atas, dengan perlakuan yang baik dan bisa mendatangkan manfaat bagi kehidupan agama dan dunia.

2. Kepuasan Konsumen

a. Pengertian Kepuasan

Secara linguistik, *satisfaction* berasal dari bahasa latin yaitu *satis* yang berarti cukup dan *facere* melakukan atau membuat. Berdasarkan pendekatan *linguistic* ini maka kepuasan dapat diartikan bahwa produk atau jasa yang mampu memberikan lebih daripada yang diharapkan konsumen. Kepuasan konsumen adalah kondisi dimana harapan konsumen mampu dipenuhi oleh produk. Kegiatan pemasaran yang dilakukan perusahaan pada prinsipnya akan bermuara pada penciptaan nilai superior yang akan diberikan kepada konsumen. Penciptaan nilai yang superior akan menghasilkan tingkat kepuasan yang merupakan tingkat perasaan dimana seorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk/jasa yang diterima dan yang diharapkan. Untuk mengukur tingkat kepuasan sangatlah perlu, dilakukan untuk mengetahui sejauhmana kualitas pelayanan yang diberikan mampu menciptakan kepuasan konsumen. Dengan demikian tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja di bawah harapan, maka konsumen akan kecewa, bila kinerja sesuai dengan harapan, maka

¹² Ahmad Musthafa Al-Maraghiy, *Terjemah Tafsir Al-Maragi Juz 1,2 dan 3* (CV. Toha Putra: Semarang, 1989), h.285.

konsumen akan sangat puas. Jadi dalam arti lain pelanggan merupakan konsumen yang membeli atau menggunakan produk yang dijual atau ditawarkan oleh perusahaan.

Menurut Kotler dan Keller 1977 yang diterjemahkan oleh Molan, yang dimaksud dengan kepuasan adalah :

“Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan”¹³.

Sedangkan menurut Lovelock-Wright menyatakan kepuasan konsumen sebagai berikut:

“Kepuasan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian mereka dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralisasi, kegembiraan, atau kesenangan.”¹⁴

Kepuasan bisa diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Kepuasan adalah membandingkan suatu tindakan untuk memaksimalkan tindakan sehingga dapat meminimalkan sebuah persyaratan.¹⁵ Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, diperlukan dukungan dari semua sumber daya organisasi, serta tanggung jawab penuh pimpinan tingkat korporat. Karyawan sebagai garis terdepan menjadi ujung tombak perusahaan yang berintegrasi langsung dengan pelanggan dan berkewajiban memberikan pelayanan kepada pelanggan, maka karyawan harus dipuaskan terlebih kebutuhannya.¹⁶

Ada kesamaan di antara beberapa definisi di atas, yaitu menyangkut komponen kepuasan konsumen (harapan dan kinerja/hasil yang dirasakan). Umumnya harapan konsumen merupakan perkiraan atau keyakinan

¹³ Kotler dan Keller. 2007. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Alih Bahasa Oleh Benyamin Molan, Edisi 12. Jakarta : PT Indeks, h.177.

¹⁴ Christopher H Lovelock dan Lauren K. Wright. 2007. Manajemen Pemasaran Jasa. Alih Bahasa oleh Agus Widyantoro, Cetakan Kedua. Jakarta : PT Indeks, h.102.

¹⁵ Veitzal Rivai dan Deddy Mulyadi, *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003), h.153.

¹⁶ Ali Hasan, *Marketing* (Jakarta: PT. Buku Kita, 2008), h.72.

konsumen tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang atau jasa). Sedangkan kinerja yang dirasakan adalah persepsi konsumen terhadap apa yang ia terima setelah mengkonsumsi produk yang dibeli.

b. Pengertian Konsumen

Menurut Pasal 1 angka 2 UU PK, “Konsumen adalah setiap orang pemakai barang dan/atau jasa yang tersedia dalam masyarakat, baik bagi kepentingan diri sendiri, keluarga,, orang lain, maupun makhluk hidup lain dan tidak untuk diperdagangkan.”

Dalam ilmu ekonomi ada dua jenis konsumen, yakni konsumen antara dan konsumen akhir. Konsumen antara adalah distributor, agen dan pengecer. Mereka membeli barang bukan untuk dipakai, melainkan untuk diperdagangkan Sedangkan pengguna barang adalah konsumen akhir.

Yang dimaksud di dalam UU PK sebagai konsumen adalah konsumen akhir. Karena konsumen akhir memperoleh barang dan/atau jasa bukan untuk dijual kembali, melainkan untuk digunakan, baik bagi kepentingan dirinya sendiri, keluarga, orang lain dan makhluk hidup lain.

c. Sifat-sifat Konsumen

Agar dalam pelayanan yang diberikan benar-benar prima sehingga konsumen merasa terpenuhi segala keinginan dan kebutuhannya, maka seorang konsumen harus mengenal betul perilaku konsumen secara umum. Berikut ini adalah perilaku atau sifat-sifat konsumen yakni:

1) Konsumen sebagai raja,

Artinya seorang raja harus dipenuhi semua keinginan dan kebutuhannya. Pelayanan yang diberikan haruslah seperti melayani seorang raja dalam arti masih dalam batas-batas etika dan moral dengan tidak merendahkan derajat *Customer Service* (CS) itu sendiri.

2) Mau dipenuhi keinginan dan kebutuhannya,

Kedatangan konsumen adalah keinginan memenuhi hasrat atau keinginannya agar terpenuhi, baik berupa informasi, pengisian aplikasi atau keluhan-keluhan.

3) Tidak mau didebat dan tidak mau disinggung,

Sudah merupakan hukum alam bahwa konsumen paling tidak suka dibantah dan didebat. Usahakan setiap pelayanan dilakukan melalui diskusi yang santai dan *rileks*. Pandai-pandailah mengemukakan pendapat sehingga konsumen tidak mudah tersinggung.

4) Konsumen mau diperhatikan,

Konsumen yang datang keperusahaan pada hakikatnya ingin memperoleh perhatian jangan sekali-kali menyepelekan atau membiarkan konsumen, berikan perhatian secara penuh sehingga konsumen benar-benar merasa diperhatikan.

5) Konsumen merupakan sumber pendapatan perusahaan,

Pendapatan utama perusahaan adalah dari transaksi yang dilakukan oleh konsumen. Oleh karena itu, jika membiarkan konsumen berarti menghilangkan pendapatan. Konsumen merupakan sumber pendapatan yang harus dijaga.

d. Cara-cara Membuat Konsumen Berminat

Agar konsumen tidak kabur dari perusahaan kita perlu dicarikan jalan keluarnya. Cara-cara mengatasi tersebut harus dilihat dari masalah-masalah yang pernah dihadapi. Cara lain dengan mempelajari pengalaman perusahaan lain terhadap berbagai kasus yang dialami, baik oleh kita sendiri maupun perusahaan lain. Berikut ini hal-hal yang harus diperhatikan agar konsumen berminat berurusan dengan perusahaan secara keseluruhan, yaitu:

- 1) Karyawan harus menarik baik dari segi penampilan, gaya bicara, maupun gerak-geriknya sehingga tidak membosankan.
- 2) Cepat tanggap terhadap keinginan konsumen dan cepat mengerjakan atau melayani konsumen.
- 3) Ruang tunggu yang tenang dan nyaman sehingga begitu konsumen masuk dapat merasakannya.

4) Brosur yang tersedia lengkap dan mampu menjelaskan segala sesuatu sehingga sesuai dengan keinginan konsumen.¹⁷

Salah satu usaha dan keberhasilan suatu perusahaan adalah bagaimana perusahaan mampu memberikan kepuasan pelanggan/konsumen yang ada.. Kepercayaan ini sudah umum, karena dengan memuaskan konsumen, organisasi dapat meningkatkan tingkat keuntungannya dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas

Setiap perusahaan akan membuat target untuk memberikan kepuasan pelanggan, karena mereka sadari akan pentingnya pelanggan sebagai kunci beroperasinya perusahaan selama mungkin. Dari kepuasan pelanggan akan muncul kesetiaan pelanggan yang diharapkan oleh semua perusahaan. Menurut Engel et al yang dikutip oleh Tjiptono menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut:

“Kepuasan konsumen merupakan evaluasi purna beli dimana alternative yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (outcome) sama atau melampaui harapan konsumen, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan”¹⁸.

Menurut Kasmir, pelayanan adalah tindakan atau perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada konsumen. Pelayanan yang baik harus dilakukan secara ramah tamah, adil, cepat, dan dengan etika yang baik sehingga memenuhi kebutuhan dan kepuasan bagi yang menerimanya.¹⁹

Menurut Zeithaml et al dalam buku Budi Haryono kepuasan konsumen ialah tanggapan pemenuhan konsumen, yaitu pertimbangan bahwa fitur barang dan jasa memberikan suatu tingkat pemenuhan terkait konsumsi yang menyenangkan, jadi konsumen ataupun pelanggan akan

¹⁷ Kotler dan Keller, *Manajemen Pemasaran* (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009), h.292.

¹⁸ *Ibid*, h.24.

¹⁹ Kasmir, *Etika Customer* (Jakarta: Kencana, 2010), h.15.

merasakan puas apabila barang ataupun jasa yang dikonsumsi tersebut dapat memenuhi kesenangannya.²⁰

Allah berfirman dalam surat Al-imran 159.

فِيمَا رَحِمَهُ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا
 مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ
 فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya : Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya²¹.

Dalam ayat ini Allah menjelaskan dalam konteks kepuasan konsumen, interaksi antara konsumen dan pembeli (hubungan baik manusia), ayat ini memberikan pedoman kepada mukmin (konsumen) agar berlemah lembut (memuaskan kepada obyek *customer*/konsumen)

Eswika, dkk mengumpulkan pengertian kepuasan konsumen dari beberapa ahli yaitu a) Hasil penilaian konsumen terhadap apa yang diharapkan dengan membeli dan mengkonsumsi suatu produk. Harapan itu dibandingkan dengan persepsinya terhadap kinerja yang diterimanya dengan mengkonsumsi produk tersebut (Aritonang); b) Respon dari konsumen terhadap ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan (Tjiptono); c) Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah

²⁰ Budi Haryono, *How To Win Customer Through Customer Service With Heart* (Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016),h.89.

²¹ Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Bandung: CV. Jumanatul 'Ali-ART, 2004), h.72.

membandingkan kinerja atau *outcome* yang dirasakan dengan harapan-harapan terhadap suatu produk (Kotler); d) Kepuasan konsumen adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapan. (Suroso); e) Kepuasan konsumen merupakan tingkatan suatu kebutuhan, keinginan dan harapan dari konsumen dapat terpenuhi yang akan mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut (Band).²²

Kepuasan konsumen dapat didefinisikan secara sederhana sebagai suatu keadaan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan konsumen dapat terpenuhi melalui produk yang dikonsumsi. Jika konsumen merasakan bahwa kualitas dari produk melebihi kebutuhan, harapan, dan keinginan konsumen maka kepuasan konsumen akan semakin tinggi.²³ Konsumen yang puas akan loyal terhadap perusahaan, pelanggan yang puas tetap setia membeli ulang dan merekomendasikan kepada konsumen lain, ini merupakan hasil dari kinerja *customer service* yang kompeten dan terampil dalam memberikan pelayanan yang unggul terhadap konsumen.

e. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Berdasarkan studi literatur, terdapat lima faktor utama kepuasan konsumen yaitu:

1) Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas apabila membeli dan menggunakan produk yang ternyata mempunyai kualitas yang baik.

2) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan sangat tergantung pada tiga hal yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Faktor manusia memegang kontribusi sebesar 70%. Tidak mengherankan kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru. Pembentukan sikap dan perilaku yang seiring dengan keinginan perusahaan ciptakan bukanlah pekerjaan yang mudah.

²² Nilasari, eswika, dkk., h.4.

²³ Nur Rianto Al Arif, *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2012),h. 48.

Pembenahan harus dilakukan mulai dari proses *recruitment*, pelatihan, dan budaya kerja.

3) Harga

Konsumen yang sensitif harga murah adalah sumber kepuasan yang penting, karena mereka akan mendapatkan *value of money* yang tinggi. Bagi konsumen yang tidak sensitif terhadap harga, komponen harga relatif tidak penting bagi mereka.

4) Faktor Emosional

Untuk beberapa produk yang berhubungan dengan gaya hidup, seperti mobil, kosmetik dan pakaian, faktor emosional menempati tempat yang penting untuk menentukan kepuasan konsumen. Rasa bangga, rasa percaya diri simbol sukses bagian dari kelompok orang penting dan sebagainya adalah contoh-contoh nilai emosional yang mendasari kepuasan konsumen.

5) Biaya dan Kemudahan

Konsumen akan semakin puas apabila relatif murah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk atau pelayanan. Peran *customer service* pendorong kepuasan konsumen tentunya tidak sama antara *customer service* yang satu dengan *customer service* yang lain, masing-masing *customer service* memiliki bobotnya masing-masing sesuai dengan industri perusahaan dan kebutuhan dari para konsumen yang dimilikinya.

Menurut Zeithaml et al dalam buku karangan Budi Haryono kepuasan konsumen di tentukan oleh beberapa faktor yaitu:²⁴

1) Fitur produk dan layanan

Fitur produk dan layanan yang diterima akan dievaluasi konsumen/peserta. Apakah produk dan layanan tersebut mampu memberikan kepuasan atau tidak bagi para konsumen.

²⁴ Budi Haryono, *ibid.*, h.90.

2) Emosi Konsumen

Emosi konsumen (senang/gembira atau sedih/susah) akan mempengaruhi kepuasan konsumen dalam menerima layanan yang diberikan oleh *customer service* ataupun perusahaan.

3) Atribut dari Keberhasilan/kegagalan layanan

Apakah layanan yang diberikan *customer service* istimewa atau mengecewakan. Layanan yang diberikan menjadi alasan yang akan mempengaruhi kepuasan konsumen.

4) Persepsi akan kewajaran dan keadilan

Kepuasan konsumen akan dipengaruhi oleh kewajaran dan keadilan yang diterima konsumen ketika menerima pelayanan jika dibandingkan dengan yang diterima oleh konsumen lain.

5) Konsumen yang lain, anggota keluarga dan rekan

Kepuasan konsumen juga dapat dipengaruhi oleh pelanggan yang lain, anggota keluarga, ataupun rekannya.

Menjaga agar konsumen tetap puas bukanlah suatu pekerjaan yang mudah. Namun demikian, perusahaan melalui *customer servicenya* harus dapat mengelolanya dengan baik di tengah arus perubahan dan persaingan di pasar. Disamping itu perusahaan juga perlu mengusahakan beberapa hal yaitu, mutu layanan harus standar dan konsisten, petugas baru dan petugas lama tetap berpegang teguh pada ketentuan perusahaan serta fasilitas yang seharusnya ada harus secara konsisten diadakan.²⁵

Kepuasan dibagi menjadi dua macam yaitu:

- 1) Kepuasan fungsional merupakan kepuasan yang diperoleh dari suatu produk yang dimanfaatkan.
- 2) Kepuasan psikologis merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tidak berwujud dari produk.²⁶

²⁵ *Ibid.*, h.54-70.

²⁶ Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis* (Malang: Aditya Media, 2010), h.60.

Pengukuran konsumen sangatlah penting untuk dilakukan karena memberikan informasi bermanfaat bagi perusahaan pemegang saham, investor, pemerintah dan konsumen.

B. Kajian Terdahulu

Sebagai pertimbangan dan acuan perbandingan untuk landasan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, maka peneliti mengambil sebuah penelitian terdahulu yang berhubungan dengan analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, yaitu:

Tabel 2.1
Kajian Terdahulu

No	Penulis	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan	Persamaan
1	Vicky Taufik Nugraha Fakultas Bisnis dan Manajemen Universitas Widyatama tahun 2012)	“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PDAM (Perusaah Daerah Air Minum) Kota Bandung	Hasil korelasi rank spearman di peroleh $r_s = 0.637$ yang artinya hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen dapat dikatakan kuat, dilihat dari koefiensi korelasinya pada interval 0.60-0.799 yang termasuk kuat. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan PDAM Kota bandung terhadap kepuasan konsumen	Perbedaannya dengan Christiana Okky Augusta membahas, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada PDAM Kota Bandung). Sementara penulis membahas tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai.	Sama-sama meneliti kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada variabel bebas dan variabel terikat (kepuasan pelanggan).

			40,58%, sisanya dipengaruhi oleh variable lain yang tidak diteliti. T hitung juga menunjukkan lebih besar dari t table yaitu $8.180 > 1.663$.		
2	Hendra Hafid Fathony, Fakultas Teknik Universitas Sebelas Maret 2012)	“Analisis Sistem Distribusi Air Bersih PDAM Karanganyar”.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa analisis realisasi kebutuhan diperoleh kebutuhan air bersih pelanggan tahun 2016 sebesar 157, 58 liter/detik. Besarnya volume penambahan pelanggan wilayah kranganyar, perumanas palur dan jaten adalah $0.0125\text{m}^3/\text{det}$. Dengan jumlah debit tersebut kemungkinan pelanggan yang dapat ditambah tahun 2016 sebesar 2.913 pelanggan.	Perbedaannya dengan Hafid Fahony membahas tentang kemungkinan pertumbuhan pelanggan sesuai dengan kebutuhan dan ketersediaan. Sementara penulis membahas tentang Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai.	Sama-sama menggunakan referensi teori berkaitan dengan pelanggan dan kualitas air bersih.
3	Siti Aminah, Fakultas	“Pengaruh Kualitas Pelayanan	Hasil pengujian koefisien determinasi (R ²)	Perbedaannya dengan Siti Aminah	Sama-sama meneliti kualitas

	Ekonomi (skripsi di Universitas Sumatera Utara Medan tahun 2013)	Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia Cabang Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal”.	menunjukkan bahwa angka Adjusted R ² atau determinan sebesar 0,614 berarti variabel bebas (bentuk fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) mampu menjelaskan terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) sebesar 61,4% dan sisanya 38,4% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti. ²⁷	membahas, Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia Cabang Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal. Sementara penulis membahas tentang Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Pengiriman Surat Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia (Persero) Padangsidimpuan.	pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada variabel bebas dan variabel terikat (kepuasan pelanggan).
--	--	--	--	--	--

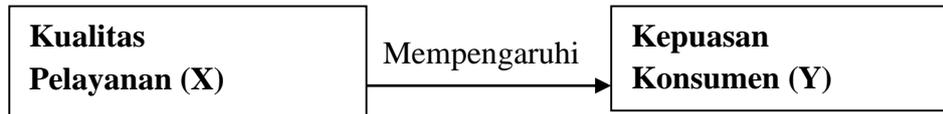
C. Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis dalam penelitian ini yaitu mengenai Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai harus mengetahui ataupun dapat menilai faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Faktor-faktor tersebut bisa saja dari segi Keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*), dan Wujud Fisik (*Tangible*). Maka PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai dituntut untuk membuat konsumen merasa puas dengan memberikan

²⁷ Siti Aminah, *Skripsi Universitas Sumatera Utara Medan* <https://www.google.co.id>, 2013. Diakses pkl 11.45 wib, tgl 06 April 2018.

penawaran dan pelayanan yang lebih baik. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat bagan sebagai berikut:

Gambar 2.1 Kerangka Teoritis



D. Hipotesis

Berdasarkan kerangka teori dan kerangka pikiran yang dikemukakan diatas, maka dapat diambil sebuah hipotesis yaitu:

1. Hipotesis Pertama

Ho : Variabel-variabel bebas yaitu bukti fisik (*tangible*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

Ha : Variabel-variabel bebas yaitu bukti fisik (*tangible*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

2. Hipotesis Kedua

Ho : Variabel-variabel bebas yaitu kehandalan (*reliability*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

Ha : Variabel-variabel bebas yaitu kehandalan (*reliability*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variable terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

3. Hipotesis Ketiga

Ho : Variabel-variabel bebas yaitu daya tanggap (*responsiveness*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

Ha : Variabel-variabel bebas yaitu daya tanggap (*responsiveness*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

4. Hipotesis Keempat

Ho : Variabel-variabel bebas yaitu jaminan (*assurance*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

Ha : Variabel-variabel bebas yaitu jaminan (*assurance*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

5. Hipotesis Kelima

Ho : Variabel-variabel bebas yaitu kepedulian (*emphaty*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

Ha : Variabel-variabel bebas yaitu kepedulian (*emphaty*) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

6. Hipotesis Keenam

Ho : Variabel-variabel bebas yaitu bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan kepedulian (*emphaty*) tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

Ha : Variabel-variabel bebas bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan kepedulian (*emphaty*) mempunyai pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya yaitu kepuasan konsumen.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Data penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang merupakan metode untuk mengkaji teori-teori tertentu dengan cara meneliti pengaruh antara variabel. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang mementingkan kedalaman data, yang penting dalam merekam data sebanyak-banyaknya dari populasi yang luas.

Pendekatan penelitian kuantitatif adalah penelitian yang identik dengan pendekatan deduktif, yaitu berangkat dari persoalan umum (teori) ke hal khusus sehingga penelitian ini harus ada landasan teorinya.

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.¹ Penelitian ini khusus membahas mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan (KP), terhadap Kepuasan Pelanggan (KPN) PDAM Tirta Kualo Tanjungbalai,

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di PDAM Tirtakualo Tanjungbalai yang terletak di jalan Jendral Ahmad Yani No. 1. Jenis data yang dipakai adalah data yang diperoleh dari angket yang disebarakan kepada Responden. Sedangkan waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan mulai April 2018 sampai Juli 2017.

¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2012), h.13.

C. Populasi dan Sampel

1. Pengertian Populasi

Menurut Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin populasi adalah keseluruhan elemen, atau unit penelitian, atau unit analisis yang memiliki ciri atau karakteristik tertentu yang dijadikan sebagai objek penelitian atau menjadi perhatian dalam suatu penelitian (pengalaman).²

Populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, dimana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan.³ Adapun jumlah populasi dari penelitian ini adalah pelanggan pada PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai.

2. Pengertian Sampel

Sampel berarti contoh atau sebagai individu yang menjadi objek penelitian. Tujuan penelitian sampel yaitu untuk memperoleh keterangan mengenai objek penelitian dengan cara mengamati dari beberapa populasi.

Untuk menentukan ukuran sampel penelitian dari populasi tersebut dapat digunakan rumus 15 atau 20 kali variabel bebas, jadi akan di dapat hasil sebagai berikut: 20×5 (jumlah variabel bebas) = 100 yang disebut metode *multivariate* eksperimen sederhana.

D. Data Penelitian

Penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kuantitatif yaitu mengolah data untuk menggambarkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

Sumber data penelitian ada dua yaitu data primer dan data sekunder. Adapun mengenai penjelasan kedua data tersebut adalah sebagai berikut:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui kuesioner

² Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin, *Op. Cit.*, h.119.

³ Mudrajat Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi* (Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009), h.123.

kepada orang yang diberi pertanyaan bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan peneliti.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh orang atau lembaga lainnya. Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari data perusahaan tersebut seperti jumlah konsumen, jumlah karyawan dan sejarah berdirinya PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai.

E. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan alat bantu bagi penelitian dalam pengumpulan data. Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu melalui angket/kuesioner dan dokumentasi.

1. Angket/kuesioner

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan dengan maksud orang yang diberi pertanyaan bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan peneliti.⁴ Untuk skala pengukuran data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala Interval. Pada angket penelitian yang sesungguhnya, peneliti menggunakan skala *likert* sebagai skala pengukuran sikap yang mana skala *likert* merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang pada suatu kejadian yang berkaitan dengan indikator-indikator yang diukur.⁵ Adapun kuesioner yang digunakan sebagai instrument dalam penelitian ini menggunakan skala *likert* dengan penetapan skor sebagai berikut:

⁴ Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), h.102.

⁵ Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian* (Bandung: Alfabeta, 2010), h.12.

Tabel 3.1
Penetapan Skor Alternatif Atas Jawaban Responden

Skor Pertanyaan	Kategori Jawaban
5	Sangat Setuju (SS)
4	Setuju (S)
3	Kurang Setuju (KS)
2	Tidak Setuju (TS)
1	Sangat Tidak Setuju (STS)

Tabel 3.2
Indikator Kualitas Pelayanan

Variabel	Faktor	Indikator
Kualitas Pelayanan	1. Kehandalan	<ul style="list-style-type: none"> a Karyawan di Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai cepat dalam melayani tamu b Prosedur pelayanan atau pendaftaran konsumen baru tidak berbelit-belit c Pelayanan yang diberikan oleh Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai sudah sesuai harapan/memuaskan
	2. Daya Tanggap	<ul style="list-style-type: none"> a Karyawan dan Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai tanggap terhadap keluhan pelanggan b Karyawan dan staf Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai selalu siap untuk membantu pelanggan/tamu c Karyawan dan staf Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai cepat dalam menyelesaikan masalah

	3. Jaminan	<ul style="list-style-type: none"> a Karyawan dan staf Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai ramah dalam melayani pelanggan / tamu b Karyawan dan staf Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai mempunyai pengetahuan yang luas c Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai menjamin keamanan dan kelancaran air
	4. Kepedulian	<ul style="list-style-type: none"> a Karyawan memberikan kesungguhan dalam merespon permintaan konsumen b Karyawan dan staf Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai mengerti keinginan pelanggan atau tamu c Karyawan dan staf Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai mampu berkomunikasi dengan baik
	5. Bukti Fisik	<ul style="list-style-type: none"> a Bangunan dan interior Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai bagus dan menarik b Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai bersih dan nyaman c Fasilitas yang ditawarkan oleh PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai lengkap dan sesuai dengan harapan d Karyawan PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai berpenampilan bersih, rapi dan menarik

Tabel 3.3
Indikator Kepuasan Konsumen

Variabel	Indikator
Kepuasan Pelanggan (Y)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Merasa nyaman pada saat petugas memberikan pelayanan 2. Merasa yakin atas pelayanan yang diberikan oleh Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai 3. Pelanggan mendapatkan informasi yang akurat 4. Merasa puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan oleh Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai

2. Studi Dokumentasi

Studi dokumentasi merupakan catatan penting mengenai peristiwa yang berlalu. Dokumentasi dapat berbentuk tulisan maupun gambar atau karya. Metode dokumentasi ini digunakan untuk melengkapi data yang tidak diperoleh dengan teknik sebelumnya, yaitu gambaran umum perusahaan, dan struktur organisasi perusahaan.

F. Definisi Operasional

Defenisi operasional merupakan bagian yang mendefenisikan sebuah konsep/variabel agar dapat diukur, dengan cara melihat pada dimensi (indikator) dari suatu konsep/variabel. Defenisi operasional lebih menekankan kepada hal-hal yang dapat dijadikan sebagai ukuran/indikator tersebut tidak abstrak, namun mudah diukur.⁶ Sedangkan variabel adalah hal-hal yang menjadi objek penelitian yang ditatap dalam suatu kegiatan penelitian yang menunjukkan variasi baik secara kualitatif maupun kuantitatif.⁷

⁶Juliansyah Noor, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2012), h.97.

⁷Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002), h.9.

Tabel 3.4
Defenisi Operasional

Variabel	Defenisi	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X)	Kualitas adalah berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampainnya untuk mengimbangi harapan pelanggan. ⁸ Sedangkan pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberian pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen atau pelanggan. ⁹	<ul style="list-style-type: none"> - Bukti Fisik (<i>Tangible</i>) - Keandalan (<i>Reliability</i>) - Kepedulian (<i>Empathy</i>) - Jaminan (<i>Assurance</i>) - Daya Tanggap (<i>Responsiveness</i>) 	Skala Likert
Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan konsumen setelah membandingkan apa yang telah ia terima dan harapannya. Seorang pelanggan jika ia puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi	<ul style="list-style-type: none"> - Merasa nyaman pada saat petugas memberikan pelayanan - Merasa yakin atas pelayanan yang diberikan oleh Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai - Pelanggan mendapatkan 	Skala Likert

⁸ *Ibid.*,h.47.

⁹ Daryanto dan Ismanto Setyabudi, *Konsumen dan Pelayanan Prima* (Yogyakarta: Gava Media, 2014), h.135.

	pelanggan dalam waktu lama. ¹⁰	informasi yang akurat. - Merasa puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan oleh Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai	
--	---	--	--

G. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan kegiatan mengelompokkan data berdasarkan variabel dari seluruh responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari perhitungan untuk menguji hipotesis.¹¹ Dalam penelitian ini analisa data yang digunakan adalah regresi linier berganda dengan bantuan aplikasi *software SPSS* versi 20,0.

1. Uji Validitas dan Reabilitas

a. Uji Validitas

Validitas atau kesahihan adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas adalah untuk melihat apakah variabel atau pertanyaan yang diajukan mewakili segala informasi yang seharusnya diukur atau validitas menyangkut kemampuan suatu pertanyaan dalam mengukur apa yang seharusnya diukur.

Adapun dasar pengambilan keputusan yaitu sebagai berikut:

- 1) Jika r_{hitung} positif, serta $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan tersebut valid. Namun jika r_{hitung} positif, serta $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item pertanyaan tersebut tidak valid.
- 2) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, tetapi bertanda negatif, maka instrumen atau item pertanyaan tersebut tidak valid.¹²

¹⁰ Agus Sucipto, *Studi Kelayakan Bisnis* (Malang: UIN-Maliki Press, 2010), h.59.

¹¹ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: PT.Rineka Cipta, 2002), h.206

¹² Syofyan Siregar, *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian* (Jakarta: Rajawali Pers, 2012), hlm.162.

b. Uji Reabilitas

Reliabilitas adalah seberapa jauh konsistensi alat ukur untuk dapat memberikan hasil yang sama dalam mengukur hal dan subjek yang sama. Reliabilitas adalah ketepatan atau tingkat presisi suatu ukuran atau alat pengukur.¹³ Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu variabel dilakukan suatu uji statistik dengan melihat nilai *crombach alpha*. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, yaitu bila koefisien reliabilitas (r_{11}) $> 0,6$.

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik dimaksudkan untuk mengetahui apakah model regresi linear sederhana yang digunakan dalam menganalisis memenuhi asumsi-asumsi klasik. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, autokorelasi, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas.¹⁴

a. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi.¹⁵ Analisis deskriptif digunakan untuk penggambaran tentang statistik data seperti mean, max, min, dan lain sebagainya. Mean (rata-rata) merupakan alat pengukuran rata-rata yang paling populer untuk mengetahui karakteristik dari sekelompok data.¹⁶ Keuntungan dari menghitung mean (rata-rata) adalah angka tersebut dapat digunakan sebagai gambaran atau wakil dari data yang diamati. Sedangkan maksimum ialah nilai tertinggi dan minimum adalah nilai terendah.

¹³ Moh Nazir, *Metode Penelitian* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2011), hlm. 134.

¹⁴ Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 21* (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013), Ed, ke-7, h.52.

¹⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2009), h.147.

¹⁶ Singgih Santoso, *Statistik Deskriptif: Konsep dan Aplikasi Dengan Microsoft Excel dan SPSS* (Yogyakarta: Andi, 2003), h.99.

b. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah pengujian dalam sebuah model regresi, variabel dependen, variabel independen atau keduanya berdistribusi normal. Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan grafik normal P-Plot of regression standardized, maka kriteria pengujianya ialah jika titik-titik menyebar sekitar garis dan mengikuti garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, maka nilai residual tersebut berdistribusi normal.¹⁷

c. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui linearitas data, yaitu apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *test for linearity* pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila nilai signifikansi kurang dari 0,05.

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$, maka kedua variabel mempunyai hubungan yang linear.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$, maka kedua variabel tidak mempunyai hubungan yang linear.

d. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Untuk mendeteksi adanya Heteroskedastisitas dari tingkat signifikansi dapat digunakan Uji

¹⁷ Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h.181.

Glenjser. Jika tingkat signifikansi berada dibawah 5% berarti terjadi heteroskedastisitas.¹⁸

3. Uji Hipotesis

Pengujian hipotesis dilakukan dengan tahap sebagai berikut:

- a. Hipotesis pertama, kedua, ketiga, keempat dan kelima diuji dengan menggunakan teknik korelasi dan regresi sederhana, dengan tujuan untuk melihat hubungan dan bentuk linearitas antara masing-masing variabel bebas bukti fisik (*tangible*) (X_1), kehandalan (*reliability*) (X_2), daya tanggap (*responsiveness*) (X_3), jaminan (*assurance*) (X_4) dan kepedulian (*emphaty*) (X_5), dengan variabel terikat (Y).
- b. Hipotesis keenam diuji dengan menggunakan teknik korelasi dan regresi ganda, dengan tujuan untuk melihat hubungan dan bentuk garis regresi antara variabel bebas secara bersama-sama ($X_{1.2.3.4.5}$) dengan variabel terikat (Y).

Kriteria interpretasi koefisien korelasi *Pearson Product Moment* dapat dilihat pada tabel r berikut:

Tabel 3.5

Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 - 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 - 0,599	Sedang
0,60 - 0,799	Kuat
0,80 - 1,000	Sangat Kuat

¹⁸ Ibid,h.139.

BAB IV

TEMUAN PENELITIAN

A. Deskripsi Data Penelitian

1. Sejarah Singkat Perusahaan

Secara geografis Kota Tanjungbalai berada di kawasan Pantai Timur Sumatera Utara, berada tepat di pertemuan 2 sungai besar yaitu Sungai Silau dan Sungai Asahan dengan posisi geografis pada 20 58' 00" Lintang Utara dan 99 48' 00" Bujur Timur.

Kota Tanjungbalai memiliki luas wilayah 6.052,90 Ha atau 0,08 % dari luas Provinsi Sumatera Utara. Kota Tanjungbalai terdiri dari 6 Kecamatan, yaitu Kecamatan Datuk Bandar, Datuk Bandar Timur, Tanjungbalai Selatan, Tanjungbalai Utara, Sei Tualang Raso dan Kecamatan Teluk Nibung.

Secara Administratif hampir seluruh wilayah Kota Tanjungbalai dikelilingi oleh Kabupaten Asahan. Batas - batas wilayah kota Tanjungbalai adalah sebagai berikut:

- a. Sebelah Utara : Kecamatan Tanjungbalai, Kabupaten Asahan;
- b. Sebelah Selatan : Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Asahan;
- c. Sebelah Barat : Kecamatan Simpang Empat, Kabupaten Asahan;
- d. Sebelah Timur : Kecamatan Sei Kepayang, Kabupaten Asahan.

Secara geologi, berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Pusat Penelitian dan Pengembangan Geologi Direktorat Jenderal Pertambangan Umum, jenis tanah dan batuan yang ada di wilayah Kota Tanjungbalai dapat digolongkan terhadap beberapa bagian, antara lain :

a. Jenis Batuan/Geologi

Jenis batuan yang terdapat di Kota Tanjungbalai, meliputi batuan sediment : aluvium muda (Qh) dan aluvium tua (Qp) pada lapisan atas, serta lapisan yang lebih dalam berupa Formasi Petani (Tup). Jenis ini tersebar diseluruh wilayah Kota Tanjungbalai, dengan kandungan :

- 1) Alluvium Muda : terdiri dari pasir, kerikil, rawa bakau, fluviatil asal laut dan lakustrin.

- 2) Aluvium Tua (Qp) yang mengandung kerikil, pasir dan lempung.
- 3) Formasi Petani (Tup) berupa serpih abu-abu kehijauan dengan batu lanau dan batu lumpur kadang-kadang dengan struktur bioturbasi.

b. Geologi Permukaan/Jenis Tanah

Jenis tanah yang terdapat di Kota Tanjungbalai meliputi : aluvial, hidromorfik kelabu dan podsolik merah kuning. Jenis aluvial ini tersebar hampir diseluruh wilayah Kota Tanjungbalai sedangkan jenis podsolik merah kuning dan hidromorfik kelabu tersebar di bagian Selatan kota.

Namun Berdasarkan Data Klimatologi adalah data iklim berdasarkan hasil pengamatan pada stasiun pengamat di wilayah yang bersangkutan dan/atau daerah sekitarnya. Data klimatologi yang dimaksud dapat berupa data curah hujan, hari hujan, ketinggian dan temperatur rata-rata.

Secara umum iklim di Kota Tanjungbalai adalah iklim tropis dengan suhu rata-rata 260C dan rata-rata kelembaban 89%. Berdasarkan ketinggian wilayahnya, Kota Tanjungbalai berada pada ketinggian (altitude) 0-3 m diatas permukaan laut (dpl).

Berdasarkan catatan Balai Informasi Penyuluhan Pertanian (BIPP) Kota Tanjungbalai, pada tahun 2011 terdapat 135 hari hujan dengan volume curah hujan sebanyak 1.941 mm. Curah hujan terbesar terjadi pada bulan Agustus yaitu 402 mm dengan hari hujan sebanyak 11 hari. Sedangkan curah hujan terkecil terjadi pada bulan Pebruari sebesar 35 mm dengan hari hujan 6 hari.

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Kualo terbentuk berdasarkan Peraturan Daerah Nomor: 1 tanggal 18 November 1988. Organisasi dan Tata Kerja PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai dibentuk berdasarkan Peraturan daerah Kota Tanjungbalai No. 09 tahun 2009, sesuai dengan Permendagri No. 2 tahun 2007.

Susunan Badan Pengawas dan Direksi PDAM Tirta Kualo adalah sebagai berikut :

Dewan Pengawas :

Ketua merangkap anggota : Drs. H. Abdi Nusa

Sekretaris merangkap anggota : H. Datmi Irwan

Anggota : H. Muhammad Kosasih

Staf ahli : Ismed Daully, SH

Diangkat berdasarkan Surat Keputusan Walikota Tanjung Balai Nomor 690/137/K/2011 tanggal 6 Juni 2011 tentang Pengangkatan Dewan Pengawas PDAM Tirts Kualo Kota Tanjung Balai.

Direktur : Yudi Gobel

a. Visi dan Misi Perusahaan

1) Visi Perusahaan

Terpenuhinya kebutuhan masyarakat akan pelayanan air minum dan air limbah berwawasan lingkungan, dan berkelanjutan

2) Misi Perusahaan

- a) Memberikan pelayanan dan kemanfaatan umum kepada seluruh masyarakat melalui pelayanan air minum dan air limbah yang berwawasan lingkungan
- b) Mewujudkan pengelolaan keuangan perusahaan secara mandiri melalui pendapatan yang diperoleh dari masyarakat dan dikembalikan lagi kepada masyarakat guna meningkatkan pelayanan dan penyediaan air minum maupun sarana air limbah
- c) Meningkatkan pengelolaan kualitas air minum dan air limbah yang sesuai dengan standar kesehatan dan lingkungan
- d) Mewujudkan penambahan cakupan pelayanan air minum dan air limbah yang disesuaikan dengan penambahan penduduk kota Tanjungbalai

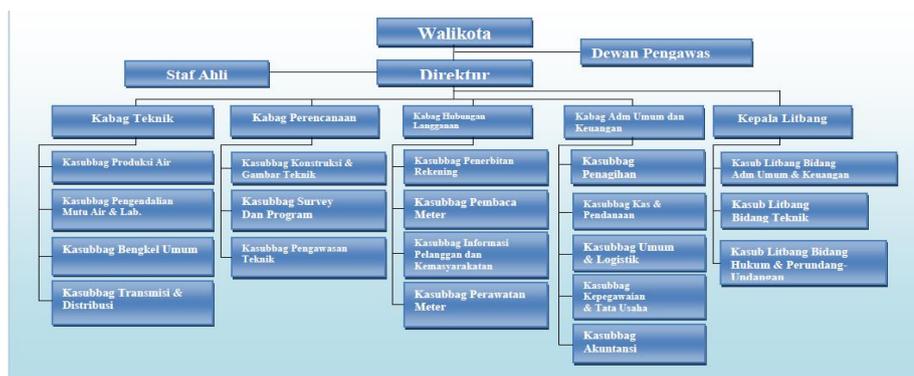
b. Struktur Organisasi

Struktur organisasi dapat diartikan sebagai gambaran hubungan antara fungsi-fungsi bagian-bagian maupun orang-orang yang memiliki tugas, wewenang dan tanggungjawab yang berbeda dalam organisasi.

Menurut Nilasari dan Wiludjen mengatakan struktur organisasi adalah “ Cara bagaimana aktivitas-aktivitas atau pekerjaan-pekerjaan organisasi

dibagi, dikelompokkan dan dikoordinasikan diantara para manajer dan para karyawannya.”

Secara formal, departemen-departemen dalam suatu organisasi dapat dibentuk antara lain secara fungsional, secara divisional atau bentuk materi. Dengan adanya struktur organisasi dapat terhidarkan dari timbulnya ketidakjelasan hubungan yang mengakibatkan banyak kerugian seperti lepas tanggungjawab, pekerjaan yang tidak efisien, ketidakjelasan dalam pengambilan keputusan dan kesimpangsiuran deskripsi pekerja yang harus dijalankan. Berdasarkan uraian di atas, maka struktur organisasi yang ada di PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai sebagai berikut;



Gambar 4.1 Struktur Organisasi PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai

2. Profil Responden

Jumlah responden yang dianalisis dalam penelitian ini berjumlah 100 orang. Secara praktis pengumpulan data dilakukan dengan mendistribusikan lebih dari 100 buah kuesioner. Hal ini didasarkan pada kenyataannya cukup banyak kuesioner yang memiliki respon yang tidak lengkap. Penentuan sampel dilakukan dengan terlebih dahulu memastikan bahwa responden adalah pengguna atau terdaftar menggunakan jasa PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai.

Penyajian data mengenai identitas responden di sini, yaitu untuk memberikan gambaran tentang keadaan diri pada responden. Adapun gambaran

tentang responden yang menjadi sampel dalam penelitian ini di klasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, umur, tingkat pekerjaan. Berikut ini akan dibahas mengenai kondisi dari masing-masing klasifikasi demografis responden tersebut.

a. Jenis Kelamin Responden

Klasifikasi ini memungkinkan bahwa konsumen yang menggunakan jasa air bersih bervariasi dalam jenis kelaminnya. Komposisi responden menurut jenis kelamin disajikan pada Tabel 4.1 berikut ini:

Tabel 4.1
Jumlah Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
Pria	63	63
Wanita	37	37
Total	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.1 dapat diketahui bahwa responden terbanyak adalah pria yaitu sebanyak 63 orang (63,0%) sedangkan responden wanita sebanyak 37 orang atau 37%. Hal ini dikarenakan pria seringkali lebih aktif dibanding wanita.

b. Responden Menurut Umur

Dengan variatifnya responden pengguna jasa penyediaan air bersih PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai, maka akan memungkinkan responden juga bervariasi berdasarkan umur. Di sisi konsumen suatu produk, umur seringkali menjadi penentu atas tindakan atau keputusan atau perilaku berkaitan dengan suatu produk barang atau jasa. Tabulasi umur responden dapat dilihat sebagai berikut :

Tabel 4.2
Jumlah Responden Menurut Umur

Umur	Jumlah Responden	Persentase
< 22 th	5	5
23 – 33 th	43	43
34 th >	52	52

Total	100	100
--------------	------------	------------

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Berdasarkan tabel 4.2 dapat diketahui bahwa untuk umur responden yang terbanyak adalah yang berumur antara 34 tahun keatas yaitu sebanyak 52 orang atau 52%, diikuti dengan usia responden 23 – 33 tahun yaitu sebanyak 43 orang atau 43%.

c. Responden Menurut Pekerjaan

Pekerjaan seringkali mempengaruhi perilaku seseorang dalam keputusannya. Selain itu pekerjaan pada umumnya juga mencerminkan satu bentuk perilaku pembelian tertentu terhadap suatu produk jasa. Tabulasi responden mengenai pekerjaan disajikan berikut ini:

Tabel 4.3
Jumlah Responden Menurut Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
PNS	31	31
Pegawai swasta	33	33
Wiraswasta	22	22
IRT	14	14
Jumlah	100	100

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa pekerjaan sebagian responden adalah sebagai pegawai swasta yaitu sebanyak 33 orang atau 33%, diikuti oleh responden yang bekerja sebagai PNS yaitu sebanyak 31 orang atau 31%. Hal ini memberikan penjelasan bahwa konsumen adalah kalangan orang yang sudah bekerja di sektor swasta merupakan konsumen yang potensial pada produk jasa PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai

3. Analisis Indeks Tanggapan Responden

Analisis ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran deskriptif mengenai responden penelitian ini, khususnya variabel-variabel penelitian yang digunakan.

Dalam penelitian ini, kuesioner yang dibagikan menggunakan skala Likert. Maka perhitungan indeks jawaban responden dilakukan dengan rumus sebagai berikut :

Nilai Indeks = $((F1 \times 1) + (F2 \times 2) + (F3 \times 3) + (F4 \times 4) + (F5 \times 5)) / 5$ Dimana :

F1 adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab 1. F2 adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab 2. F3 adalah frekuensi jawaban responden yang menjawab 3. Dan seterusnya hingga F5 untuk menjawab 5 skor yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini. Pada kuesioner penelitian ini, angka jawaban responden tidak dimulai dari angka 0, melainkan dari angka 1 hingga 5. Oleh karena itu angka indeks yang dihasilkan akan dimulai dari angka 20 hingga 100 dengan rentang 80. Dalam penelitian ini digunakan kriteria 3 kotak (three box method), maka rentang sebesar 80 akan dibagi 3 dan menghasilkan rentang sebesar 26,67. Rentang tersebut akan digunakan sebagai dasar untuk menentukan indeks persepsi konsumen terhadap variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini (Ferdinand, 2006:292), yaitu sebagai berikut :

$$73,36 - 100,00 = \text{Tinggi}$$

$$46,68 - 73,35 = \text{Sedang}$$

$$20,00 - 46,67 = \text{Rendah}$$

a. Indeks Tanggapan Responden Mengenai Bukti Fisik (*Tangible*)

Bukti fisik (*tangible*) menunjukkan kemampuan lokasi dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Kondisi peralatan, gedung dan peralatan fisik adalah merupakan bentuk dari bukti nyata dari kemungkinan akan tingginya kualitas pelayanan yang. Penelitian ini menggunakan 4 item kuesioner tangible untuk mengukur persepsi konsumen mengenai bukti fisik dari PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai. Hasil tanggapan terhadap *tangible* dapat dijelaskan pada Tabel 4.4 berikut ini :

Tabel 4.4
Tanggapan Responden Mengenai Tampilan Fisik (*Tangible*)

No	Indikator	Skor					Jml	Indeks	Kriteria
		SS	S	R	TS	STS			
1	Bangunan dan interiot Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai bagus dan menarik	19	46	27	8	0	376	75,20	tinggi
2	Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai bersih dan nyaman	20	34	36	10	0	364	72,80	sedang
3	Fasilitas yang ditawarkan oleh PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai lengkap dan sesuai dengan harapan	13	48	29	10	0	364	72,80	Sedang
4	Karyawan PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai berpenampilan bersih, rapi dan menarik	13	46	32	9	0	363	72,60	Sedang
	Jumlah						1467		
	Indeks X1						366,75	73,35	Sedang

Sumber : Data primer yang diolah 2018

Perhitungan indeks tanggapan reponden mengenai bukti fisik adalah sebagai berikut :

Indikator 1

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1) + (8 \times 2) + (27 \times 3) + (46 \times 4) + (19 \times 5)] / 5 = \mathbf{75,20}$$

Indikator 2

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1) + (10 \times 2) + (36 \times 3) + (34 \times 4) + (20 \times 5)] / 5 = \mathbf{72,80}$$

Indikator 3

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1) + (10 \times 2) + (29 \times 3) + (48 \times 4) + (13 \times 5)] / 5 = \mathbf{72,80}$$

Indikator 4

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1) + (9 \times 2) + (32 \times 3) + (46 \times 4) + (13 \times 5)] / 5 = \mathbf{72,60}$$

Bukti fisik (X1)

$$\text{Nilai Indeks} = (75,20 + 72,80 + 72,80 + 72,60) / 4 = \mathbf{73,35}$$

Tanggapan responden sebagaimana pada Tabel 4.4 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan adanya penilaian setuju yang tinggi terhadap bukti fisik (*tangible*) yang dimiliki oleh Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai, dengan nilai indeks yang sedang sebesar 73,35. Artinya tanggapan responden menunjukkan pengakuan yang cukup baik mengenai kondisi bukti fisik (*tangible*) dari Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai. Hal ini didukung oleh adanya kondisi fasilitas fisik yang dimiliki tersebut yang berupa penilaian yang sedang terhadap kondisi peralatan, kondisi gedung, dan fasilitas.

Kebersihan dan kenyamanan Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai juga dipersepsikan positif oleh responden dimana banyak dari mereka menilai bahwa nyaman lokasi. Hal ini ditunjang dengan lokasi pegunungan yang membuat sedikitnya debu yang ada di lokasi.

Berkaitan dengan fasilitas Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai, banyak responden yang mengungkapkan bahwa Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai memiliki fasilitas yang cukup lengkap yang tidak kalah dengan kantor di lokasi lain.

Kerapian penampilan karyawan menunjukkan bahwa Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai dapat berpenampilan bersih dan rapi. Hal ini ditunjukkan dengan pemakaian pakaian yang bersih dan selalu terlihat rapi dan menarik.

b. Indeks Tanggapan Responden Mengenai Kehandalan (*Reliability*)

Kehandalan (*reliability*) menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang segera, akurat, dan memuaskan. Penelitian ini menggunakan 3 item kuesioner kehandalan (*reliability*) untuk mengukur persepsi konsumen mengenai kehandalan pelayanan yang ada di Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai. Hasil tanggapan terhadap kehandalan (*reliability*) dapat dijelaskan pada Tabel 4.5 berikut ini:

Tabel 4.5
Tanggapan Responden Mengenai Kehandalan (*Reliability*)

No	Indikator	Skor					Jml	Indeks	Kriteria
		SS	S	R	TS	STS			
1	Karyawan di Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai cepat dalam melayani tamu	19	57	16	8	0	387	77,40	Tinggi
2	Prosedur pelayanan atau pendaftaran konsumen baru tidak berbelit-belit	16	51	29	4	0	379	75,80	Tinggi
3	Pelayanan yang diberikan oleh Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai sudah sesuai harapan/memuaskan	15	57	25	3	0	384	76,80	Tinggi
	Jumlah						1150		
	Rata-rata						383,3	76,67	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah 2018

Perhitungan indeks tanggapan reponden mengenai kehandalan adalah sebagai berikut:

Indikator 1

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1) + (8 \times 2) + (16 \times 3) + (57 \times 4) + (19 \times 5)] / 5 = \mathbf{77,40}$$

Indikator 2

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1) + (4 \times 2) + (29 \times 3) + (51 \times 4) + (16 \times 5)] / 5 = \mathbf{75,80}$$

Indikator 3

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1) + (3 \times 2) + (25 \times 3) + (57 \times 4) + (15 \times 5)] / 5 = \mathbf{76,80}$$

Kehandalan (X2)

$$\text{Nilai Indeks} = (77,40 + 75,80 + 76,80) / 3 = \mathbf{76,67}$$

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel 4.5 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan setuju terhadap aspek kehandalan atau *reliability* dari jasa pelayanan yang diberikan oleh Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai, dengan nilai indeks yang tinggi sebesar 76,67. Artinya responden mendapatkan pelayanan yang handal. Kondisi demikian didukung oleh adanya prosedur pelayanan yang cepat dan tepat, perhatian yang serius, pelayanan yang memuaskan dan pelayanan yang tidak berbelit-belit.

c. Indeks Tanggapan Responden Mengenai Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap (*responsiveness*) adalah pemberian pelayanan kepada pelanggan dengan cepat dan tanggap. Penelitian ini menggunakan 3 item kuesioner daya tanggap (*responsiveness*) untuk mengukur persepsi konsumen mengenai ketanggapan karyawan dan pihak Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai terhadap pelanggannya. Hasil tanggapan terhadap variabel daya tanggap (*responsiveness*) dapat dijelaskan pada tabel 4.6 berikut ini :

Tabel 4.6
Tanggapan Responden Mengenai Daya Tanggap (*Responsiveness*)

No	Indikator	Skor					Jml	Indeks	Kriteria
		SS	S	R	TS	STS			
1	Karyawan dan Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai tanggap terhadap keluhan pelanggan	25	54	17	4	0	400	80,00	Tinggi
2	Karyawan dan staf Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai selalu siap untuk membantu pelanggan/tamu	14	62	23	1	0	389	77,80	Tinggi
3	Karyawan dan staf Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai cepat dalam menyelesaikan masalah	25	51	21	3	0	398	79,60	Tinggi

	Jumlah						1187		
	Rata-rata						395.67	79,13	Tinggi

Sumber : Data primer yang diolah 2018

Perhitungan indeks tanggapan reponden mengenai daya tanggap adalah sebagai berikut :

Indikator 1

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1) + (4 \times 2) + (17 \times 3) + (54 \times 4) + (25 \times 5)] / 5 = 80,00$$

Indikator 2

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1) + (1 \times 2) + (23 \times 3) + (62 \times 4) + (14 \times 5)] / 5 = 77,80$$

Indikator 3

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1) + (3 \times 2) + (21 \times 3) + (51 \times 4) + (25 \times 5)] / 5 = 79,60$$

Daya tanggap (X3)

$$\text{Nilai Indeks} = (80,00 + 77,80 + 79,60) / 3 = 79,13$$

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel 4.6 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan kesetujuan yang besar terhadap daya tanggap dari pelayanan yang diberikan oleh Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai, yaitu dengan nilai indeks yang tinggi sebesar 79,13. Artinya konsumen memberikan penilaian yang baik terhadap ketanggapan yang dimiliki oleh Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai. Hal ini ditunjukkan oleh adanya sikap karyawan yang tidak membeda-bedakan setiap konsumen, menyelesaikan setiap masalah dilakukan dengan tepat dan tegas dan menyelesaikan setiap kebutuhan konsumen dilakukan dengan cepat dan tanpa ditunda.

Ketanggapan dari karyawan ditunjukkan dengan beberapa perilaku karyawan yang menanyakan kebutuhan konsumen pada waktu-waktu tertentu sehingga konsumen tidak terlalu sungkan dan lama dalam menunggu karyawan untuk sebuah pemesanan tertentu.

Kesiapan karyawan juga nampak dari kegesitan dan kecepatan mereka ketika konsumen membutuhkan bantuan dari karyawan untuk sebuah pelayanan dan permintaan konsumen, selain itu karyawan dapat berupaya memecahkan masalah

yang berkaitan dengan kekurangberesan kinerja atau manfaat dari fasilitas yang ada.

d. Indeks Tanggapan Responden Mengenai Jaminan (*Assurance*)

Jaminan (*assurance*) menunjukkan kompetensi, pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan. Penelitian ini menggunakan 3 item kuesioner jaminan (*assurance*) untuk mengukur persepsi konsumen mengenai jaminan yang diberikan oleh pihak Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai kepada pelanggannya. Hasil tanggapan terhadap *assurance* dapat dijelaskan pada tabel 4.7 berikut ini :

Tabel 4.7
Tanggapan Responden Mengenai Jaminan (*Assurance*)

No	Indikator	Skor					Jml	Indeks	kriteria
		SS	S	R	TS	STS			
1	Karyawan dan staf Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai ramah dalam melayani pelanggan / tamu	6	49	39	6	0	355	71,00	sedang
2	Karyawan dan staf Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai mempunyai pengetahuan yang luas	7	41	44	8	0	347	69,40	sedang
3	Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai menjamin keamanan dan kelancaran air	5	56	37	2	0	364	72,80	sedang
	Jumlah						1066		
	Rata-rata						355.33	71,07	sedang

Sumber : Data primer yang diolah 2018

Perhitungan indeks tanggapan reponden mengenai jaminan adalah sebagai berikut :

Indikator 1

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1) + (6 \times 2) + (39 \times 3) + (49 \times 4) + (6 \times 5)] / 5 = 71,00$$

Indikator 2

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1) + (8 \times 2) + (44 \times 3) + (41 \times 4) + (7 \times 5)] / 5 = 69,40$$

Indikator 3

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1) + (2 \times 2) + (37 \times 3) + (56 \times 4) + (5 \times 5)] / 5 = 72,80$$

Jaminan (X4)

$$\text{Nilai Indeks} = (71,00 + 69,40 + 72,80) / 3 = 71,07$$

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel 4.7 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan kesetujuan yang cukup besar terhadap variabel jaminan (*assurance*) yang diberikan oleh Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai, dengan nilai indeks sedang sebesar 71,07. Artinya responden menilai adanya jaminan yang cukup baik yang diberikan oleh pihak Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai. Hal ini didukung oleh adanya karyawan yang ramah dalam memberikan pelayanan, kemampuan dari karyawan dalam pengetahuan mereka serta memberikan rasa memuaskan.

e. Indeks Tanggapan Responden Mengenai Kepedulian (*Empathy*)

Kepedulian (*empathy*) menunjukkan pernyataan tentang kepedulian dan perhatian kepada konsumen secara individual. Penelitian ini menggunakan 3 item kuesioner kepedulian (*empathy*) untuk mengukur persepsi konsumen mengenai perhatian yang diberikan oleh pihak Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai. Hasil tanggapan terhadap kepedulian (*empathy*) dapat dijelaskan pada tabel 4.8 berikut ini :

Tabel 4.8
Tanggapan Responden Mengenai Kepedulian (*Empathy*)

No	Indikator	Skor					Jml	Indeks	Kriteria
		SS	S	R	TS	STS			
1	Karyawan memberikan kesungguhan dalam merespon permintaan konsumen	5	61	33	1	0	370	74,00	Tinggi

2	Karyawan dan staf Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai mengerti keinginan pelanggan atau tamu	6	59	35	0	0	371	74,20	Tinggi
3	Karyawan dan staf Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai mampu berkomunikasi dengan baik	3	48	49	0	0	354	70,80	Sedang
	Jumlah						1095		
	Rata-rata						365	73,00	Sedang

Sumber : Data primer yang diolah 2018

Perhitungan indeks tanggapan reponden mengenai kepedulian adalah sebagai berikut :

Indikator 1 Nilai Indeks = $[(0 \times 1) + (1 \times 2) + (33 \times 3) + (61 \times 4) + (5 \times 5)] / 5 = 74,00$

Indikator 2 Nilai Indeks = $[(0 \times 1) + (0 \times 2) + (35 \times 3) + (59 \times 4) + (6 \times 5)] / 5 = 74,20$

Indikator 3 Nilai Indeks = $[(0 \times 1) + (0 \times 2) + (49 \times 3) + (48 \times 4) + (3 \times 5)] / 5 = 70,80$

Kepedulian (X5) Nilai Indeks = $(74,00 + 74,20 + 70,80) / 3 = 73,00$

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan cukup baik terhadap kepedulian dan perhatian karyawan dan staf Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai dalam pelayanan yang diberikannya yaitu dengan nilai indeks yang sedang sebesar 73,00. Hal ini didukung oleh adanya perhatian yang cukup baik dari pihak Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai secara individu kepada pelanggan.

f. Indeks Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan

Kepuasan merupakan suatu perasaan di dalam diri seseorang terhadap apa yang telah diperoleh dan dirasakan ketika ia menjadi seorang konsumen. Hasil tanggapan terhadap kepuasan konsumen dapat dijelaskan pada tabel 4.9 berikut ini:

Tabel 4.9
Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan

No	Indikator	Skor					Jml	Indeks	Kriteria
		SS	S	R	TS	STS			
1	Merasa nyaman pada saat petugas memberikan pelayanan	15	42	40	3	0	369	73,80	Tinggi
2	Merasa yakin atas pelayanan yang diberikan oleh Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai	8	73	19	0	0	389	77,80	Tinggi
3	Pelanggan mendapatkan informasi yang akurat.	7	57	36	0	0	371	74,20	Tinggi
4	Merasa puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan oleh Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai	7	73	18	2	0	385	77,00	tinggi
Jumlah							1514		
Rata-rata							378.5	75,70	tinggi

Sumber : Data primer yang diolah 2018

Perhitungan indeks tanggapan reponden mengenai kepuasan adalah sebagai berikut :

Indikator 1

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1) + (3 \times 2) + (40 \times 3) + (42 \times 4) + (15 \times 5)] / 5 = 73,80$$

Indikator 2

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1) + (0 \times 2) + (19 \times 3) + (73 \times 4) + (8 \times 5)] / 5 = 77,80$$

Indikator 3

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1) + (0 \times 2) + (36 \times 3) + (57 \times 4) + (7 \times 5)] / 5 = 74,20$$

Indikator 4

$$\text{Nilai Indeks} = [(0 \times 1) + (2 \times 2) + (18 \times 3) + (73 \times 4) + (7 \times 5)] / 5 = 77,00$$

Kepuasan (Y)

$$\text{Nilai Indeks} = (73,80 + 77,80 + 74,20 + 77,00) / 4 = 75,70$$

Tanggapan responden sebagaimana pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan kepuasan yang tinggi atas kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai, dengan nilai indeks yang tinggi sebesar 75,70.

B. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan metode Analisis korelasi. Perhitungan dilakukan dengan bantuan program SPSS. Nilai signifikansi yang berada di bawah 0,05 menunjukkan sebagai item yang valid. Pengujian validitas selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.10 berikut ini :

Tabel 4.10
Hasil Uji Validitas

No	Indikator	rhitung	rtabel	Keterangan
1	Bukti Fisik			
	- Indikator 1	0.882	0,197	Valid
	- Indikator 2	0.915	0,197	Valid
	- Indikator 3	0.914	0,197	Valid
2	- Indikator 4	0.917	0,197	Valid
	Kehandalan			
	- Indikator 1	0.822	0,197	Valid
	- Indikator 2	0.788	0,197	Valid
3	- Indikator 3	0.792	0,197	Valid
	Daya Tanggap			
	- Indikator 1	0.841	0,197	Valid
	- Indikator 2	0.724	0,197	Valid

	- Indikator 3	0.877	0,197	Valid
4	Jaminan			
	- Indikator 1	0.836	0,197	Valid
	- Indikator 2	0.839	0,197	Valid
	- Indikator 3	0.741	0,197	Valid
5	Kepedulian			
	- Indikator 1	0.834	0,197	Valid
	- Indikator 2	0.731	0,197	Valid
	- Indikator 3	0.697	0,197	Valid
6	Kepuasan			
	- Indikator 1	0.752	0,197	Valid
	- Indikator 2	0.717	0,197	Valid
	- Indikator 3	0.614	0,197	Valid
	- Indikator 4	0.715	0,197	Valid

Sumber : Data primer yang diolah 2018

Tabel 4.10 menunjukkan bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengukur variabel-variabel yang digunakan dalam penelitian ini mempunyai nilai korelasi yang lebih besar dari 0,197. Dari hasil tersebut menunjukkan bahwa semua indikator tersebut adalah valid.

b. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha*. Hasil pengujian reliabilitas untuk masing-masing variabel yang diringkaskan pada tabel 4.11 berikut ini:

Tabel 4.11
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Alpha	Keterangan
Bukti Fisik	0,927	Reliabel
Kehandalan	0,719	Reliabel
Daya Tanggap	0,750	Reliabel
Jaminan	0,731	Reliabel
Kepedulian	0,622	Reliabel
Kepuasan Konsumen	0,641	Reliabel

Sumber : Data primer yang diolah, 2018

Hasil uji reliabilitas tersebut menunjukkan bahwa semua variabel mempunyai koefisien Alpha yang cukup besar yaitu diatas 0,6 sehingga dapat dikatakan semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel yang berarti bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini merupakan kuesioner yang handal.

2. Uji Asumsi Klasik

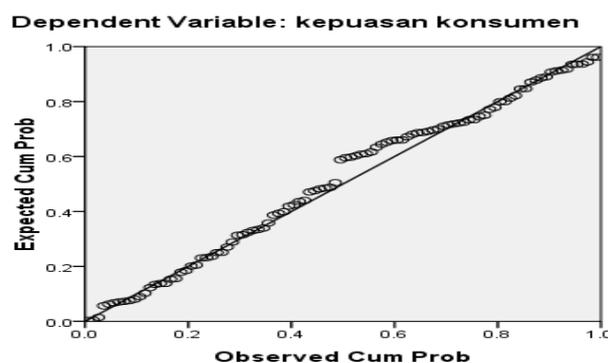
Suatu model regresi yang baik harus memenuhi tidak adanya masalah asumsi klasik dalam modelnya. Jika masih terdapat asumsi klasik maka model regresi tersebut masih memiliki bias. Jika suatu model masih terdapat adanya masalah asumsi klasik, maka akan dilakukan langkah revisi model ataupun penyembuhan untuk menghilangkan masalah tersebut. Pengujian asumsi klasik akan dilakukan berikut ini.

a. Uji Normalitas

Pengujian normalitas dilakukan terhadap residual regresi. Pengujian dilakukan dengan menggunakan grafik P-P Plot. Data yang normal adalah data yang membentuk titik-titik yang menyebar tidak jauh dari garis diagonal.

Hasil analisis regresi linier dengan grafik normal P-P Plot terhadap residual error model regresi diperoleh sudah menunjukkan adanya pola grafik yang normal, yaitu adanya sebaran titik yang berada tidak jauh dari garis diagonal.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Gambar 4.2 Uji normalitas

Hasil pengujian tersebut menunjukkan bahwa titik-titik berada tidak jauh dari garis diagonal. Hal ini berarti bahwa model regresi tersebut sudah berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan nilai VIF. Suatu variabel menunjukkan gejala multikolinearitas bisa dilihat dari nilai VIF (*Variance Inflation Factor*) yang tinggi pada variabel-variabel bebas suatu model suatu model regresi. Nilai VIF dari variabel bebas pada model regresi adalah sebagai berikut :

Tabel 4.12

Uji Multikolinearitas

Variabel	VIF	Keterangan
Bukti Fisik	1.276	Tidak multikolinear
Kehandalan	1.477	Tidak multikolinear
Daya Tanggap	1.147	Tidak multikolinear
Jaminan	1.304	Tidak multikolinear
Kepedulian	1.278	Tidak multikolinear

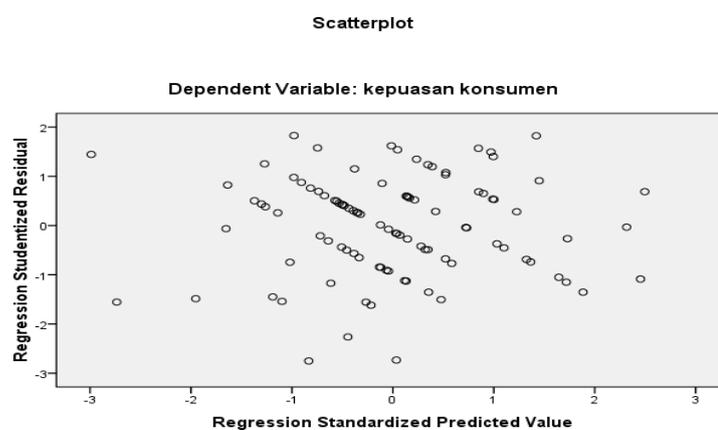
Sumber : Data sekunder yang diolah, 2018

Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai VIF dari semua variabel bebas memiliki nilai yang lebih kecil dari 10. Hal ini berarti bahwa variabel- variabel penelitian tidak menunjukkan adanya gejala multikolonieritas dalam model regresi.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian residual antara yang satu dengan yang lain. Jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap maka disebut homokedastisitas. Dan jika varians berbeda, disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas

Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heterokedastisitas dapat dilakukan dengan menggunakan grafik heterokedastisitas antara nilai prediksi variabel dependen dengan variabel indepeden. Dari scatterplots dibawah ini terlihat titik- titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 dan sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam



melakukan pengujian. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar berikut.

Gambar 4.3 Uji Heterokedastisitas

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linear berganda digunakan dalam penelitian ini dengan tujuan untuk membuktikan hipotesis mengenai pengaruh variabel dimensi-dimensi kualitas pelayanan secara parsial maupun secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen. Perhitungan statistik dalam analisis regresi linier berganda yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program komputer SPSS for Windows versi 20. Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS selengkapnya ada pada lampiran dan selanjutnya dijelaskan pada Tabel 4.15 berikut ini :

Tabel 4.13
Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.748	1.341		2.050	.043		
bukti fisik	.148	.043	.271	3.430	.001	.784	1.276
kehandalan	.183	.079	.197	2.318	.023	.677	1.477
daya tanggap	.193	.072	.201	2.688	.008	.872	1.147
jaminan	.322	.081	.316	3.959	.000	.767	1.304
kepedulian	.218	.104	.165	2.095	.039	.783	1.278

Dependent Variable: kepuasan konsumen

Model persamaan regresi yang dapat dituliskan dari hasil tersebut dalam bentuk persamaan regresi sebagai berikut

$$Y = 0,271 X_1 + 0,197 X_2 + 0,201 X_3 + 0,316 X_4 + 0,165 X_5$$

Persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut :

- Koefisien regresi variabel bukti fisik (*tangible*) mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.
- Koefisien regresi variabel keandaan (*reliability*) mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.
- Koefisien regresi variabel daya tanggap (*responsiveness*) mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.
- Koefisien regresi variabel jaminan (*assurance*) mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen.
- Koefisien regresi variabel kepedulian (*empathy*) mempunyai arah positif dalam pengaruhnya terhadap kepuasan konsumen .

Dari hasil koefisien regresi berganda yang telah dijelaskan pada uraian diatas selanjutnya akan dilakukan pengujian hipotesis yang dilakukan secara parsial maupun simultan.

C. Uji Hipotesis

1. Uji t (Pengujian hipotesis secara parsial)

Untuk menguji keberartian model regresi untuk masing-masing variabel secara parsial dapat diperoleh dengan menggunakan uji t. Berikut akan dijelaskan pengujian masing-masing variabel secara parsial

a. Variabel Bukti Fisik (*tangible*)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel tampilan fisik (*tangible*) menunjukkan nilai $t = 3,430$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,001 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa bukti fisik (*tangible*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan. Hal ini berarti Hipotesis 1 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa bukti fisik memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin baik bukti fisik yang ada dalam perusahaan akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen, sebaliknya semakin tidak baik bukti fisik yang ada dalam perusahaan semakin rendah pula kepuasan konsumen.

b. Variabel Keandalan (*reliability*)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel keandalan (*reliability*) menunjukkan nilai $t = 2,318$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,023 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa keandalan (*reliability*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti Hipotesis 2 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa keandalan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi keandalan pelayanan yang diberikan akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen, sebaliknya semakin rendah keandalan pelayanan yang diberikan semakin rendah pula kepuasan konsumen.

c. Variabel Daya tanggap (*responsiveness*)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel daya tanggap (*responsiveness*) menunjukkan nilai $t = 2,688$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,008 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa daya tanggap (*responsiveness*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti Hipotesis 3 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa daya tanggap memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin tinggi daya tanggap yang ada dalam perusahaan akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen, sebaliknya semakin rendah daya tanggap yang ada dalam perusahaan semakin rendah pula kepuasan konsumen.

d. Variabel Jaminan (*assurance*)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel jaminan (*assurance*) menunjukkan nilai $t = 3,959$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa jaminan (*assurance*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti Hipotesis 4 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa jaminan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin besar jaminan yang diberikan perusahaan akan semakin tinggi pula kepuasan konsumen, sebaliknya semakin rendah jaminan yang diberikan perusahaan semakin rendah pula kepuasan konsumen.

e. Variabel empati (*empathy*)

Hasil pengujian diperoleh nilai t untuk variabel kepedulian (*empathy*) menunjukkan nilai $t = 2,094$ dengan nilai signifikansi sebesar $0,039 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 tersebut menunjukkan bahwa kepedulian (*empathy*) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini berarti Hipotesis 5 diterima. Arah koefisien regresi positif berarti bahwa empati memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan konsumen. Semakin besar kepedulian (*emphaty*) yang diberikan perusahaan akan semakin

tinggi pula kepuasan konsumen, sebaliknya semakin rendah kepedulian (*emphaty*) yang diberikan perusahaan semakin rendah pula kepuasan konsumen.

2. Uji F

Hasil perhitungan regresi secara bersama-sama diperoleh pada Tabel 4.14 berikut ini :

Tabel 4.14
Hasil Analisis Regresi Secara bersama-sama

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	154.827	5	30.965	22.183	.000a
Residual	131.213	94	1.396		
Total	286.040	99			

Predictors: (Constant), kepedulian, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, kehandalan

Dependent Variable: kepuasan konsumen

Pengujian pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel terikatnya dilakukan dengan menggunakan uji F. Hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = 22,183 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel-variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai adjusted R square

Tabel 4.15
Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736a	.541	.517	1.18147

Predictors: (Constant), kepedulian, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, kehandalan

Dependent Variable: kepuasan konsumen

Hasil perhitungan regresi dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*adjusted R²*) yang diperoleh sebesar 0,517. Hal ini berarti 51,7% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian, sedangkan sisanya yaitu 48,3% kepuasan konsumen dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

D. Interpretasi Hasil Penelitian

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai secara umum sudah baik. Hal ini dapat ditunjukkan dari banyaknya tanggapan kepuasan yang tinggi dari responden terhadap kondisi dari masing-masing variabel penelitian. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa variabel kualitas pelayanan dalam kelima dimensinya memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan bahwa dengan pemberian pelayanan yang berkualitas, maka hal tersebut akan menciptakan kepuasan dalam diri konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tampilan fisik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa bukti fisik dari penyedia jasa yang ditunjukkan dengan fasilitas, interior dan sumber daya manusia sebagai pemberi pelayanan akan menentukan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kehandalan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa kehandalan dari penyedia jasa pelayanan yang ditunjukkan dengan kehandalan dalam bentuk kecepatan pelayanan, kemampuan pegawai, dan kehandalan pegawai dalam melayani konsumen akan dipertimbangkan dalam membentuk kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel daya tanggap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa daya tanggap dari penyedia jasa pelayanan yang ditunjukkan dengan kesediaan staf dalam membantu, kesediaan staf dalam memberikan informasi, respon yang cepat dari karyawan, dan penyelesaian masalah dengan cepat akan memberikan pengaruh dalam terbentuknya kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jaminan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa jaminan dari penyedia jasa pelayanan akan memberikan peningkatan pada kepuasan konsumen. Hal ini ditunjukkan dengan kemampuan karyawan dalam melayani konsumen, karyawan yang mempunyai pengetahuan luas dan Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai memiliki jaminan yang diberikan akan memberikan kesan yang lebih baik sehingga meningkatkan kepuasan konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kepedulian memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini memberikan bukti empiris bahwa adanya perhatian dari penyedia jasa pelayanan dalam bentuk perhatian yang sama, kemampuan komunikasi yang baik, kemampuan dalam memenuhi kebutuhan konsumen dan pemahaman setiap kondisi konsumen akan meningkatkan pandangan positif. Hal ini selanjutnya akan memberikan kepuasan yang lebih tinggi.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan pada penelitian ini, didapat persamaan regresi sebagai berikut: $Y = 0,271 X_1 + 0,197 X_2 + 0,201 X_3 + 0,316 X_4 + 0,165 X_5$

Dari persamaan regresi tersebut dapat diketahui bahwa koefisien dari persamaan regresi adalah positif. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel bukti fisik (X1) memiliki koefisien regresi sebesar 0,271 (bertanda positif) terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai thitung sebesar 3,430 dengan tingkat signifikansi 0,001 (< 0.05). Hal ini berarti bahwa bukti fisik (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian Hipotesis 1 yang menyatakan bahwa bukti fisik (X1) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dapat diterima.
2. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel kehandalan (X2) memiliki koefisien regresi sebesar 0,197 (bertanda positif) terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai thitung sebesar 2,318 dengan tingkat signifikansi 0,023 (< 0.05). Hal ini berarti bahwa kehandalan (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian Hipotesis 2 yang menyatakan bahwa kehandalan (X2) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dapat diterima.
3. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel daya tanggap (X3) memiliki koefisien regresi sebesar 0,201 (bertanda positif) terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai thitung sebesar 2,688 dengan tingkat signifikansi 0,008 (< 0.05). Hal ini berarti bahwa daya tanggap (X3) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian Hipotesis 3 yang menyatakan bahwa daya tanggap (X3) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dapat diterima.

4. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel jaminan (X4) memiliki koefisien regresi sebesar 0,316 (bertanda positif) terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai thitung sebesar 3,959 dengan tingkat signifikansi 0,000 (< 0.05). Hal ini berarti bahwa jaminan (X4) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian Hipotesis 4 yang menyatakan bahwa jaminan (X4) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dapat diterima.
5. Hasil analisis diperoleh bahwa variabel kepedulian (X5) memiliki koefisien regresi sebesar 0,165 (bertanda positif) terhadap kepuasan konsumen (Y) dan nilai thitung sebesar 2,095 dengan tingkat signifikansi 0,039 (< 0.05). Hal ini berarti bahwa kepedulian (X5) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y). Dengan demikian Hipotesis 5 yang menyatakan bahwa kepedulian (X5) berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen (Y) dapat diterima. Nilai Adjusted R square diperoleh sebesar 0,517. Hal ini berarti bahwa 51,7% kepuasan konsumen (Y) dapat dijelaskan oleh variabel bukti fisik (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), dan kepedulian (X5). Sedangkan 48,3% dapat dijelaskan oleh sebab-sebab lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
6. Berdasarkan hasil pengujian Regresi berganda, didapati bahwa hasil perhitungan statistik menunjukkan nilai F hitung = 22,183 dengan signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Dengan nilai signifikansi di bawah 0,05 menunjukkan bahwa secara bersama-sama bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan kepedulian mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen.

B. Saran Peneliti

Berdasarkan dari hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka peneliti menyampaikan saran-saran yang kiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi pihak perusahaan

Peneliti sangat mengharapkan bahwa kualitas pelayanan pada PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai, dan pihak perusahaan harus dapat meningkatkan faktor-faktor dimensi layanan yang meliputi kehandalan (*reability*), jaminan (*assurance*), bukti fisik (*tangible*), kepedulian (*empathy*) dan daya tanggap (*responsiveness*) dalam melakukan layanan kepada pelanggan.

2. Bagi akademis

Hasil penelitian diharapkan dapat mendukung penelitian selanjutnya dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan kualitas pelayanan untuk kepuasan pelanggan.

3. Bagi peneliti yang lain

Dalam penelitian ini tentu saja masih mengalami banyak sekali kekurangan, karena adanya keterbatasan dari peneliti, sehingga peneliti berikutnya diharapkan perlu menjelaskan secara lebih lengkap dengan menambah teori yang mendukung.

Bagi peneliti selanjutnya hasil penelitian ini hendaknya dapat dijadikan sebagai bahan untuk melakukan kajian yang lebih mendalam terutama yang menyangkut judul penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Al Arif, Nur Rianto. *Dasar-dasar Pemasaran Bank Syariah*. Bandung: Alfabeta, 2012.
- Aliyyah, Dwi Apriyani dan Sunarti. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Konsumen The Little A Coffee Shop Sidoarjo)*. Jurnal Administrasi Bisnis JAB|Vol. 51 No. 2, 2017.
- Al-Maraghiy, Ahmad Musthafa. *Terjemah Tafsir Al-Maragi Juz 1,2 dan 3*. Semarang : CV. Toha Putra, 1989.
- Arikunto, Suharsimi. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta, 2010.
- _____. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2002.
- Bari, Ahmad dan Budhi Satrio. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Berbelanja Di Cak – Cuk Surabaya*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 3 No. 12, 2014.
- Daryanto dan Ismanto Setyabudi. *Konsumen dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media, 2014.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Bandung: CV. Jumanatul 'Ali-ART, 2004.
- Haryono, Budi. *How To Win Customer Through Customer Service With Heart*. Yogyakarta: C.V Andi Offset, 2016.
- Hasan, Ali. *Marketing*. Jakarta: PT. Buku Kita, 2008.
- Hasibuan, Malayu S.P. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2009.
- Kartajaya, Hermawan dan Muhammad Syakir Sula. *Syariah Marketing* . Bandung: PT Mizan Pustaka, 2008.
- Kasmir. *Etika Customer*. Jakarta: Kencana, 2010.
- _____. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2014.
- Koestanto, Hari Tri. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Bank Jatim Cabang Klampis Surabaya*. Jurnal Ilmu & Riset Manajemen Vol. 3 No. 10, 2014.
- Kotler dan Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009.

- _____. *Manajemen Pemasaran. Jilid I. Alih Bahasa Oleh Benyamin Molan*, Edisi 12. Jakarta : PT Indeks, 2007.
- Kuncoro, Mudrajat. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: PT. Gelora Aksara Pratama, 2009.
- Lovelock, Christopher H dan Lauren K. Wright. *Manajemen Pemasaran Jasa. Alih Bahasa oleh Agus Widyantoro*, Cetakan Kedua. Jakarta : PT Indeks, 2007.
- Ma'arif, M. Syamsul dan Hendri Tanjung. *Manajemen Operasi*. Jakarta: PT. Grasindo, 2003.
- Nasution, M. Nur. *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2011.
- Nilasari, eswika, dkk. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Dealer PT. Ramayana Motor Sukoharjo*. Jurnal Paradigma Vol. 13, No. 01, 2015.
- Noor, Juliansyah. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2002.
- Rambat dan Hamdani. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat, 2001.
- Riduwan. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Bandung: Alfabeta, 2010.
- Rivai, Veitzal dan Deddy Mulyadi. *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2003.
- Ruslan, Rosady. *Metode Penelitian: Public Relation dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2004.
- Santoso, Singgih. *Statistik Deskriptif: Konsep dan Aplikasi Dengan Microsoft Excel dan SPSS*. Yogyakarta: Andi, 2003.
- Siti Aminah, *Skripsi Universitas Sumatera Utara Medan*
<https://www.google.co.id>, Diakses pkl 11.45 wib, tgl 06 April 2018, 2013.
- Sucipto, Agus. *Studi Kelayakan Bisnis*. Malang: Aditya Media, 2010.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2012.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2009.

Supangat, Andi. *Statistika Dalam Kajian Deskriptif, Inferensi, dan Nonparametrik*. Jakarta: Kencana, 2008.

Syofyan Siregar. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta: Rajawali Pers, 2012.

Tjiptono, Fandy. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Andi Offset, 2000.

Umar, Husein. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.

LAMPIRAN A

KUESIONER PENELITIAN

**KUESIONER PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN KONSUMEN PADA PDAM TIRTA KUALO KOTA
TANJUNG BALAI**

Sehubungan dengan penyusunan skripsi dengan judul yang telah disebutkan di atas, maka dengan hormat, saya :

Nama : Suhailah

NIM : 51144011

Alamat: Jl. Sehat Pasar gg. Pusara Kec. Tanjungbalai Utara, Kel Sejahtera Tanjungbalai

Memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner (daftar pertanyaan) yang saya ajukan ini secara jujur dan terbuka.

Daftar pertanyaan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang Strata Satu (S1), guna memperoleh gelar sarjana Ekonomi Islam (SE) pada program studi Ekonomi Islam.

Daftar pertanyaan ini berisi tentang pengaruh *tangibles* (bukti fisik), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan) dan *empathy* (kepedulian) terhadap kepuasan konsumen menggunakan jasa PDAM Tirta Kualo Kota Tanjung Balai.

Atas partisipasi Saudara/i dalam mengisi daftar pertanyaan/kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya

SUHAILAH

BAGIAN I : IDENTIFIKASI PELANGGAN/KONSUMEN**Petunjuk Pengisian :**

- Mohon untuk mengisi pertanyaan dibawah ini dengan sebenar-benarnya.
- Berilah tanda (X) pada pilihan yang telah disediakan.
- Nomor responden tidak perlu diisi.

No.

Responden :

Nama (boleh tidak diisi) :

Alamat :

No.

Telp :

Usia :

Jenis Kelamin : a. Pria b. Wanita

Pekerjaan :

a PNS

b Pegawai swasta

c Wiraswasta

d Ibu Rumah Tangga

e Lain-lain

BAGIAN II : ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PDAM TIRTA KUALO KOTA TANJUNG BALAI

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda (v) seberapa besar tingkat persetujuan Anda terhadap pertanyaan-pertanyaan berikut. Jawaban yang tersedia berupa skala Likert yaitu antara 1-5, yang mempunyai arti :

- 1 = Sangat Tidak Setuju
- 2 = Tidak Setuju
- 3 = Biasa Saja/Netral
- 4 = Setuju
- 5 = Sangat Setuju

Pertanyaan Penelitian

No	Variabel <i>Tangibles</i> (Bukti Fisik)	Skor				
	Indikator	SS	S	R	TS	STS
1	Bangunan dan interiot Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai bagus dan menarik					
2	Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai bersih dan nyaman					
3	Fasilitas yang ditawarkan oleh PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai lengkap dan sesuai dengan harapan					
4	Karyawan PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai berpenampilan bersih, rapi dan menarik					

No	Variabel <i>Reliability</i> (Kehandalan)	Skor				
	Indikator	SS	S	R	TS	STS

1	Karyawan di Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai cepat dalam melayani tamu					
2	Prosedur pelayanan atau pendaftaran konsumen baru tidak berbelit-belit					
3	Pelayanan yang diberikan oleh Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai sudah sesuai harapan/ memuaskan					

No	Variabel <i>Responsiveness</i> (Daya tanggap)	Skor				
	Indikator	SS	S	R	TS	STS
1	Karyawan dan Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai tanggap terhadap keluhan pelanggan					
2	Karyawan dan staf Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai selalu siap untuk membantu pelanggan/tamu					
3	Karyawan dan staf Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai cepat dalam menyelesaikan masalah					

No	Variabel <i>Assurance</i> (Jaminan)	Skor				
	Indikator	SS	S	R	TS	STS
1	Karyawan dan staf Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai ramah dalam melayani pelanggan / tamu					
2	Karyawan dan staf Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai mempunyai pengetahuan yang luas					

3	Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai menjamin keamanan dan kelancaran air					
---	--	--	--	--	--	--

No	Variabel Empathy (Kepedulian)	Skor				
	Indikator	SS	S	R	TS	STS
1	Karyawan memberikan kesungguhan dalam merespon permintaan konsumen					
2	Karyawan dan staf Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai mengerti keinginan pelanggan atau tamu					
3	Karyawan dan staf Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai mampu berkomunikasi dengan baik					

No	Variabel Kepuasan	Skor				
	Indikator	SS	S	R	TS	STS
1	Merasa nyaman pada saat petugas memberikan pelayanan					
2	Merasa yakin atas pelayanan yang diberikan oleh Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai					
3	Pelanggan mendapatkan informasi yang akurat.					
4	Merasa puas atas perhatian dan pelayanan yang diberikan oleh Kantor PDAM Tirta Kualo Kota Tanjungbalai					

LAMPIRAN B
TABULASI HASIL PENELITIAN

REKAPITULASI KOESIONER

RESPONDEN	Tangible				Reliability			Responsiveness			Assurance			Empathy			Kepuasan konsumen			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	3	4	4
2	3	5	4	3	4	2	5	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
3	2	3	3	2	3	4	3	2	4	3	2	2	2	3	4	3	3	4	3	4
4	4	2	5	3	4	3	5	5	4	5	5	5	5	3	3	5	3	3	5	4
5	2	4	4	2	2	2	3	5	5	4	3	3	3	4	5	4	4	5	4	4
6	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4
7	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	2	2	4	4	3	3	4	3	3	4
8	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3
9	5	3	4	2	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
10	5	2	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
11	4	3	3	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4
12	5	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3
13	4	3	3	3	4	5	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3
14	5	3	4	3	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
15	5	4	5	3	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4
16	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
17	4	3	3	2	3	4	4	5	4	5	5	5	5	3	4	3	3	4	3	3
18	4	5	2	4	4	5	4	3	4	3	2	2	4	3	3	4	3	4	4	3
19	2	3	3	3	3	4	4	4	4	5	3	3	3	4	5	3	2	5	3	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4
21	2	5	2	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	5	4	3	4
22	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
23	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	3	3	5	4	4
24	5	5	3	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3
25	4	3	4	2	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	4	4	2	2	4	5	3	3	3	5	5	5	5	4	4	3	5	4	3	3
27	2	3	3	2	4	4	3	5	4	5	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4
28	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4
29	4	4	2	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4
30	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4
31	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4
32	2	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4
33	5	5	4	3	2	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4
34	4	3	3	3	3	4	5	4	4	3	3	3	3	3	4	5	3	5	5	2
35	4	5	5	2	2	4	3	5	4	5	5	5	5	3	3	5	3	5	5	2
36	4	3	4	3	2	5	3	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3
37	5	5	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4

38	3	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4
39	5	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4
40	5	3	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
41	3	4	3	5	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
42	4	2	3	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
43	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
44	3	4	2	3	3	5	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3
45	4	3	3	3	2	3	5	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
46	3	4	5	3	2	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3
47	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	4	5	2	3	3	4	3	4	4	4	5	5	5	3	3	3	3	3	4
49	4	5	3	4	4	3	4	5	4	5	3	3	3	3	4	3	3	3	3
50	3	4	5	3	5	4	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3
51	4	4	2	4	4	3	4	4	4	5	3	3	3	4	4	3	4	4	3
52	5	5	3	5	5	4	2	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3
53	3	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3
54	4	4	2	5	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3
55	5	3	2	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4
56	3	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	5	4	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5
58	4	3	4	5	5	4	4	5	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4
59	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	3	3	3	4	4	3	4	4	3
60	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4
61	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5
62	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4
63	3	4	5	4	4	3	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	3	4	4
64	5	3	4	5	5	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
65	5	5	3	5	3	4	3	5	4	3	4	4	4	3	5	3	3	5	3
66	3	4	5	5	3	3	2	5	4	5	3	3	3	3	4	3	3	4	5
67	5	3	4	5	5	4	3	5	5	4	4	3	4	5	4	4	5	3	4
68	3	3	4	3	5	3	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
69	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	3	4	5	3	4
70	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3
71	3	2	4	3	4	3	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
72	3	2	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4
73	3	3	3	4	4	3	4	4	4	5	3	3	3	4	3	3	3	3	4
74	3	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
75	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	5	4	4	4	3	3	3	3	5
76	4	3	4	3	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
77	4	4	5	5	5	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4
78	4	5	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3

79	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	3	4	4
80	4	5	3	4	4	3	4	4	4	2	3	3	3	4	4	4	3	4	4
81	4	2	5	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	3	4	4
82	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5
83	3	4	3	4	5	4	4	2	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3
84	3	2	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	2	4	4	2	4	4
85	4	4	2	3	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	5	3	4
86	4	5	3	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	3	4	3	3	4	4
87	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
88	2	3	3	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3
89	3	3	4	3	4	4	5	5	4	2	2	2	2	4	3	3	4	4	3
90	3	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
91	3	3	5	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	3	4	4	3	5	4
92	3	2	4	4	4	4	5	4	5	3	3	3	3	4	4	3	5	4	3
93	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4
94	4	3	5	3	4	3	2	4	3	3	3	3	5	4	4	5	3	4	5
95	4	3	4	4	5	4	5	2	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3
96	4	5	4	4	4	3	4	3	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4
97	4	3	4	4	4	2	4	4	4	3	3	3	3	4	5	2	4	5	4
98	3	4	3	4	2	3	5	4	3	5	3	3	3	4	5	4	5	3	4
99	3	2	4	4	4	2	3	3	2	4	2	2	4	4	4	3	2	4	3
100	3	3	3	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	5

LAMPIRAN C
FREKUENSI GAMBARAN UMUM
RESPONDEN

FREKUENSI RESPONDEN

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid pria	63	63.0	63.0	63.0
wanita	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Umur Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid <18	5	5.0	5.0	5.0
19-30	43	43.0	43.0	48.0
31-50	52	52.0	52.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid PNS	31	31.0	31.0	31.0
pegawai swasta	33	33.0	33.0	64.0
wiraswasta	22	22.0	22.0	86.0
IRT	14	14.0	14.0	91.0
Total	100	100	100	100.0

LAMPIRAN D

FREKUENSI TANGGAPAN RESPONDEN

TABEL FREKUENSI TANGGAPAN RESPONDEN

1. Variabel Kualitas Layanan

a. Tangible (bukti fisik)

[1] bukti fisik 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	8	8.0	8.0	8.0
netral	27	27.0	27.0	35.0
setuju	46	46.0	46.0	81.0
sangat setuju	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

[2] bukti fisik 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	10	10.0	10.0	10.0
netral	36	36.0	36.0	46.0
setuju	34	34.0	34.0	80.0
sangat setuju	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

[3] bukti fisik 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	10	10.0	10.0	10.0
netral	29	29.0	29.0	39.0
setuju	48	48.0	48.0	87.0
sangat setuju	13	13.0	13.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

[4] bukti fisik 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	9	9.0	9.0	9.0
netral	32	32.0	32.0	41.0
setuju	46	46.0	46.0	87.0
sangat setuju	13	13.0	13.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

b. Reliability (kehandalan)

[1] kehandalan 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	8	8.0	8.0	8.0
netral	16	16.0	16.0	24.0
setuju	57	57.0	57.0	81.0
sangat setuju	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

[2] kehandalan 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	4	4.0	4.0	4.0
netral	29	29.0	29.0	33.0
setuju	51	51.0	51.0	84.0
sangat setuju	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

[3] kehandalan 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidak setuju	3	3.0	3.0	3.0
netral	25	25.0	25.0	28.0
setuju	57	57.0	57.0	85.0
sangat setuju	15	15.0	15.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

c. Responsiveness (daya tanggap)

[1] daya tanggap 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	4	4.0	4.0	4.0
netral	17	17.0	17.0	21.0
setuju	54	54.0	54.0	75.0
sangat setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

[2] daya tanggap 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
netral	23	23.0	23.0	24.0
setuju	62	62.0	62.0	86.0
sangat setuju	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

[3] daya tanggap 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	3	3.0	3.0	3.0
netral	21	21.0	21.0	24.0
setuju	51	51.0	51.0	75.0
sangat setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

d. Assurance (jaminan)

[1]jaminan 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	6	6.0	6.0	6.0
netral	39	39.0	39.0	45.0
setuju	49	49.0	49.0	94.0
sangat setuju	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

[2]jaminan 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	8	8.0	8.0	8.0
netral	44	44.0	44.0	52.0
setuju	41	41.0	41.0	93.0
sangat setuju	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

[3]jaminan 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
netral	37	37.0	37.0	39.0
setuju	56	56.0	56.0	95.0
sangat setuju	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

e. Emphaty (kepedulian)

[1]kepedulian 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
netral	33	33.0	33.0	34.0
setuju	61	61.0	61.0	95.0
sangat setuju	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

[2] kepedulian 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid netral	35	35.0	35.0	35.0
setuju	59	59.0	59.0	94.0
sangat setuju	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

[3] kepedulian 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid netral	49	49.0	49.0	49.0
setuju	48	48.0	48.0	97.0
sangat setuju	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

2. Variabel Kepuasan konsumen

a. kepuasan 1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	3	3.0	3.0	3.0
netral	40	40.0	40.0	43.0
setuju	42	42.0	42.0	85.0
sangat setuju	15	15.0	15.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

b. kepuasan 2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid netral	19	19.0	19.0	19.0
setuju	73	73.0	73.0	92.0
sangat setuju	8	8.0	8.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

c. kepuasan 3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid netral	36	36.0	36.0	36.0
setuju	57	57.0	57.0	93.0
sangat setuju	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

d. kepuasan 4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
netral	18	18.0	18.0	20.0
setuju	73	73.0	73.0	93.0
sangat setuju	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



LAMPIRAN E UJI VALIDITAS

HASIL UJI VALIDITAS

a. Tangible / bukti fisik (X1)

Correlations

		bukti fisik 1	bukti fisik 2	bukti fisik 3	bukti fisik 4	bukti fisik
bukti fisik 1	Pearson Correlation	1	.689**	.798**	.719**	.882**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
bukti fisik 2	Pearson Correlation	.689**	1	.767**	.852**	.915**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
bukti fisik 3	Pearson Correlation	.798**	.767**	1	.758**	.914**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
bukti fisik 4	Pearson Correlation	.719**	.852**	.758**	1	.917**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
bukti fisik	Pearson Correlation	.882**	.915**	.914**	.917**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

b. Reliability / kehandalan (X2)

Correlations

		kehandalan 1	kehandalan 2	kehandalan 3	Kehandalan
kehandalan 1	Pearson Correlation	1	.449**	.491**	.822**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
kehandalan 2	Pearson Correlation	.449**	1	.447**	.788**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
kehandalan 3	Pearson Correlation	.491**	.447**	1	.792**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
kehandalan	Pearson Correlation	.822**	.788**	.792**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

c. Responsiveness / daya tanggap (X3)

Correlations

		daya tanggap 1	daya tanggap 2	daya tanggap 3	daya tanggap
daya tanggap 1	Pearson Correlation	1	.375**	.638**	.841**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
daya tanggap 2	Pearson Correlation	.375**	1	.474**	.724**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
daya tanggap 3	Pearson Correlation	.638**	.474**	1	.877**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
daya tanggap	Pearson Correlation	.841**	.724**	.877**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

d. Assurance / jaminan (X4)

Correlations

		jaminan 1	jaminan 2	jaminan 3	jaminan
jaminan 1	Pearson Correlation	1	.563**	.442**	.836**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
jaminan 2	Pearson Correlation	.563**	1	.420**	.839**
	Sig. (1-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
jaminan 3	Pearson Correlation	.442**	.420**	1	.741**
	Sig. (1-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
jaminan	Pearson Correlation	.836**	.839**	.741**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

e. Emphaty / kepedulian (X5)

Correlations

		kepedulian 1	kepedulian 2	kepedulian 3	kepedulian
kepedulian 1	Pearson Correlation	1	.467**	.414**	.834**
	Sig. (1-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
kepedulian 2	Pearson Correlation	.467**	1	.179*	.731**
	Sig. (1-tailed)	.000		.038	.000
	N	100	100	100	100
kepedulian 3	Pearson Correlation	.414**	.179*	1	.697**
	Sig. (1-tailed)	.000	.038		.000
	N	100	100	100	100
kepedulian	Pearson Correlation	.834**	.731**	.697**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

f. Kepuasan konsumen (Y)

Correlations

		kepuasan 1	kepuasan 2	kepuasan 3	kepuasan 4	kepuasan konsumen
kepuasan 1	Pearson Correlation	1	.405**	.225*	.318**	.752**
	Sig. (1-tailed)		.000	.012	.001	.000
	N	100	100	100	100	100
kepuasan 2	Pearson Correlation	.405**	1	.228*	.474**	.717**
	Sig. (1-tailed)	.000		.011	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
kepuasan 3	Pearson Correlation	.225*	.228*	1	.296**	.614**
	Sig. (1-tailed)	.012	.011		.001	.000
	N	100	100	100	100	100
kepuasan 4	Pearson Correlation	.318**	.474**	.296**	1	.715**
	Sig. (1-tailed)	.001	.000	.001		.000
	N	100	100	100	100	100
kepuasan konsumen	Pearson Correlation	.752**	.717**	.614**	.715**	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).

LAMPIRAN F UJI RELIABILITAS

HASIL UJI RELIABILITAS

a. Tangible / bukti fisik (X1)

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	100	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.927	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
bukti fisik 1	10.9100	5.719	.790	.919
bukti fisik 2	11.0300	5.302	.839	.904
bukti fisik 3	11.0300	5.625	.847	.900
bukti fisik 4	11.0400	5.655	.852	.899

b. Reliability / kehandalan (X2)

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	100	100.0
Excludeda	0	.0
Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.719	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
kehandalan 1	7.6300	1.549	.552	.617
kehandalan 2	7.7100	1.723	.518	.655
kehandalan 3	7.6600	1.782	.552	.618

c. Responsiveness / daya tanggap (X3)

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	100	100.0
Excludeda	0	.0
Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.750	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
daya tanggap 1	7.8700	1.448	.603	.636
daya tanggap 2	7.9800	1.919	.469	.779
daya tanggap 3	7.8900	1.351	.679	.538

d. Assurance / jaminan (X4)

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	100	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.731	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
jaminan 1	7.1100	1.311	.603	.583
jaminan 2	7.1900	1.246	.584	.609
jaminan 3	7.0200	1.636	.487	.720

e. Emphaty / kepedulian (X5)

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	100	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.622	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
kepedulian 1	7.2500	.755	.574	.303
kepedulian 2	7.2400	.912	.387	.585
kepedulian 3	7.4100	.972	.346	.636

f. **Kepuasan Konsumen (Y)**

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	100	100.0
Excluded ^a	0	.0
Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.641	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
kepuasan 1	11.4500	1.523	.419	.593
kepuasan 2	11.2500	1.907	.512	.525
kepuasan 3	11.4300	2.005	.319	.639
kepuasan 4	11.2900	1.844	.485	.533

LAMPIRAN G UJI ASUMSI KLASIK

HASIL UJI ASUMSI KLASIK

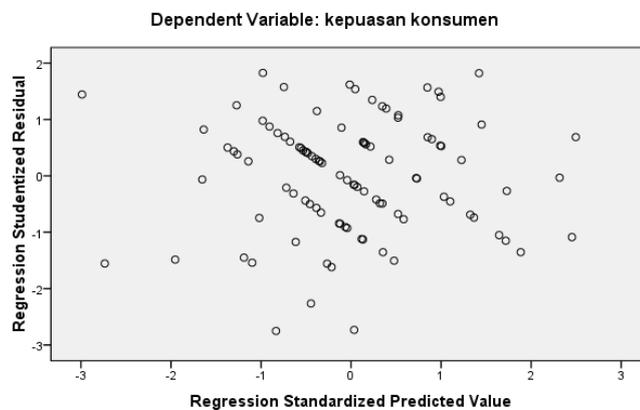
Hasil Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize d	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.748	1.341		2.050	.043		
	bukti fisik	.148	.043	.271	3.430	.001	.784	1.276
	Kehandalan	.183	.079	.197	2.318	.023	.677	1.477
	daya tanggap	.193	.072	.201	2.688	.008	.872	1.147
	Jaminan	.322	.081	.316	3.959	.000	.767	1.304
	Kepedulian	.218	.104	.165	2.095	.039	.783	1.278

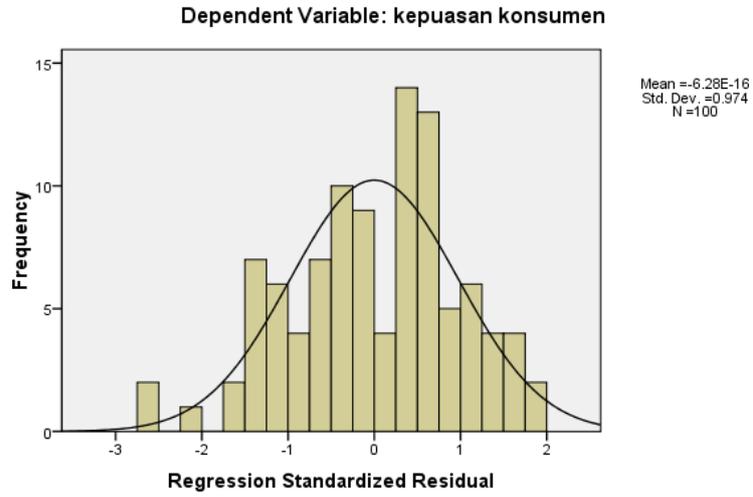
Hasil Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

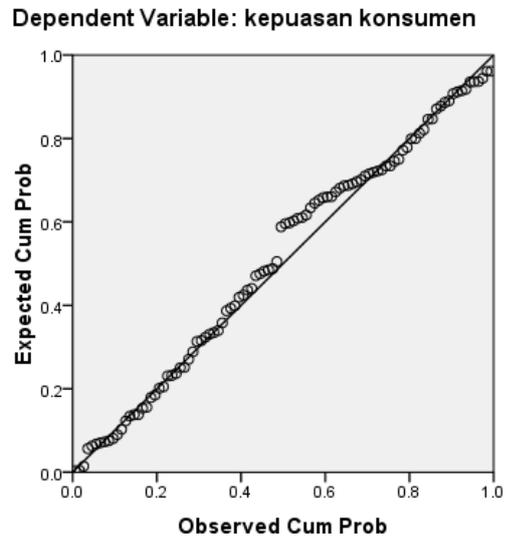


Hasil Uji Normalitas

Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



LAMPIRAN H

**UJI REGRESI, UJI F, UJI t, DAN KOEFISIEN
DETERMINASI**

HASIL REGRESI LINIER BERGANDA

Hasil Uji Regresi Linier Berganda dan Hasil Uji t

Variables Entere^d/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	kepedulian, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, kehandalan ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.748	1.341		2.050	.043		
	bukti fisik	.148	.043	.271	3.430	.001	.784	1.276
	kehandalan	.183	.079	.197	2.318	.023	.677	1.477
	daya tanggap	.193	.072	.201	2.688	.008	.872	1.147
	Jaminan	.322	.081	.316	3.959	.000	.767	1.304
	Kepedulian	.218	.104	.165	2.095	.039	.783	1.278

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	11.4036	18.2607	15.1400	1.25056	100
Std. Predicted Value	-2.988	2.495	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.131	.490	.278	.080	100
Adjusted Predicted Value	11.1778	18.3652	15.1392	1.25701	100
Residual	-3.18311	2.08443	.00000	1.15125	100
Std. Residual	-2.694	1.764	.000	.974	100
Stud. Residual	-2.750	1.826	.000	1.006	100
Deleted Residual	-3.40788	2.23280	.00077	1.22704	100
Stud. Deleted Residual	-2.853	1.849	-.002	1.016	100
Mahal. Distance	.222	16.008	4.950	3.366	100
Cook's Distance	.000	.126	.011	.018	100
Centered Leverage Value	.002	.162	.050	.034	100

a. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Hasil Uji F

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	154.827	5	30.965	22.183	.000a
Residual	131.213	94	1.396		
Total	286.040	99			

a. Predictors: (Constant), kepedulian, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, kehandalan

b. Dependent Variable: kepuasan konsumen

Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.736a	.541	.517	1.18147

- a. Predictors: (Constant), kepedulian, daya tanggap, jaminan, bukti fisik, kehandalan
b. Dependent Variable: kepuasan konsumen



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan Wiliem Iskandar Pasar V Medan Estate 20371
Telepon (061) 6615683-6622925 Faximili (061) 6615683
Website: www.febi.uinsu.ac.id

Nomor : B-1074/EB.V.2/PP.00.9/08/2018
Lamp : -
Hal : **Mohon Izin Riset**

09 Agustus 2018

Kepada Yth:
**Pimpinan PDAM Tirta Kualo
Tanjungbalai**

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Dengan hormat, sehubungan dengan penyelesaian skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara, dengan ini kami tugaskan mahasiswa:

Nama : **Suhailah**
NIM : 51144011
Tempat /Tgl. Lahir : Tanjungbalai, 12 Maret 1996
Sem/ Jurusan : VIII/Perbankan Syariah

untuk melaksanakan riset di **Instansi/ Lembaga** yang Bapak/Ibu Pimpin. Kami mohon kepada Bapak/Ibu kiranya dapat memberikan Izin riset kepada mahasiswa tersebut, guna memperoleh data-data serta informasi yang berhubungan dengan Skripsinya dengan judul: "**Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di PDAM Tirta Kualo Tanjungbalai**"

Demikian kami sampaikan, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terima kasih.

Wassalam

a.n. Dekan,
Wakil Dekan Bidang Akademik
dan Kelembagaan,



Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag
NIP. 19760428 200312 1 002

Tembusan:
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara

Medan, 09 Agustus 2018

Perihal: Surat Permohonan Izin Riset

Kepada Yth,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Medan

Assalamualaikum Wr.Wb

Dengan hormat saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Suhailah

NIM : 51144011

Tempat/tanggal lahir : Tanjungbalai, 12 Maret 1996

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis Islam

Jurusan : Ekonomi Islam

Semester : VIII

Mohon kepada Bapak Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sumatera Utara agar berkenan memberikan izin kepada saya untuk melakukan riset sebagai syarat untuk menyelesaikan skripsi.

Demikian surat permohonan ini saya ajukan, atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Hormat saya,

Pemohon



Suhailah

NIM : 51144011

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

I. IDENTITAS PRIBADI

1. Nama : SUHAILAH
2. NIM : 51144011
3. Tpt/Tgl Lahir : Tanjungbalai, 12 Maret 1996
4. Pekerjaan : Mahasiswi
5. Alamat : Jl. Sehat LK.III KEL.Sejahtera
KEC. Tanjungbalai utara



II. RIWAYAT PENDIDIKAN

1. Tamatan SD Negeri 132408 Tanjung balai, Berijazah Tahun 2008
2. Tamatan SMP Negeri 1 Tanjung balai, Berijazah Tahun 2011
3. Tamatan SMA Negeri 7 Tanjung balai, Berijazah Tahun 2014

III. RIWAYAT ORGANISASI

1. OSIS Bidang Kesenian SMA Negeri 7 Tanjungbalai (2009-2010)
2. Duta Putra (Parano) dan Putri (Daro) daerah kota Tanjungbalai (2012-2013)
3. Staff Bidang Keilmuan Himpunan Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam (2015- 2016)