

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEBIJAKAN
TARIF TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PERUSAHAAN UMUM DAERAH AIR
MINUM KOTA MAKASSAR**

SKRIPSI



**WARDIMAN SYARIF
NIM: 105721113818**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2022**

KARYA TUGAS AKHIR MAHASISWA

JUDUL PENELITIAN

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEBIJAKAN
TARIF TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PERUSAHAAN UMUM DAERAH AIR
MINUM KOTA MAKASSAR**

SKRIPSI

Disusun dan Diajukan Oleh:

WARDIMAN SYARIF
NIM:105721113818

*Untuk Memenuhi Persyaratan Guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar*

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
MAKASSAR
2022**

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

“Jika orang lain bisa, maka saya juga bisa”

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT atas Ridho-nya serta karunianya sehingga skripsi ini telah terselesaikan dengan baik.

Alhamdulillah Rabbil’alamin

Dengan segala kerendahaan hati kupersembahkan Karya ilmiah kepada kedua orang tuaku tercinta atas segala doa dan pengorbanan beliau. Keluarga dan sahabat – sahabatku yang senantiasa kebersamai serta membantu dengan tulus ikhlas baik moril maupun materi untuk keberhasilan penulis.



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 (0411) 866972 Makassar



HALAMAN PERSETUJUAN

Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kebijakan Tarif Terhadap
Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Umum Daerah Air Minum
Kota Makassar

Nama Mahasiswa : WARDIMAN SYARIF

NIM : 105721113818

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa, dan diujikan didepan panitia penguji skripsi strata satu (S1) pada tanggal 10 Desember 2022 di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 16 Jumadil Awal 1444 H
10 Desember 2022 M

Menyetujui

Pembimbing I

Drs. Asdi, MM
NIDN: 0026126103

Pembimbing II

Asdar, SE., M.Si
NIDN: 0903039102

Mengetahui

Dekan



Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 651 507

Ketua Program Studi Manajemen

Nasrullah, S.E., M.M
NBM: 115 1132



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 (0411) 866972 Makassar

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama : WARDIMAN SYARIF, Nim : 105721113818 diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor :0020/SK-Y/61201/091004/2022 M, Tanggal 16 Jumadil Awal 1444 H/ 10 Desember 2022 M. Sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Manajemen** pada Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 16 Jumadil Awal 1444 H
10 Desember 2022 M

PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag
(Rektor Unismuh Makassar)
2. Ketua : Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
(Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
3. Sekretaris : Agusdiwana Suarni, SE., M.ACC
(Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)
4. Penguji : 1. Drs.Asdi, MM
2. Dr.Buyung Romadhoni,SE.,M.Si
3. Sherry Adelia,SE.,M.Mktg
4. Aulia,S.IP.,M.Si.M

Disahkan Oleh,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Makassar



Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 651 507



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt. 7 (0411) 866972 Makassar

SURAT PERNYATAAN KEABSAHAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : WARDIMAN SYARIF
Stambuk : 105721113818
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kebijakan Tarif Terhadap
Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Umum Daerah Air Minum
Kota Makassar

Dengan ini menyatakan bahwa:

***Skripsi yang saya ajukan di depan Tim Penguji adalah ASLI hasil karya sendiri,
bukan hasil jiplakan dan tidak dibuat oleh siapa pun.***

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan saya bersedia menerima sanksi apabila pernyataan ini tidak benar.

Makassar, 10 Desember 2022

Yang Membuat Perjanjian,



WARDIMAN SYARIF

NIM: 105721113818

Diketahui Oleh:

Dekan



Dr. H. Andi Jam'an, S.E., M.Si
NBM: 651 507

Ketua Program Studi Manajemen



Nasrullah, S.E., M.M
NEM: 115 1132

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji dan Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat dan hidayah yang tiada henti diberikan kepada hamba-Nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada Rasulullah Muhammad SAW beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakala penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kebijakan Tarif Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar”**

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis bapak **Syarifuddin** dan Ibu **Nurbaiti** yang senantiasa memberi harapan, semangat, perhatian, kasih sayang dan doa tulus. Dan saudara-saudaraku tercinta yang senantiasa mendukung dan memberikan semangat hingga akhir studi ini. Dan seluruh keluarga besar atas segala pengorbanan, serta dukungan baik materi maupun moral, dan doa restu yang telah diberikan demi keberhasilan penulis dalam menuntut ilmu. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah dan cahaya penerang kehidupan di dunia dan di akhirat.

Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Begitu pula

penghargaan yang setinggi-tingginya dan terima kasih banyak disampaikan dengan hormat kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse, M.Ag, Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar.
2. Dr. H. Andi Jam'an, SE., M.Si, Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Makassar.
3. Bapak Nasrullah SE., MM, selaku ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Drs. Asdi MM, selaku pembimbing I yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi selesai dengan baik.
5. Bapak Asdar, SE., M.Si. selaku pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/ibu dosen dan asisten dosen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama kuliah.
7. Segenap staf dan karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Terima kasih kepada Salfa annisa yang telah mendukung saya dari awal hingga akhir dalam penyusunan skripsi ini, terkhususnya kepada kedua orang tua saya yang telah memberikan dukungan baik berupa materi maupun non materi. Dukungan berupa penyemangat dan doa yang tak terhingga untuk penulis.

9. Bapak/ibu pegawai pada Perusahaan Umum Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar.
10. Rekan-rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen angkatan 2018 yang selalu belajar Bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
11. Terima kasih kepada teruntuk semua kerabat yang tidak bisa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulisan skripsi ini.

Akhirnya, sungguh penulis sangat menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, kepada semua pihak utamanya para pembaca yang budiman, penulis senantiasa mengharapkan saran dan kritiknya demi kesempurnaan skripsi ini.

Mudah-mudahan skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada almamater tercinta kampus biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

Billahi fii sabilil Haq, Fastabiqul khairat, waassalamu'alaikum Wr.Wb

Makassar, Agustus 2022

Wardiman syarif

ABSTRAK

Wardiman Syarif, 2022. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kebijakan Tarif Terhadap Kepuasan Pelanggan di Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar. Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh Pembimbing I Asdi dan Pembimbing II Asdar.

Penelitian ini bertujuan untuk 1) Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar, 2) Untuk mengetahui pengaruh kebijakan tarif terhadap kepuasan pelanggan di Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar, 3) Untuk mengetahui pengaruh simultan kualitas pelayanan dan kebijakan tarif terhadap kepuasan pelanggan di Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner. Teknik analisis data menggunakan uji regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) kualitas pelayanan dan kebijakan tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar di mana koefisien variabel sebesar 0,134 dengan nilai signifikan sebesar 0,005 ($0,005 < 0,05$). 2) Kebijakan tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada kantor perusahaan Daerah Air Minum Kota Makassar di mana koefisien variabel sebesar 0,322 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ($0,00 < 0,05$).

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kebijakan Tarif dan Kepuasan

ABSTRACT

Wardiman Syarif, 2022. The Influence of Service Quality and Tariff Policy on Customer Satisfaction in Regional Public Water

**Company Makassar City. Thesis of Management Study Program,
Faculty of Economics and Business, University of
Muhammadiyah Makassar. Supervised by Supervisor I Asdi and
Supervisor II Asdar.**

This study aims to 1) To determine the effect of service quality on customer satisfaction at the Regional Public Water Company of Makassar City, 2) To determine the effect of tariff policy on customer satisfaction at the Regional Public Water Company of Makassar City, 3) To determine the effect of the stimulant on service quality. and tariff policies on customer satisfaction at the Regional Public Water Company of Makassar City. The type of research used in this research is quantitative with a sample of 100 respondents. Data collection techniques using a questionnaire technique. The data analysis technique used multiple linear regression test. The results showed that: 1) service quality and tariff policy had a positive and significant effect on customer satisfaction at the Makassar City Public Water Company Office where the variable coefficient was 0.134 with a significant value of 0.005 ($0.005 < 0.05$). 2) Tariff policy has a positive and significant effect on customer satisfaction at the Makassar Makassar City Regional Drinking Water Company office where the variable coefficient is 0.322 with a significant value of 0.000 ($0.00 < 0.05$).

Keywords: Service Quality, Tariff Policy and Satisfaction

DAFTAR ISI

SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii

MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
A. Tinjauan Teori	7
1. Konsep Manajemen Pemasaran.....	7
2. Konsep Kualitas Pelayanan.....	10
3. Konsep Kebijakan Tarif.....	16
4. Konsep Kepuasan Pelanggan.....	22
B. Tinjauan Empiris.....	26
C. Kerangka Pikir.....	29
D. Hipotesis	31
BAB III METODE PENELITIAN.....	32
A. Jenis Penelitian	32
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	32
C. Jenis dan Sumber Data	33
D. Populasi dan Sampel.....	33
E. Metode Pengumpulan Data	35
F. Definisi Operasional Variabel	35
G. Metode Analisis Data.....	38
H. Uji Hipotesis	41
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	43
A. Gambaran Umum Objek Penelitian.....	43

B. Hasil Penelitian.....	56
C. Pembahasan.....	72
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	76
A. Kesimpulan.....	76
B. Saran.....	76
DAFTAR PUSTAKA.....	79
LAMPIRAN.....	81



DAFTAR TABEL

Nomor	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	26

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	57
Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur	57
Tabel 4.3 Responden Berdasarkan profesi	58
Table 4.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X1)...	59
Table 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kebijakan Tarif (X2)	60
Table 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan pelanggan (Y)..	61
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas.....	62
Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1)	63
Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Kebijakan Tarif (X2)	64
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)	64
Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas	67
Tabel 4.12 Uji Regresi Linear Berganda	68
Tabel 4.13 Hasil Analisis koefisien Determinasi.....	69
Tabel 4.14 Hasil Uji F	70
Tabel 4.15 Hasil Uji t.....	71



DAFTAR GAMBAR

Nomor	Halaman
Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir	30

Gambar 4.4 Hasil Uji Normalitas.....	85
Gambar 4.5 Hasil Uji Heterokedastisitas	86



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Air merupakan komponen utama yang paling dekat dengan manusia. Hal ini dikarenakan air merupakan kebutuhan dasar dalam keberlanjutan kehidupan manusia dari masa ke masa. Oleh karenanya, air harus selalu tersedia dalam jumlah dan kualitas yang memadai. Selain sebagai sumber daya alam, air juga menjadi komponen ekosistem yang sangat penting bagi kehidupan manusia maupun makhluk hidup lainnya.

Air memiliki suatu peranan yang sangat penting dalam mendukung kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat. Ketersediaan air yang memadai akan mendorong perkembangan pada sektor pembangunan di masyarakat. Berdasarkan UUD 45 pasal 33 dinyatakan antara lain bahwa bumi, air dan seluruh kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh Negara untuk kemakmuran rakyat. Pasal ini menjadik landasan filosofis dalam menentukan metode pengelolaan sumber daya alam, termasuk sumber daya air, dalam kehidupan bernegara.

Perusahaan air minum ialah perusahaan yang memberikan pelayanan jasa penyediaan air kepada masyarakat. Berdasarkan Undang-undang No. 23 Pasal 1 ayat 5 Tahun 2014 Terkait dengan Urusan Pemerintahan dinyatakan bahwa kekuasaan pemerintahan menjadi kewenangan Presiden yang pelaksanaannya dilakukan oleh kementerian negara dan penyelenggara Pemerintahan Daerah untuk melindungi,

melayani, memberdayakan, dan menyejahterakan masyarakat. Urusan pemerintah di bidang pekerjaan umum dilimpahkan kepada daerah, sehingga pelayanan air minum diserahkan kepada Pemerintah Daerah. Selanjutnya, melalui peraturan daerah pelaksanaannya akan diserahkan kepada seluruh instansi.

Pasal 10 UU No. 22 tahun 1999 tentang pemerintah daerah menyatakan bahwa masing-masing daerah memiliki kewenangan untuk mengelola sumber regional yang tersedia di wilayahnya dan memiliki bertanggung jawab untuk memelihara kelestarian lingkungan berdasarkan peraturan perundang-undangan. Kebutuhan masyarakat akan air minum secara umum dipenuhi oleh PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum). Sehingga, perusahaan harus mampu memenuhi kebutuhan dan memberikan kepuasan pelanggan agar dapat mengetahui apa yang diperlukan pasar.

PDAM adalah salah satu Badan Usaha Milik Daerah (BUMN) yang bergerak dalam menyalurkan kebutuhan air bersih kepada masyarakat yang membutuhkan. PDAM merupakan perusahaan daerah sebagai penyedia air bersih yang diawasi dan dimonitor oleh eksekutif maupun legislatif. PDAM sebagai perusahaan daerah diberi tanggung jawab untuk mengembangkan dan mengelola sistem penyediaan air bersih serta melayani semua kelompok konsumen dengan harga yang terjangkau.

Kota Makassar memiliki PDAM yang bergerak di bidang jasa penyediaan air bersih. Salah satu tujuan dibentuknya PDAM Kota Makassar adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan air bersih yang meliputi penyediaan, pengembangan, pelayanan sarana dan

prasarana serta distribusi air bersih, sedangkan tujuan lainnya adalah ikut serta mengembangkan perekonomian guna menunjang pembangunan daerah dengan memperluas lapangan pekerjaan, serta mencari laba sebagai sumber utama pembiayaan daerah. Namun saat ini di mana PDAM Kota Makassar genap berusia 102 tahun, masih ditemui banyaknya masalah yang dihadapi oleh PDAM. Berdasarkan pada observasi awal yang telah dilakukan peneliti, pihak Humas PDAM Kota Makassar mengemukakan bahwa hingga saat ini masih terdapat banyak keluhan dari masyarakat mengenai kinerja PDAM. Salah satu keluhan masyarakat tersebut ialah pelayanan, seringnya air tidak mengalir dan harga/tarif yang tidak terjangkau.

Menurut Kotler (2008), pelayanan merupakan setiap kegiatan yang menguntungkan dalam kumpulan atau kesatuan, dan memberikan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik. Selain itu, Sampara menyatakan bahwa pelayanan merupakan suatu kegiatan yang terjadi pada interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Oleh karenanya, apakah pelayanan dalam bidang lain seperti pelayanan dalam pembayaran loket, pengaduan gangguan, pemasangan baru atau pembacaan meteran yang dilakukan PDAM dapat terlaksana dengan baik. Pada pelayanan publik, Sistem PDAM ialah salah satu bentuk pelayanan publik di mana sistem penyediaan air minum ini mempertimbangkan konsep 4 K, yaitu kualitas air

yang dihasilkan memenuhi syarat Permenkes No.429/Menkes/2010 tentang persyaratan kualitas air minum.

Kepuasan Pelanggan adalah aspek yang dapat menjadi indikator keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Kepuasan pelanggan ini pula yang menjadi tolak ukur baik buruknya tanggapan pelanggan terhadap masa depan bisnis perusahaan. Rasa puas atau tidaknya pelanggan terhadap suatu layanan bergantung pada respon terhadap harapan sebelumnya dan realita aktual produk yang dirasakan setelah penggunaan. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa pelanggan merupakan satu alasan kuat sebuah organisasi perusahaan dapat tetap eksis berdiri dan beroperasi. Kotler, (2001) menyatakan bahwa kepuasan konsumen ialah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa.

Tarif atau harga adalah faktor lain yang dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Harga merupakan sejumlah uang atau jasa, atau nilai dari konsumen yang diberikan untuk mendapatkan suatu manfaat, kepemilikan atau penggunaan suatu produk atau jasa. Tingkat harga merupakan salah satu indikator dari kualitas produk yang ditawarkan. Persepsi umum masyarakat terkait dengan harga atau tarif yakni semakin tinggi harga suatu produk maka umumnya kualitas produk yang ditawarkan juga tinggi, sebaliknya semakin rendah harga, maka semakin rendah pula kualitas produk. Hal ini menunjukkan bahwa harga

sangat berperan penting terhadap produk dan kepuasan pelanggan atau konsumen.

Kepuasan pelanggan menjadi perhatian utama setiap perusahaan dalam mengembangkan bisnisnya, tak terkecuali Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar. Perlu diketahui pengaruh dari kualitas pelayanan serta kebijakan tarif terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Makassar. Oleh karena itu, penulis hendak melakukan penelitian yang berjudul: **“Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kebijakan Tarif Terhadap Kepuasan Pelanggan di PDAM Kota Makassar”**.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah di paparkan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar?
2. Apakah kebijakan tarif berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar?
3. Apakah kualitas pelayanan dan kebijakan tarif berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah di paparkan sebelumnya, maka tujuan penelitian dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar.
2. Untuk mengetahui pengaruh kebijakan tarif terhadap kepuasan pelanggan di Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar.
3. Untuk mengetahui pengaruh stimultan kualitas pelayanan dan kebijakan tarif terhadap kepuasan pelanggan di Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu memberi pengetahuan dan pengalaman dalam melakukan riset terutama dalam bidang manajemen pemasaran.

b. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pemikiran dan landasan dalam mengoreksi tingkat pelayanan bagi pihak Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas tentang kualitas pelayanan publik serta permasalahan kebijakan tarif pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar, sehingga dapat menjadi tolak ukur dalam perumusan kebijakan guna untuk meningkatkan kinerja serta kepuasan pelanggan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori

1. Konsep Manajemen Pemasaran

a. Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan aktivitas penting bagi perusahaan dan merupakan sistem keseluruhan dari kegiatan usaha. Pemasaran tidak hanya berorientasi pada kegiatan menjual produk saja namun pemasaran memiliki tujuan yang lebih luas yaitu untuk merencanakan produk, menentukan harga, mempromosikan, dan mendistribusikan barang atau jasa. Pemasaran merupakan ujung tombak keberhasilan perusahaan dalam mendapatkan laba melalui aktivitas penjualan barang atau jasa yang dihasilkan perusahaan.

Kegiatan utama yang dilakukan setiap pelaku bisnis dalam mempertahankan keberlangsungan hidup usahanya adalah memasuki sebuah pasar, dengan cara memasarkan suatu produk. Keberhasilan setiap pelaku bisnis tergantung bagaimana cara atau strategi yang diterapkan perusahaan dalam memasarkan produknya, agar dapat mencapai tujuan yang diharapkan. Kegiatan pemasaran berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan dan keinginan banyak orang, maka dari itu produsen harus memberikan kualitas yang diharapkan oleh konsumen untuk mendapatkan manfaat yang sama dengan pengorbanannya agar terpenuhi kebutuhannya.

Menurut *American Marketing Association* (AMA) dalam Kotler dan Keller (2009), Pemasaran merupakan suatu aktivitas dan sistem di dalam suatu perusahaan atau produsen untuk memberikan kualitas kepada konsumen agar memperoleh keuntungan, dengan cara menciptakan suatu produk, menginformasikan kepada konsumen secara langsung maupun secara tidak langsung tentang suatu produk yang akan produsen jual, dan memberikan kesenangan kepada pelanggan.

Menurut Kotler dan Armstrong (2012) pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dimana individu atau kelompok mendapatkan sesuatu yang dibutuhkan dan diinginkan melalui penciptaan dan penukaran suatu produk dengan pihak lain yang saling membutuhkan. Pemasaran merupakan sistem yang secara menyeluruh merupakan aktivitas dari suatu usaha yang diarahkan untuk mengatur, memutuskan suatu harga, memasarkan dan menyalurkan barang ataupun jasa yang memenuhi kebutuhan baik untuk pembeli yang ada maupun pembeli potensial.

Berdasarkan definisi di atas dapat diketahui bahwa pemasaran bukan hanya kegiatan berjualan atau menindahkan produk dari produsen kepada konsumen atau satu pihak ke pihak lainnya. Pemasaran merupakan suatu proses sosial dan manajerial dari individu atau kelompok untuk memenuhi kebutuhan manusia melalui serangkaian proses mulai dari identifikasi kebutuhan konsumen, penciptaan barang atau jasa, pengembangan barang dan jasa, penentuan harga, promosi, dan distribusi. Sehingga dengan

dilaksanakannya proses pemasaran yang tepat diharapkan adanya proses pertukaran nilai (transaksi jual beli) yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan perusahaan tentu akan mendapatkan timbal balik berupa laba yang meningkat dan kepuasan dari konsumen karena konsumen merasa produk yang ditawarkan sudah bisa memenuhi kebutuhan dari konsumen.

b. Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran pada dasarnya merupakan suatu kegiatan penyusunan dan penerapan terhadap rencana-rencana di suatu perusahaan. Dalam membuat perencanaan sangat dibutuhkan keahlian untuk menentukan strategi dan perencanaan yang tepat. Peran manajemen pemasaran di suatu perusahaan sangat penting. Diantaranya, mempersiapkan suatu produk yang lebih inovatif dan menyeleksi pangsa pasar yang sesuai dengan yang diharapkan oleh perusahaan serta mempromosikan produk baru tersebut pada calon pembeli.

Menurut Tjiptono (2011:2), Manajemen pemasaran adalah suatu teknik yang secara keseluruhan merupakan kegiatan bisnis yang dipersiapkan untuk menyusun, menentukan harga, serta menyalurkan suatu produk, jasa dan ide yang bisa memenuhi kebutuhan pasar sasaran sehingga tercapai tujuan perusahaan tersebut.

Pengertian lain juga dikemukakan oleh Assauri (2013:12), yang menyatakan bahwa Manajemen pemasaran merupakan suatu aktivitas penjabaran, persiapan, pelaksanaan, dan penerapan suatu

rencana yang dilakukan demi menciptakan, menyusun, dan menjaga keuntungan dari pertukaran dengan tujuan pasar untuk mencapai misi di perusahaan dalam jangka panjang. “(*Marketing Manajement is the planning, direction and control of the entire marketing activity of a firm or division of a firm*) 10 manajemen pemasaran ialah merencanakan, pengarahannya dan pengawasan seluruh kegiatan pemasaran (Shultz dalam Manap, 2016:79)”.

Berdasarkan definisi diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran merupakan suatu keterampilan atau seni untuk menentukan pasar sasaran, dengan cara menyusun, menentukan harga, dan menyalurkan suatu produk terhadap pasar sasaran untuk mencapai tujuan di dalam organisasi atau perusahaan dalam jangka waktu panjang.

Menurut Rangkuti (2010:105) manajemen dalam pemasaran memiliki tiga tugas pokok, yaitu:

1. Menyusun strategi atau cara secara umum di dalam perusahaan.
2. Mengadakan strategi tersebut.
3. Melaksanakan penilaian, menganalisis, dan memperhatikan strategi tersebut dalam pelaksanaannya (untuk menilai hasil dan kekeliruan serta untuk mengatur kegiatan).

2. Konsep Kualitas Pelayanan

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam kumpulan atau kesatuan, dan memberikan kepuasan meskipun

hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik. Pelayanan merupakan suatu kegiatan yang terjadi pada interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan (Kotler, 2008).

Kualitas pelayanan secara keseluruhan ditentukan oleh kesesuaian keinginan yang dihasilkan dari perbandingan keinginan dan kinerja yang di rasakan konsumen (Model Oliver, 1993 dalam Lena Ellitan dan Lina Anatan, 2007:183). Kualitas pelayanan merupakan aspek penting bagi perkembangan perusahaan. Saat ini, sebagian besar konsumen mulai menjadikan kualitas sebagai parameter utama dalam menjatuhkan pilihan terhadap suatu produk/ layanan. Lebih dari itu, kualitas seringkali menjadi saran promosi yang secara otomatis mampu menaikkan/ menurunkan nilai jual produk perusahaan. (Hana Catur Wahyuni, Wiwik Sulistiowati, dan Muhammad khamim, 2015:3).

b. Aspek Penting Kualitas Pelayanan

Beberapa aspek menjadi perhatian penting dalam kualitas pelayanan, antara lain:

1. Memahami kebutuhan konsumen dan dapat mengidentifikasi kebutuhan konsumen.
2. Perusahaan melayani kebutuhan konsumen yang sama, kebutuhan konsumen yang beragam, dan kebutuhan konsumen yang bergantung pada situasi.
3. Untuk mengetahui seberapa besar keunggulan kompetitif dibandingkan perusahaan pesaingnya.

4. Mempermudah konsumen dalam mendefinisikan target dalam proses penyelesaian masalah dalam pembelian.
5. Mampu menyediakan produk atau jasa yang diinginkan konsumen.
6. Mengelola stratifikasi pelayanan dan perubahan dalam situasi pelayanan

c. Faktor-Faktor Penentu Peningkatan Kualitas Pelayanan

Faktor – faktor penentu kesuksesan dalam peningkatan kualitas pelayanan antara lain :

1. Mendengarkan suara pelanggan

Dengan mendengarkan suara pelanggan secara sistematis akan membantu perusahaan dalam mengarahkan pembuatan keputusan yang berhubungan dengan atribut pelayanan dan memperbaiki system pelayanan perusahaan yang kurang baik.

2. Memberikan pelayanan yang handal

Agar perusahaan mampu memahami dan memenuhi apa yang diharapkan pelanggan, diperlukan suatu kerangka kerja yang membantu perusahaan dalam mendefinisikan keinginan pelanggan.

3. Memberikan pelayanan yang mendasar

Pelanggan mengharapkan pelayanan yang fundamental dan berkinerja tinggi dan bukanlah khayalan atau sekedar janji – janji manis penyedia layanan.

4. Desain pelayanan

Kesalahan desain pada satu atau beberapa system pelayanan dapat mempengaruhi kualitas pelayanan.

5. Pemulihan

Perusahaan mampu memulihkan kepercayaan pelanggan jika terjadi maslah – masalah dalam system pelayanan.

6. *Surprising customer*

Memberikan surprise bagi pelanggan dengan kecepatan penyampaian yang handal, kesopanan, keramahan, kompetensi, komitmen atau pemahaman karyawan.

7. *Fair play*

Memberikan pelayanan kepada pelanggannya seperti yang diharapkan dan dijanjikan kepada pelanggan.

8. *Team work*

Perusahaan harus secara aktif bekerja dengan teamwork yang melibatkan orang – orang dari berbagai bidang fungsional.

9. *Employee research*

Karyawan dapat memberikan ide – ide atau pandangan – pandangan mengenai kondisi – kondisi yang diperkirakan bisa menurunkan kualitas pelayanan organisasi.

10. *Servant leadership*

Tipe kepemimpinan khusus yang diperlukan merupakan pemimpin atau manajer yang mampu melayani, membantu para pekerja, dan mengarahkan pekerja untuk mencapai tujuan – tujuan yang ditetapkan (Lena Ellitan dan Lina Anatan 2007:195).

d. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Lupiyoadi (2013) menyederhanakan sepuluh dimensi factor di atas menjadi lima indikator pokok yang dikenal dengan *SERQUAL* (*service quality*) yang terdiri dari:

- 1) Bukti fisik (*tangibles*) yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan yang dapat diandalkan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan salah satu cara perusahaan jasa dalam menyajikan kualitas layanan terhadap pelanggan. Diantaranya meliputi fasilitas fisik (gedung, buku, rak buku, meja dan kursi, dan sebagainya), teknologi (peralatan dan perlengkapan yang dipergunakan), serta penampilan pegawai.
- 2) Keandalan (*reliability*) adalah kemampuan perusahaan memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang tercermin dari ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.
- 3) Daya tanggap (*responsiveness*) adalah kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat dan tepat dengan penyampaian informasi yang jelas. Mengabaikan dan membiarkan pelanggan menunggu tanpa alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negative dalam kualitas pelayanan.
- 4) Jaminan (*assurance*) adalah pengetahuan, kesopan-santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa

percaya para pelanggan kepada perusahaan. Hal ini meliputi beberapa komponen, antara lain:

- a. Komunikasi (*communication*), yaitu secara terus menerus memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa dan penggunaan kata yang jelas sehingga para pelanggan dapat dengan mudah mengerti apa yang diinformasikan pegawai serta dengan cepat dan tanggap menyikapi keluhan dan komplain dari para pelanggan.
- b. Kredibilitas (*credibility*), perlunya jaminan atas suatu kepercayaan yang diberikan kepada pelanggan, *believability* atau sifat kejujuran, menanamkan kepercayaan, memberikan kredibilitas yang baik bagi perusahaan pada masa yang akan datang.
- c. Keamanan (*security*), adanya suatu kepercayaan yang tinggi dari pelanggan akan pelayanan yang diterima. Tentunya pelayanan yang diberikan mampu memberikan suatu jaminan kepercayaan.
- d. Kompetensi (*competence*) yaitu keterampilan yang dimiliki dan dibutuhkan agar dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dapat dilaksanakan dengan optimal.
- e. Sopan santun (*courtesy*), dalam pelayanan adanya suatu nilai moral yang dimiliki oleh perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Jaminan akan kesopan-santunan yang ditawarkan kepada pelanggan sesuai dengan kondisi dan situasi yang ada.

- 5) Empati (*empathy*) yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada pelanggan

dengan berupaya memahami keinginan konsumen dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki suatu pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi pelanggan.

3. Konsep Kebijakan Tarif

a. Pengertian Harga

Perusahaan atau produsen baik yang memprioritaskan keuntungan atau tidak pasti akan tetap dihadapkan pada penetapan suatu harga pada produk yang telah dihasilkan dari perusahaannya tersebut. Sebelum produsen menetapkan suatu harga maka perusahaan tersebut harus merumuskan terlebih dahulu berapa harga yang akan ditetapkan.

Buchari Alma mengatakan bahwa dalam teori ekonomi, pengertian harga, nilai dan utility merupakan konsep yang paling berhubungan. Yang dimaksud dengan utility ialah suatu atribut yang melekat pada suatu barang, yang memungkinkan barang tersebut dapat memenuhi kebutuhan (*needs*), keinginan (*wants*) dan memuaskan konsumen (*satisfaction*). Terdapatnya value yang merupakan nilai suatu produk untuk ditukarkan dengan produk lain. Nilai ini dapat dilihat dalam situasi barter yaitu pertukaran antara barang dengan barang. Sekarang ini ekonomi kita tidak melakukan barter lagi, akan tetapi sudah menggunakan uang sebagai ukuran yang disebut harga. Maka harga merupakan sejumlah uang yang digunakan untuk menilai dan mendapatkan produk maupun jasa yang dibutuhkan oleh konsumen.

Menurut Tjiptono (2009) agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Di samping itu harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat *fleksibel*, artinya dapat diubah dengan cepat. Harga memiliki fungsi utama dalam suatu proses pengambilan keputusan:

- 1) Fungsi alokasi harga, merupakan salah satu fungsi dari harga yang dapat membantu para calon pembeli dalam memutuskan untuk membeli agar mendapatkan manfaat yang sama dengan pengorbanannya.
- 2) Fungsi informasi dari harga, merupakan fungsi harga yang mengarahkan konsumen tentang apa saja faktor-faktor dari suatu produk. Semua itu bermanfaat dimana saat pembeli mengalami masalah dalam menilai berbagai faktor dari suatu produk atau manfaatnya secara adil. *Persepsi* yang sering muncul dalam diri konsumen adalah harga yang mahal itu mencerminkan kualitas yang tinggi juga, sehingga konsumen menilai harga yang konstan sesuai dengan kualitas produk maupun jasa yang ditetapkan.

b. Tahap-Tahap Penetapan Harga

Penetapan harga selalu menjadi masalah bagi setiap perusahaan karena penetapan harga ini bukanlah kekuasaan atau kewenangan yang mutlak dari seorang pengusaha ataupun pihak perusahaan.

Penetapan harga dapat menciptakan hasil penerimaan penjualan dari produk yang dihasilkan dan dipasarkan. Meskipun penetapan harga merupakan hal yang penting, namun masih banyak perusahaan yang kurang sempurna dalam menangani permasalahan penetapan harga tersebut. Karena menghasilkan penerimaan penjualan, maka harga mempengaruhi tingkat penjualan, tingkat keuntungan, serta share pasar yang dapat dicapai perusahaan.

Dalam penetapan harga yang harus diperhatikan adalah faktor yang mempengaruhinya, baik langsung maupun tidak langsung:

- a) Faktor yang secara langsung adalah harga bahan baku, biaya produksi, biaya pemasaran, peraturan pemerintah, dan faktor lainnya.
- b) Faktor yang tidak langsung namun erat dengan penetapan harga adalah antara lain yaitu harga produk sejenis yang dijual oleh para pesaing, pengaruh harga terhadap hubungan antara produk substitusi dan produk komplementer, serta potongan untuk para penyalur dan konsumen.

Yang harus diperhatikan oleh manajemen pemasaran dapat dialihkan kepada prosedur penentuan harga yang ditawarkan. Apabila dalam sebuah perusahaan tidak memiliki prosedur yang sama dalam menentukan atau menetapkan harga dimana menurut Wiliam J. Stanton bahwa penetapan harga memiliki lima tahap yaitu:

- 1) Mengestimasi untuk permintaan barang

Pada tahap ini seharusnya perusahaan dapat mengestimasi permintaan barang atau jasa yang dihasilkan secara total yang

akan memudahkan perusahaan dalam melakukan penentuan harga terhadap permintaan barang yang ada dibandingkan dengan permintaan barang baru.

2) Mengetahui terlebih dahulu reaksi dalam persaingan
Kebijaksanaan yang dilakukan oleh perusahaan dalam penentuan harga harus mempertimbangkan kondisi persaingan barang yang terdapat di pasar serta sumber-sumber penyebab lainnya. Seperti

3) Barang lain yang dihasilkan oleh perusahaan lain yang sama-sama menginginkan uang konsumen. Dalam menentukan sebuah pangsa pasar yang dapat diharapkan oleh kalangan perusahaan yang ingin bergerak maju lebih cepat dan tentu selalu mengharapkan market share yang lebih besar. Memang harus disadari bahwa untuk mendapatkan market share yang lebih besar ditunjang oleh kegiatan promosi dan kegiatan lain dari persaingan non harga, disamping dengan penentuan harga tertentu.

4) Strategi harga

Memilih strategi harga untuk mencapai target pasar terdapat beberapa strategi harga yang digunakan oleh perusahaan untuk mencapai target pasar yang sesuai.

5) Mempertimbangkan politik pemasaran perusahaan

Faktor-faktor lainnya yang perlu dipertimbangkan pada penentuan harga seperti mempertimbangkan politik pada pemasaran dengan melihat pada barang, sistem distribusi dan program promosinya.

c. Tujuan Penetapan Harga

Pada awalnya perusahaan harus memposisikan penawaran pada pasar, karena semakin jelas tujuan perusahaan maka semakin mudah perusahaan menetapkan harga. Tujuan tersebut adalah:

- 1) Kemampuan Bertahan. Tujuan ini digunakan saat perusahaan mengalami kondisi yang mendesak seperti kelebihan kapasitas, persaingan ketat dan keinginan konsumen yang berubah. Selama harga menutupi biaya variabel dan beberapa biaya tetap dalam hal ini keuntungan tidak
- 2) Laba Saat Ini Maksimum. Biasanya perusahaan menetapkan harga yang akan memaksimalkan laba saat ini. Mereka memperkirakan permintaan dan biaya yang berasosiasi dengan harga alternatif dan memilih harga yang menghasilkan harga saat ini.
- 3) Pangsa Pasar Maksimum. Dengan memaksimalkan pangsa pasar, maka akan semakin tinggi volume penjualan, biaya unit akan semakin rendah dan laba jangka panjang semakin tinggi. Saat menetapkan harga terendah asumsi nya pasar sensitif terhadap harga, hal ini disebut dengan praktik penetapan harga penetrasi pasar, hal ini dapat diterapkan dengan kondisi berikut :
- 4) Pemerahan Pasar Maksimum. Pada mulanya harga ditetapkan tinggi dan turun secara perlahan seiring berjalan nya waktu atau penetapan harga pemerah pasar. Hal ini akan gagal bila pesaing besar yang memutuskan untuk menurunkan harga.

- 5) Kepemimpinan Kualitas Produk. Perusahaan berusaha menjadi pemimpin kualitas produk di pasar dengan mengedepankan merek “kemewahan terjangkau” produk dan jasa yang ditentukan oleh tingkat kualitas anggapan, selera, dan status yang tinggi dengan harga yang dapat dijangkau konsumen.
- 6) Tujuan Lain. Apapun tujuan khususnya, bisnis yang menggunakan harga sebagai alat strategis akan menghasilkan lebih banyak laba dibandingkan bisnis yang hanya harga atau pasar menentukan penetapan harga mereka.

d. Indikator kebijakan Tarif

Menurut Santon (Sunyoto, 2012) terdapat 3 faktor utama yang mempengaruhi penetapan harga antara lain :

- 1) Keterjangkauan Harga, Harga yang terjangkau adalah harapan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian. Konsumen akan mencari produk-produk yang harganya dapat mereka jangkau.
- 2) Kesesuaian Harga, Dengan kualitas produk Untuk produk tertentu, biasanya konsumen tidak keberatan apabila harus membeli dengan harga relatif mahal asalkan kualitas produknya baik. Namun konsumen lebih menginginkan produk dengan harga murah dan kualitasnya baik.
- 3) Daya Saing Harga, Perusahaan menetapkan harga jual suatu produk dengan mempertimbangkan harga produk yang dijual oleh pesaingnya agar produknya dapat bersaing di pasar.

4. Konsep Kepuasan Pelanggan

a. Kepuasan Pelanggan

Secara definitif dapat dinyatakan bahwa kepuasan konsumen ialah “Suatu dorongan keinginan individu yang diarahkan pada tujuan untuk memperoleh kepuasan. Dalam hal ini kita perlu mengetahui bahwa suatu keinginan itu harus diciptakan atau didorong sebelum memenuhi motif”.

Kepuasan Pelanggan adalah aspek yang dapat menjadi indikator keberhasilan suatu perusahaan dalam menjalankan bisnisnya. Kepuasan pelanggan ini pula yang menjadi tolak ukur baik buruknya tanggapan pelanggan terhadap masa depan bisnis perusahaan. Rasa puas atau tidaknya pelanggan terhadap suatu layanan bergantung pada respon terhadap harapan sebelumnya dan realita aktual produk yang dirasakan setelah penggunaan. Dengan demikian, dapat dinyatakan bahwa pelanggan merupakan satu alasan kuat sebuah organisasi perusahaan dapat tetap eksis berdiri dan beroperasi.

Kotler, (2001) menyatakan bahwa kepuasan konsumen ialah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa.

b. Manfaat Kepuasan pelanggan

Setiap konsumen atau pengguna jasa perusahaan perlu diperhatikan keluhannya. Pemenuhan kebutuhan tersebut akan

meningkatkan kepuasan konsumen atau pengguna jasa tersebut sehingga akan memberikan manfaat bagi perusahaan. Wiyanto mengatakan bahwa, kepuasan konsumen memberikan beberapa manfaat, antara lain:

- a. Meningkatkan jumlah konsumen
- b. Memperbaiki citra perusahaan
- c. Mendorong terciptanya loyalitas konsumen
- d. Terciptanya hubungan yang harmonis antara perusahaan dan konsumen

c. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Menurut Lupiyoadi (2013) pelanggan merasa puas apabila harapannya terpenuhi atau sangat puas jika harapan pelanggan terlampaui. Berikut ini lima faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan ialah:

1) Kualitas produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Produk dikatakan berkualitas bagi seseorang jika produk itu dapat memenuhi kebutuhannya. Kualitas produk ini adalah dimensi yang global dan paling tidak ada 5 elemen dari kualitas produk yaitu *performance*, *durability*, *feature*, *consistency* dan *design*.

2) Sistem pelayanan yang baik

Konsumen akan merasa puas bila mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapan. *Service quality* sangat

bergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi dan manusia. Faktor manusia ini memegang kontribusi sebesar 70%. Tidak mengherankan kepuasan terhadap kualitas pelayanan biasanya sulit ditiru.

3) *Emosional*

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk atau merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi sosial atau self esteem yang membuat merasa puas terhadap merek tertentu. Pelanggan merasa puas terhadap produk tertentu walaupun mungkin dengan harga yang mahal, namun mampu menimbulkan rasa lebih puas karena emotional value yang diberikan oleh brand dari produk tersebut.

4) Harga

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

5) Biaya dan kemudahan mendapatkan produk

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

5. Indikator Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan terhadap suatu produk atau jasa dapat dinilai dari beberapa indikator tertentu. Indikator kepuasan pelanggan menurut Hawkins dan Lonney yang dikutip dalam Tjiptono terdiri dari:

1) Kesesuaian Harapan

Merupakan tingkat kesesuaian antara produk yang diharapkan oleh konsumen dengan yang dirasakan oleh konsumen, diantaranya:

- a) Produk yang diperoleh apakah sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- b) Pelayanan oleh karyawan yang diperoleh apakah sesuai atau melebihi dengan yang diharapkan.
- c) Fasilitas penunjang yang didapat sesuai atau melebihi yang diharapkan.

2) Minat Berkunjung Kembali

Merupakan kesediaan konsumen untuk berkunjung kembali atau melakukan transaksi ulang terhadap produk terkait, diantaranya:

- a) Berminat untuk berkunjung kembali karena pelayanan yang diberikan oleh karyawan memuaskan.
- b) Berminat untuk berkunjung kembali karena nilai dan manfaat yang diperoleh setelah mendapatkan produk.
- c) Berminat untuk berkunjung kembali karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.

3) Kesiediaan Merekomendasikan

Kesiediaan merekomendasikan merupakan kesiediaan konsumen untuk merekomendasikan produk yang dirasakannya kepada orang lain, diantaranya:

- a) Menyarankan orang lain untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena pelayanan memuaskan.
- b) Menyarankan orang lain untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena fasilitas penunjang yang disediakan memadai.
- c) Menyarankan orang lain untuk menggunakan produk yang ditawarkan karena nilai atau manfaat yang didapat setelah mengkonsumsi sebuah produk atau jasa tersebut.

B. Tinjauan Empiris

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Judul penelitian	Variabel (Kuantitatif)	Alat analisis	Hasil Penelitian
1.	Hanna Ester novia /2017	Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi di Pekanbaru (Studi Pt. Jne (Jalur Nugraha Ekakurir) Pekanbaru	Kualitas (X), Kepuasan Pelanggan (Y)	Regresi Linear Sederhana	Hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE (Jalur Nugraha Ekakurir)Pekanbaru.

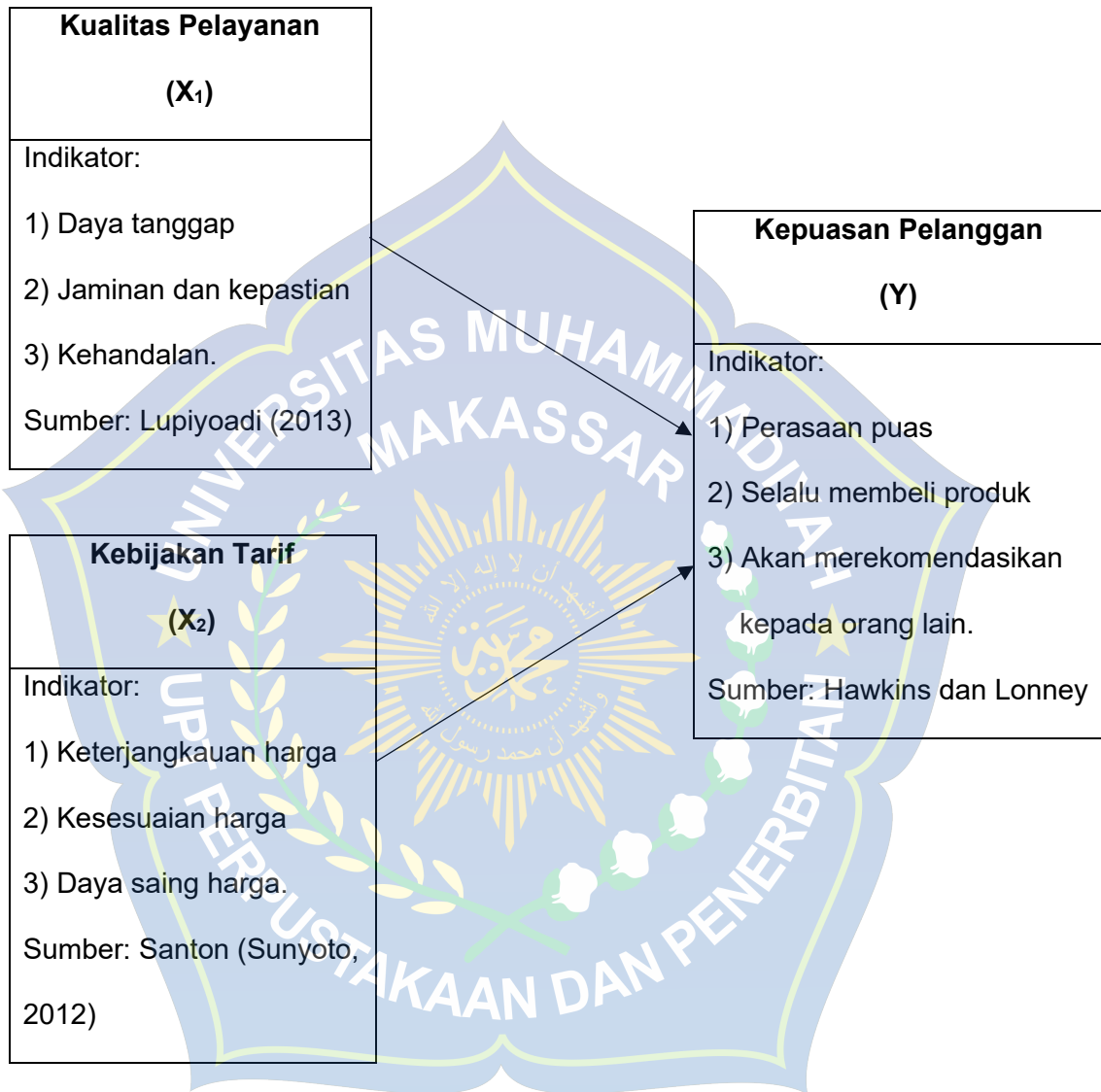
2.	Tri Widyastuti / 2021	Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan tempe	Kualitas Pelayanan (X), Kepuasan Pelanggan (Y)	Regresi Linear Sederhana	Hasil penelitian yang dilakukan bahwa ada pengaruh antara harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan tempe pasar lembang, tangerang.
3.	Kereta (2014)	Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kabupaten Flores Timur	Kualitas Pelayanan (X) Kepuasan Pelanggan (Y)	Regresi Linear Sederhana	Dari hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa: 1) Secara stimultan, semua factor kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan 2) Secara parsial, keandalan, realibility, assurance, dan tangible berpengaruh positif dan signifikan sedangkan responsiveness dan emphaty berpengaruh positif namun tidak signifikan

4.	Riska Arisandi / 2017	Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap loyalitas pelanggan melalui kepuasan pelanggan Took Buku Toka Mas Semarang	Kualitas Pelayanan (X) Kepuasan Pelanggan (Y)	Regresi Linear Sederhana	hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara persial maupun simultan mempengaruhi kualitas pelanggan dan loyalitas pelanggan toko buku toga mas semarang
5.	Muhammad Yusuf / 2019	Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap kepuasan pelanggan (Studi Kasus Waroeng Aneka Sambel Jombang)	Kualitas Pelayanan (X) Kepuasan Pelanggan (Y)	Regresi Linear Sederhana	Hasil penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa: 1) kualitas peroduk secara parsial berpengaruh positif kepuasan pelanggan aneka sambel joombang 2) harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan waroeng aneka sambel jombang

C. Kerangka Pikir

Kerangka konseptual yang mendasari penelitian ini adalah Suatu perusahaan yang menginginkan agar perusahaannya dapat beroperasi secara terus menerus harus mampu memberikan kepuasan terhadap setiap pelanggannya. Kepuasan pelanggan merupakan perbandingan antara kenyataan yang dirasakan konsumen dengan apa yang diharapkan pelanggan. Apabila yang dirasakan pelanggan melebihi dari apa yang diharapkan, hal tersebut berarti pelanggan telah terpenuhi kepuasannya. Jika pelanggan telah merasa puas, biasanya akan melakukan kegiatan pembelian ulang atau merekomendasikan kepada pihak lain terhadap produk atau jasa tersebut dikemudian hari serta pelanggan akan lebih loyal terhadap perusahaan. Kepuasan pelanggan banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas pelayanan dan kualitas produk. Kualitas pelayanan terdiri dari 5 (lima) dimensi yaitu keandalan (*reliability*), , daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*Assurance*), dan empati (*Empathy*), bukti fisik (*tangibles*). Sedangkan kualitas produk terdiri dari 6 dimensi 30 yaitu Kinerja (*performance*), Keandalan (*reliability*), Fitur (*feature*), Keawetan (*durability*), Konsistensi (*conformance*), Desain (*design*).

Berdasarkan tujuan dan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka kerangka pikir pada penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1 Bagan Kerangka Pikir

D. Hipotesis

Sugiyono (2017:63) menyatakan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Berdasarkan model kerangka pikir yang telah disebutkan sebelumnya, maka hipotesis pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Diduga bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar.
2. Diduga bahwa kebijakan tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar.
3. Diduga Bahwa Kualitas Pelayanan Dan Kebijakan Tarif Secara Simultan Berpengaruh Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah jenis penelitian yang menghasilkan penemuan-penemuan yang dapat dicapai (diperoleh) dengan menggunakan prosedur-prosedur statistik atau cara lain dari kuantifikasi atau pengukuran (Sujarweni, 2014). Metode penelitian kuantitatif digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang ditetapkan.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kausal. Penelitian kausal merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala.

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

a. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di kantor PDAM Kota Makassar yang beralamat di Jl. DR. Ratulangi No. 3, Kota Makassar, Sulawesi Selatan.

b. Waktu Penelitian

Adapun waktu yang dimanfaatkan dalam melakukan penelitian dan mengumpulkan data ini dalam waktu kurang lebih 2 (dua) bulan lamanya mulai dari bulan Februari - Maret tahun 2022.

C. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif yaitu data yang berbentuk bilangan, sesuai dengan bentuknya data kuantitatif dapat diolah menggunakan teknik perhitungan atau statistik.

2. Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer hasil dari penyebaran kuesioner kepada para pelanggan Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar Sulawesi Selatan.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah peneliti (Nanang, 2015). Berdasarkan dari definisi tersebut, maka populasi dapat disimpulkan sebagai keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti.

Populasi pada penelitian ini adalah seluruh Pelanggan PDAM Kota Makassar yaitu sebanyak 172.000 Pelanggan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugyono 2012). Teknik pengambilan sampel yang dilakukan pada penelitian menggunakan sampel acak (*simple random sampling*). Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin yaitu :

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

$$n = \frac{172.000}{1 + 172.000 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{172.000}{1 + 172.000 (0,01)}$$

$$n = \frac{172.000}{1 + 1.720}$$

$$n = \frac{172.000}{1.721}$$

$$n = 100$$

Jumlah sampel adalah 100 orang

E. Metode Pengumpulan Data

Metode yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini yaitu Observasi, Kuesioner dan Dokumentasi (Sugiyono: 2012).

- 1) Observasi, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan secara langsung dengan mengunjungi tempat atau lokasi penelitian.
- 2) Kuesioner, yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan menyebarkan kuesioner atau angket dalam bentuk daftar pernyataan yang ditujukan kepada responden penelitian.
- 3) Dokumentasi, dengan mengumpulkan referensi atau catatan yang berhubungan dengan Variabel penelitian dan menggunakan skala pengukuran data.

F. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variable pada penelitian ini yaitu:

1. Kualitas Pelayanan (X_1)

Kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang melebihi harapan. Definisi lain yang didefinisikan sebagai berikut : Pelayanan adalah suatu aktifitas atau hal yang menguntungkan dan juga merupakan salah satu bagian penting yang ditawarkan dimana sifatnya tidak terlihat dan hasilnya tidak bersifat kepemilikan siapa pun.

Skala pengukuran data dalam penelitian ini adalah skala Ordinal dengan memanfaatkan skala *likert* Skor (1) untuk jawaban sangat tidak setuju, skor (2) untuk jawaban tidak setuju, skor (3) untuk jawaban netral, skor (4) untuk jawaban setuju, dan (5) untuk jawaban sangat setuju,

variebel kualitas pelayanan secara oprasional diukur dengan 3 (tiga)

indikator menurut (Fajar 2010) yaitu:

- a) Kehandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang disajikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.
- b) Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
- c) Jaminan dan kepastian (*assurance*) yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen, antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetisi dan sopan santun.

2. Kebijakan Tarif (X_2)

Ada beberapa defenisi, yaitu di dalam ilmu ekonomi, pengertian harga mempunyai hubungan dengan pengertian nilai dan kegunaan. Nilai adalah ukuran jumlah yang diberikan oleh suatu produk apabila produk itu ditukarkan dengan produk lain.

Skala likert skor (1) untuk jawaban sangat tidak setuju, skor (2) untuk jawaban tidak setuju, skor (3) untuk jawaban netral, skor (4) untuk jawaban setuju, skor (5) untuk jawaban sangat setuju, variabel Kebijakan Tarif secara oprasional diukur dengan 3 (tiga) indikator menurut Sugyono, 2012

yaitu: Keterjangkauan Harga. Harga yang terjangkau adalah harapan konsumen sebelum mereka melakukan pembelian. Konsumen akan mencari produk-produk yang harganya dapat mereka jangkau.

- a) Kesesuaian Harga. Dengan kualitas produk Untuk produk tertentu, biasanya konsumen tidak keberatan apabila harus membeli dengan harga relatif mahal asalkan kualitas produknya baik. Namun konsumen lebih menginginkan produk dengan harga murah dan kualitasnya baik.
- b) Daya Saing Harga. Perusahaan menetapkan harga jual suatu produk dengan mempertimbangkan harga produk yang dijual oleh pesaingnya agar produknya dapat bersaing di pasar.

3. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas dan senang.

Skala *likert* skor (1) untuk jawaban sangat tidak setuju, skor (2) untuk jawaban tidak setuju, skor (3) untuk jawaban netral, skor (4) untuk jawaban setuju, skor (5) untuk jawaban sangat setuju, variabel Kepuasan Pelanggan secara operasional diukur dengan 3 (tiga) indikator menurut Kotler dan Keller (2012) yaitu:

1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya) yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari

perusahaan. Selalu membeli produk, yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.

2. Akan merekomendasikan kepada orang lain yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.

G. Metode Analisis Data

Metode analisis dapat dikatakan sebagai proses menyusun secara sistematis data yang didapatkan dari hasil pengamatan yang seterusnya dilakukan pengelompokkan dan menguraikan ke dalam bentuk unit disertai sintesa yang kemudian disusun kedalam pola sehingga terpilih data mana yang penting. Adapun metode penelitian yang dipakai dalam penelitian ini adalah:

1. Uji Instrumen

a) Uji Validitas

Uji Validitas adalah ukuran yang menunjukkan sejauh mana instrument pengukur mampu apa yang diukur. Menurut Ghazali (2011:52) uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu koefisien. Suatu koefisien dikatakan valid jika pertanyaan pada koefisien mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh koefisien tersebut. Uji Validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r_{hitung} dengan r_{tabel} , Dengan membandingkan nilai r_{hitung} dari hasil output (*Corrected Item-Total Correlation*) dengan

r_{hitung} , jika r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} maka butir pertanyaan tersebut adalah valid, tetapi jika r_{hitung} lebih kecil daripada r_{tabel} maka butir pertanyaan tersebut tidak valid (Ghozali, 2011:54).

b) Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah uji untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian reliabel atau tidak. Kuesioner dikatakan reliabel jika kuesioner tersebut dilakukan pengukuran ulang, maka akan mendapatkan hasil yang sama. Menurut Sugiyono (2017:130) menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

2. Uji Asumsi Klasik

a) Uji Normalitas

Uji Normalitas adalah uji yang dilakukan untuk mengecek apakah data penelitian kita berasal dari populasi yang sebenarnya normal. Uji normalitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi nilai residual memiliki distribusi normal atau tidak. Sedangkan Menurut Ghozali (2017:127) terdapat dua cara dalam memprediksi apakah residual memiliki distribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan analisis statistik.

b) Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah dalam model regresi terjadi kesalahan atau ketidaksamaan *variance* pada residual (*error*) dari suatu pengamatan ke pengamatan lain.

Untuk menguji adanya gejala *heteroskedastisitas* digunakan pengujian dengan metode *scatter plot*, dengan kriteria hasil sebagai berikut :

- 1) Jika pola tertentu seperti titik-titik yang ada membentuk suatu pola yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit) maka telah terjadi heteroskedastisitas.
 - 2) Jika tidak ada yang jelas serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y maka tidak terjadi heteroskedastisitas.
- c) Uji Multikolinearitas

Uji Multikolinearitas adalah uji yang dilakukan untuk memastikan apakah didalam sebuah model regresi ada interkorelasi atau kolineartas antar variabel bebas. Menurut Ghozali (2012:105) uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah suatu model regresi terdapat korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antar variabel independen.

3. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Sugiyono (2014:277) bahwa analisis regresi linier berganda bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variabel dependen (kriterium), bila dua atau lebih variabel independen sebagai faktor prediator dimanipulasi (dinaik turunkan nilainya). Jadi analisis regresi berganda akan dilakukan bila jumlah variabel independennya minimal 2.

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

Y = Kepuasan Pelanggan

X₁ = Kualitas Pelayanan

X₂ = Kebijakan Tarif

α = Kofisien Konstanta

b₁b₂ = Kofisien Regresi

e = Standar Error

H. Uji hipotesis

Uji hipotesis pada penelitian ini terdiri dari:

a) Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien determinasi (R²) merupakan suatu ukuran yang menunjukkan besarnya sumbangan dari variabel x yang mempunyai pengaruh linear terhadap variasi naik turunnya Y. Naik maksimum atau terbesar dari koefisien determinasi terletak antara 0 dan 1 dimana r² tidak boleh negatif. Nilai r yang kecil berarti kemampuan variabel independen amat terbatas dalam menjelaskan variasi variabel. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen.

b) Uji Simultan (Uji F)

Uji F adalah pengujian terhadap koefisien regresi secara simultan. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh semua variabel independen yang terdapat di dalam model secara bersama-sama

(simultan) terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk menguji tingkat signifikan dari pengaruh variabel independen secara serempak terhadap variabel dependen. (Santoso Slamet, 2013 :136). Jika f hitung $> f$ tabel dan nilai $< 0,05$ ($\alpha = 5\%$), maka variabel independen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen

c) Uji Parsial (Uji t)

Uji Parsial (Uji t) dikenal dengan uji parsial, yaitu untuk menguji bagaimana pengaruh masing-masing variabel bebasnya secara sendiri-sendiri terhadap variabel terikatnya. Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Kriteria pengambilan keputusan dalam pengujian ini menurut Ghazali (2016:99) adalah jika p value $< 0,05$ maka H_a diterima. Sebaliknya jika p value $> 0,05$ maka H_a ditolak.

Adapun prosedur pengambilan keputusan :

- 1) Jika t hitung $> t$ tabel maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa peningkatan lingkungan kerja dapat meningkatkan kinerja karyawan.
- 2) Jika t hitung $< t$ tabel maka H_0 diterima dan H_a ditolak yang berarti bahwa peningkatan lingkungan kerja tidak dapat meningkatkan kinerja karyawan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Sejarah Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar

Perusahaan Daerah Air Minum Kota Makassar dalam keberadaannya sebagai perusahaan daerah memiliki peran ganda, pertama, sebagai salah satu sumber pendapatan bagi pemerintah Kota Makassar dan kedua sebagai institusi pelayanan atau penyediaan jasa air bagi Makassar.

Perusahaan Daerah Air Minum Kota Makassar, terus menerus mengalami perkembangan melalui tahap dalam lintasan sejarah yang cukup panjang, yang berawal pada tahun 1924 dengan dibangunnya instansi pengolahan Air PIPA I Ratulangi oleh pemerintah Hindia Belanda.

Dengan nama Waterleidjding Bedrijf kapasitas produksi terpasang 50ltr/dt kemudian pada jaman pendudukan jepang pada tahun 1937 ditingkatkan menjadi 100ltr/dt. Air baku diambil dari sungai jeneberang yang terletak 7 km sebelah selatan pusat kota. Air dan sungai tersebut di pompa melalui saluran tertutup ke instalasi ratulangi.

Tahun 1974 namanya berubah menjadi Dinas Air Minum Kota Madia Ujung Pandang, seiring dengan usianya IPA Ratulangi bearangsur angsur mengalami kapasitas produksi.

Instalasi Pengolahan Air I Ratulangi

Instalasi ini terletak di Jl. DR. Ratulangi No.3, dibangun sejak tahun 1924 oleh Belanda. Kapasitas produksi terpasang 50 l/d. Tahun 1976

perubahan situs PDAM dari Dinas Air Minum menjadi perusahaan Air Minum Kodia Ujung Pandang Sesuai dengan perda No.21/P/II/1976, di mana kapasitas produksi terpasang PDAM turun menjadi 50ltr/dt, disebabkan karena usia.

Instalasi Pengelolaan Air II Panaikang

Instalasi ini terletak di Jl. Urip sumohardjo, kapasitas produksi terpasang 1000 l/d. Intake di Jl. Abdullah Dg. Sirua, Sumber Air Baku Dari Sungai Lekopancing Kab. Maros.

Untuk memenuhi kebutuhan air bagi penduduk Kota Makassar yang makin meningkat, maka pada tahun 1977 di bangun instalasi II panaikang dengan kapasitas tahap pertama 500 ltr/dt. Sumber air baku di ambil dari Bendung Lekopancing Sungai Maros sejauh 29,6 km dari Kota Makassar, Kemudian Tahun 1989 IPA Panaikang di tingkatkan menjadi 1000 ltr/dt.

Instalasi Pengelolaan Air III Antang

Instalasi ini terletak di Jl. Antang Raya. Kapasitas produksi terpasang 90 l/d. Intake sal. Air baku IPA III. Tahun 1985 melalui paket pembangunan perum perumnas di bangun instalasi III Antang dengan kapasitas awal 20 ltr/dt. Tahun 1992 di bangun lagi IPA antang 2 dengan demikian total kapasitas IPA antang menjadi 40 l/d, dari 2 (dua) instansi pengolahan air.

Tahun 1993 lewat paket bantuan hibah pemerintah pusat, dibangun IV kapasitas terpasang 200 ltr/dt di maccini sombala dengan sumber air baku sungai Jeneberang. Peneambahan demi penambahan kapasitas produksi rupanya belum mampu mengimbangi laju pertumbuhan

penduduk permukiman dan industri, sehingga melalui proyek pengembangan system penyediaan air bersih kotamadia ujung pandang pada tahun 2000 di bangun instalasi V somba opu dengan kapasitas 1000 ltr/dt di kabupaten gowa yang sumber bakunya dari bili-bili sejauh 16 km untuk memenuhi kebutuhan air bersih khususnya pada wilayah pelayanan IPA antang dimana jumlah pelanggannya terus bertambah maka pada tahu 2003 PDAM Kota Makassar menambah kapasitas produksi IPA Antang dari 40 ltr/dt menjadi 90 ltr/dt, melalui pembangunan instalasi pengolahan air Antang 3 (tiga) dengan demikian total kapasitas air bersih PDAM kota Makassar menjadi 2340 ltr/dt.

PDAM Kota Makassar sampai saat ini telah menjangkau 816.416 Jiwa penduduk dari 1.160.011 jiwa total penduduk Kota Makassar atau 70,38% luas wilayah distribusi telah mencapai radius 12.37 ha. Ini berarti pelayanan air bersih PDAM kota Makassar telah menjangkau 70,38. Setelah melalui beberapa kali rapat pembahasan, baik secara internal pansus hingga di mitra berkaitan. Akhirnya, pada tahun 2019 DPRD Kota Makassar mengesahkan Rancangan Peraturan Daerah (Ranperda) perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) menjadi Perusahaan Umum Daerah (Perumda). Diterapkannya PDAM menjadi Perumda berdasarkan perintah Undang-undang nomor 23 tahun 2014 tentang Pemda, dan PP nomor 54 tahun 2017. Dalam beleid tersebut ditegaskan, seluruh BUMD dan Perusda wajib melakukan perubahan badan hukum menjadi perumda atau perusahaan persero daerah.

Tugas pokok PDAM Kota Makassar sesuai peraturan Daerah No. 2/1992, tanggal 07 April 1992 tentang susunan dan tata kerja perusahaan Daerah Air Minum Kota Dati II Ujung Pandang adalah: "Melaksanakan sebagai urusan rumah tangga daerah dalam bidang pengolahan air minum". Perusahaan Air Minum Kota Makassar mempunyai fungsi:

- a. Melaksanakan pelayanan umum/jasa kepada masyarakat konsumen dalam penyediaan air bersih.
- b. Menyelenggarakan pemanfaatan umum yang dapat dirasakan oleh masyarakat.
- c. Memupuk pendapatan untuk membiayai kelangsungan hidup perusahaan dan membangun daerah.

2. Visi dan Misi Organisasi

a. Visi

Visi Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar adalah: Menjadi salah satu Perusahaan Daerah Air Minum Terkemuka, sehat, untung dan sejahtera di Indonesia yang memiliki daya saing global.

b. Misi

Misi Perusahaan Air Minum Kota Makassar adalah:

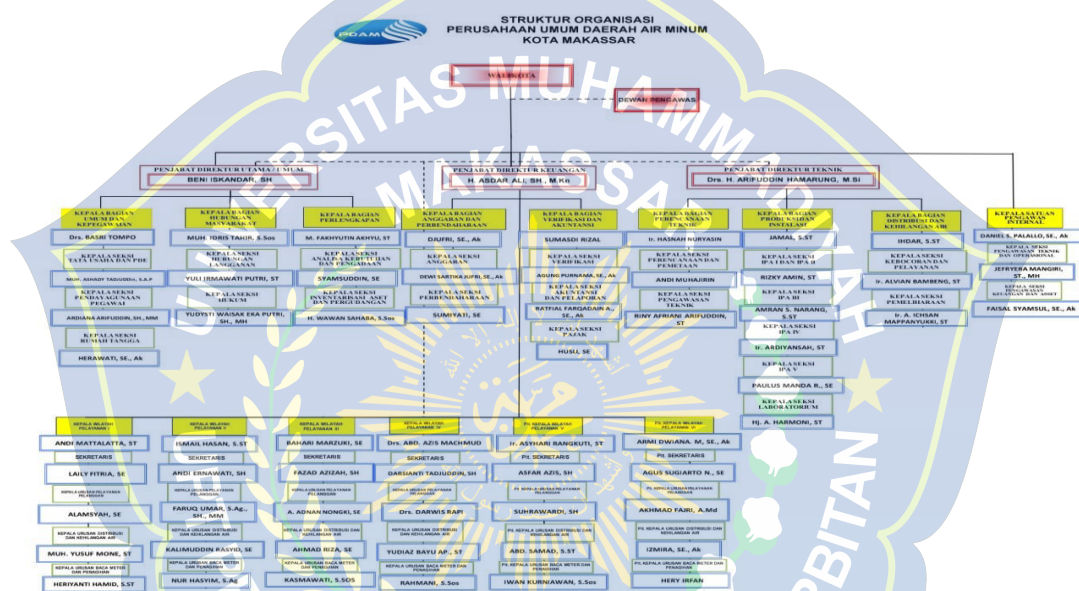
1. Memberikan Pelayanan air minum sesuai standar kesehatan dengan tersedianya air baku yang optimal.
2. Menyediakan air minum yang berkualitas, kuantitas dan kontinuitas.
3. Memenuhi cakupan layanan air minum yang maksimal

kepada masyarakat.

4. Menjadikan perusahaan yang berprofesional dengan sumber daya yang berkompetensi dan berdaya saing tinggi.
5. Memenuhi kinerja keuangan yang mandiri dan produktifitas yang efisien dan efektif serta berdaya saing global.

3. Struktur Organisasi dan Job Description

a. Struktur Organisasi



Gambar 4.2 Struktur Organisasi Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar

b. Job Descriptions

1) Dewan Pengawas

Dewan Pengawas, mempunyai tugas:

- a. Melaksanakan Pengawasan, pengendalian dan pembinaan terhadap pengurusan dan pengelolaan PDAM.
- b. Memberikan pertimbangan dan saran kepada Walikota diminta atau tidak diminta guna perbaikan dan pengembangan PDAM antara lain pengangkatan Direksi,

program kerja yang diajukan oleh Direksi, rencana perubahan status kekayaan PDAM, rencana pinjaman dan ikatan hukum dengan pihak lain, serta menerima, memeriksa dan atau menandatangani laporan Tahunan;

- c. Memeriksa dan menyampaikan rencana strategis bisnis (Business Plan/Corporate Plan), dan Rencana kerja dan Anggaran Perusahaan Tahunan PDAM yang dibuat Direksi kepada Walikota untuk mendapatkan pengesahan;
- d. Menetapkan rencana kerja dan pembagian tugas para anggota menurut bidang masing-masing untuk masa 12 (dua belas) bulan sesuai dengan tahun baku PDAM;
- e. Menyelenggarakan rapat kerja sekurang-kurangnya 6 (enam) bulan sekali untuk membicarakan dan mengatasi masalah-masalah yang dihadapi oleh PDAM dan bilamana diperlukan sewaktu-waktu dapat mengadakan rapat untuk menentukan keputusan mengenai hal-hal yang mendesak;
- f. Merumuskan kebijaksanaan PDAM secara terarah dalam bidang perencanaan modal, penggunaan dana, pemanfaatan dan pengamanan air baku, peningkatan kapasitas produksi air, perluasan maupun rehabilitasi jaringan transmisi distribusi air minum sesuai kebijaksanaan pemerintah untuk jangka pendek dan jangka panjang;
- g. Mengadakan penilaian atas prestasi kerja anggota Direksi PDAM atas hasil-hasil yang telah dicapai dan mengusulkan

penggantian dan pengangkatan anggota Direksi baru kepada Walikota;

- h. Menyelenggarakan pembinaan dan pengarahan kepada Direksi PDAM berdasarkan kebijaksanaan umum yang telah dirumuskan dalam keputusan rapat Dewan pengawas mengenai pelaksanaan ketentuan-ketentuan yang dimaksud.

2) Direktur Utama

Direktur Utama, mempunyai tugas:

- a. Menyusun rencana kegiatan anggaran PDAM, koordinasi dan kepegawaian seluruh kegiatan operasional PDAM
- b. Pembinaan kepegawaian, pengurusan dan pengelolaan kekayaan PDAM serta penyelenggaraan administrasi umum dan keuangan;
- c. Menyusun rencana strategis bisnis 5 (lima) tahunan (business Plan/corporate Plan) yang disahkan oleh Walikota melalui usul Dewan Pengawas;
- d. Menyusun RKAP yang merupakan penjabaran tahunan dari Rencana strategis bisnis (business Plan/corporate Plan) kepada Walikota melalui Dewan Pengawas;
- e. Penandatanganan bersama Direktur Utama dan Direktur Keuangan untuk persetujuan pembayaran atas dokumen tagihan dan atau pengeluaran perusahaan;
- f. Menyusun laporan triwulan dan laporan tahunan PDAM.

Dalam melaksanakan tugas Direktur Utama dibantu oleh:

- a) Direktur Umum;

- b) Direktur Keuangan;
- c) Direktur Teknik;
- d) Kepala Satuan Pengawas Internal;
- e) Kepala Wilayah.

3) Direktur Umum

Direktur Umum, mempunyai tugas:

- a. Menyusun rencana kegiatan, pengendalian dan pengawasan penyelenggaraan administrasi umum, kepegawaian dan perlengkapan PDAM;
- b. Menyiapkan bahan perumusan kebijaksanaan teknis pengelolaan urusan ketatausahaan umum dan rumah tangga PDAM;
- c. Menyiapkan bahan penyusunan rencana dan Program pelaksanaan pendayagunaan pegawai PDAM;
- d. Penyiapan perumusan pelaksanaan kebijaksanaan di bidang pengelolaan data elektronik, kehumasan, humas dan protokol serta pelayanan pengaduan pelanggan;
- e. Penyusunan rumusan kebijaksanaan teknis dalam pengelolaan meliputi pengadaan, pencatatan, inventarisasi, pengawasan dan pengendalian terhadap aset/barang milik PDAM;
- f. Melaksanakan koordinasi dengan direktur lainnya untuk kelancaran pelaksanaan tugas;
- g. Menyusun laporan kegiatan sesuai bidang tugas.

Dalam Melaksanakan tugas Direktur Umum dibantu oleh:

- a) Bagian Umum dan Kepegawaian;
- b) Bagian Hubungan Lapangan;
- c) Bagian Perlengkapan;

4) Direktur Keuangan

Direktur Keuangan, mempunyai tugas:

- a. Pengkoordinasian dan pengendalian kegiatan di bidang keuangan;
- b. Perencanaan dan pengendalian sumber-sumber pendapatan, serta mengatur penggunaan kekayaan perusahaan;
- c. Penyusunan RKAP dan penetapan besarnya modal kerja perusahaan, merumuskan kebijaksanaan mengenai penggunaan keuangan;
- d. Penandatanganan bersama Direktur Keuangan dan Direktur Utama untuk persetujuan pembayaran atas dokumen tagihan dan atau pengeluaran perusahaan;
- e. Penyelenggaraan pembukuan dan pembuatan laporan keuangan;
- f. Penilaian terhadap usulan untuk menetapkan kebijakan pembelian barang/jasa kebutuhan perusahaan sesuai perkembangan dan kemampuan;
- g. Penyiapan rencana pembiayaan inventasi dan tambahan modal perusahaan;
- h. Penyiapan data/bahan penetapan dan atau penyesuaian air PDAM;

- i. Pelaksanaan koordinasi dengan direktur lainnya untuk kelancaran pelaksanaan tugas;
- j. Penyusunan laporan kegiatan sesuai bidang Tugas.

Dalam melaksanakan tugas Direktur Keuangan dibantu oleh:

- a) Bagian Anggaran dan Perbendaharaan;
- b) Bagian Verifikasi dan Akuntansi.

5) Direktur Teknik

Direktur Teknik, mempunyai tugas:

- a. Menyusun rencana kegiatan pengendalian dan pengawasan pelanggaran administrasi bidang perencanaan teknik, produksi dan instalasi, pemeliharaan serta pengendalian kehilangan air.
- b. Pengkajian secara berkala terhadap business Plan dan corporate plan perusahaan dan perumusan strategi perusahaan serta kegiatan penelitian dan pengembangan perusahaan;
- c. Penyiapan dan rencana pengusulan pendidikan dan penelitian tenaga teknik;
- d. Pengkoordinasian dan pengendalian sumber air baku, instalasi/meter produksi dan sistem distribusi;
- e. Pengkoordinasian kegiatan-kegiatan pengujian peralatan teknik dan bahan-bahan kimia;

f. Perumusan dan penetapan kebijaksanaan mengenai peningkatan hasil produksi, distribusi dan operasional teknik lainnya;

g. Pelaksanaan kuantitas, kualitas, dan kontinuitas (3K) pelayanan air kepada pelanggan;

h. Menyusun rencana dan penyiapan data kehilangan air pada jaringan distribusi;

i. Pengendalian dan pengawasan kehilangan air pada jaringan distribusi;

j. Pengendalian koordinasi dengan Direktur lainnya untuk rencana pelaksanaan tugas;

k. Menyusun laporan kegiatan sesuai bidang tugas.

Dalam melaksanakan tugas Direktur Bidang Teknik dibantu oleh:

a) Bagian Perencanaan teknik;

b) Bagian Produksi dan Instalasi;

c) Bagian Distribusi dan Kehilangan Air.

6) Bagian Satuan Pengawasan Internal

Satuan Pengawasan Internal, mempunyai tugas:

a. Penyusunan rencana kerja sesuai tugas pokok dan fungsinya;

b. Penyusunan kebijakan pokok pengawasan penyelenggaraan PDAM;

c. Pengkoordinasian perencanaan, pelaksanaan dan pelaporan kegiatan pengawasan;

- d. Perencanaan dan penyusunan standar pengendalian internal (SPI) PDAM;
 - e. Pelaksanaan pengawasan administrasi keuangan, aset dan kepegawaian serta teknik dan operasional;
 - f. Pelaksanaan pengawasan terhadap perjanjian kerja sama PDAM dengan pihak ketiga;
 - g. Pengkoordinasian tindak lanjut hasil pengawasan;
 - h. Pelaksanaan evaluasi terhadap bussines plan dan corporate plan PDAM;
 - i. Pelaksanaan evaluasi laporan keuangan dan laporan kinerja PDAM;
 - j. Penyusunan laporan hasil pelaksanaan audit internal sebagai bahan review pengawasan bagi Direktur Utama;
 - k. Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Direksi;
- Dalam melaksanakan tugasnya satuan pengawasan dan pengembangan dibantu oleh:
- a) Seksi Pengawasan Uang dan Aset;
 - b) Seksi Pengawasan teknik dan operasional

7) Wilayah Pelayanan

Tugas pokok dan fungsi wilayah pelayanan adalah:

- a. Wilayah Pelayanan PDAM mempunyai tugas melaksanakan dan mengendalikan pekerjaan di bidang kesekretariatan, pelayanan/pengaduan langganan, distribusi dan kehilangan air serta baca meter dan penagihan.
- b. Wilayah Pelayanan mempunyai fungsi:

- 
- i. Penyusunan rencana kerja sesuai tugas pokok dan fungsi;
 - ii. Pengkoordinasian dan pengawasan pelaksanaan tugas-tugas kesekretariatan dan pelayanan;
 - iii. Penyusunan rencana pelaksanaan pekerjaan dan pengkoordinasian serta pengendalian kegiatan-kegiatan sekretariat, urusan pelayanan langganan, Distribusi dan Kehilangan Air, Baca Meter dan Penagihan;
 - iv. Penyiapan rencana dan pembagian tugas secara perorangan dan atau berkelompok kerja untuk menangani pelayanan teknis sesuai wilayah kerja;
 - v. Penyiapan bahan perumusan kebijaksanaan teknis penyediaan sarana dan prasarana air bersih pada lingkungan perumahan dan pemukiman;
 - vi. Penyiapan bahan bimbingan dan pengendalian teknis peningkatan kualitas pelayanan air bersih melalui pelatihan teknis;
 - vii. Pelaksanaan pelayanan pemasangan baru, pekerjaan perbaikan pipa, tutup/buka aliran pelanggan dalam wilayah tugasnya;
 - viii. Pelaksanaan pengawasan, pengendalian dan pemantauan terhadap jaringan bersih pada lingkungan perumahan dan pemukiman;
 - ix. Pengawasan penyetoran pendapatan Air dan non Air serta pengarsipannya;

- x. Pengawasan pelaksanaan pembacaan meter dan penagihan;
- xi. Penyusunan laporan hasil pelaksanaan tugas.

Dalam melaksanakan tugasnya Wilayah Pelayanan dibantu oleh:

- a) Sekretariat;
- b) Urusan Pelayanan dan Langganan;
- c) Urusan Distribusi dan Kehilangan Air
- 8) Urusan Baca Meter dan Penagihan.

B. Hasil Penelitian

Dalam hasil penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Data primer adalah data kualitatif yaitu data berupa pendapat responden dalam memberi jawaban pada kuesioner. Penyebaran kuesioner dilakukan terhadap 100 orang responden yaitu pelanggan Kantor Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar.

Data sekunder adalah data yang diperoleh dengan cara mengumpulkan dokumen-dokumen berupa informasi tertulis yang ada hubungannya dengan variabel penelitian seperti: jumlah pelanggan pada Kantor Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar.

1. Karakteristik Responden

Karakteristik responden adalah kriteria apa saja yang akan diberikan kepada subjek penelitian agar sumber informasi pada penelitian atau eksperimen tersebut dapat tertuju dengan tepat dan sesuai harapan

a) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jumlah responden dalam penelitian ini adalah 100 orang. Berikut merupakan data responden berdasarkan jenis kelamin.

Tabel 4.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Laki-laki	37	37%
Perempuan	63	63%
Total Responden	100	100%

Sumber : Data Primer, Tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.1 di atas. Memperlihatkan bahwa responden jenis kelamin laki-laki sebanyak 37 orang (37%), sedangkan responden jenis kelamin perempuan sebanyak 63 orang (63%). Dengan demikian data disimpulkan bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak daripada jumlah responden laki-laki.

b) Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Klasifikasi responden berikutnya ialah berdasarkan umur. Berikut ini merupakan data responden berdasarkan umur.

Tabel 4.2 Responden Berdasarkan Umur

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
50 - 51 Tahun	18	18%
42 – 45 Tahun	30	30%
35 – 40 Tahun	25	25%
26 – 32 Tahun	27	27%

Total Responden	100	100%
-----------------	-----	------

Sumber : Data Primer, Tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, memperlihatkan bahwa responden berdasarkan umur 26-32 tahun sebanyak (27%), responden umur 35-40 tahun sebanyak (25%), responden umur 42-45 tahun sebanyak (30%), responden 50-51 tahun sebanyak (18%).

c) Karakteristik Responden Berdasarkan Profesi

Klasifikasi responden berikutnya ialah berdasarkan profesi. Berikut ini merupakan data responden berdasarkan profesi.

Tabel 4.3 Responden Berdasarkan Profesi

Keterangan	Jumlah	Persentase (%)
Polisi / TNI	10	10%
Dosen	12	12%
Guru	25	25%
Wiraswasta	23	23%
Ibu Rumah Tangga	30	30%
Total Responden	100	100%

Sumber : Data Primer, Tahun 2022

Berdasarkan data di atas, memperlihatkan bahwa responden berdasarkan profesi Polisi/TNI (10%), profesi Dosen (12%), profesi Guru (25%), profesi Wiraswasta (23%), profesi Ibu Rumah Tangga (30%).

2. Deskripsi Data Variabel Penelitian

Dari uraian mengenai kualitas pelayanan dan kebijakan tarif yang dilakukan oleh tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan, yang dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Deskripsi Kualitas Pelayanan (X1)

Frekuensi jawaban responden pada variabel kualitas pelayanan disajikan pada tabel 4.5. Dari tabel 4.5 tersebut dapat dilihat bahwa distribusi frekuensi variabel kualitas pelayanan terdiri dari 16 pernyataan. Jika dilihat dari hasil analisis diketahui bahwa yang memiliki mean tertinggi yaitu X1.1 dengan angka 4.56%, sedangkan yang memiliki mean terendah yaitu X1.13 dengan angka 3.42%

Tabel 4.4 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

Indikator	Skala Pengukuran												Mean	
	1 (STS)		2 (TS)		3 (KS)		4 (S)		5 (SS)		Persen (%)			
	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%		
X1.1	0	0	0	0	5	5.0%	34	34.0%	61	61.0%	100	100.0%	4.56%	
X1.2	0	0	1	1.0%	19	19.0%	22	22.0%	58	58.0%	100	100.0%	4.37%	
X1.3	0	0	0	0	12	12.0%	36	36.0%	52	52.0%	100	100.0%	4.40%	
X1.4	2	2.0%	0	0	7	7.0%	33	33.0%	58	58.0%	100	100.0%	4.45%	
X1.5	1	1.0%	1	1.0%	18	18.0%	37	37.0%	43	43.0%	100	100.0%	4.20%	
X1.6	3	3.0%	0	0	23	23.0%	26	26.0%	48	48.0%	100	100.0%	4.16%	
X1.7	1	1.0%	4	4.0%	15	15.0%	23	23.0%	57	57.0%	100	100.0%	4.31%	
X1.8	2	2.0%	6	6.0%	8	8.0%	25	25.0%	59	59.0%	100	100.0%	4.33%	
X1.9	1	1.0%	6	6.0%	24	24.0%	7	7.0%	62	62.0%	100	100.0%	4.23%	
X1.10	3	3.0%	2	2.0%	12	12.0%	25	25.0%	58	58.0%	100	100.0%	4.33%	
X1.11	12	12.0%	8	8.0%	7	7.0%	15	15.0%	58	58.0%	100	100.0%	3.99%	
X1.12	3	3.0%	11	11.0%	6	6.0%	23	23.0%	57	57.0%	100	100.0%	4.20%	
X1.13	17	17.0%	12	12.0%	9	9.0%	36	36.0%	26	26.0%	100	100.0%	3.42%	

X1.14	9	9.0%	14	14.0%	3	3.0%	33	33.0%	41	41.0%	100	100.0%	3.83%
X1.15	7	7.0%	14	14.0%	3	3.0%	41	41.0%	35	35.0%	100	100.0%	3.83%
X1.16	2	2.0%	6	6.0%	10	10.0%	41	41.0%	41	41.0%	100	100.0%	4.13%
Rata-rata													4.17%

Sumber : Data diolah, Tahun 2022

2) Deskripsi Kebijakan Tarif (X2)

Frekuensi jawaban responden pada variabel kebijakan tarif disajikan pada tabel 4.6. Dari tabel 4.6 tersebut dapat dilihat bahwa distribusi frekuensi variabel kebijakan tarif terdiri dari 9 pernyataan. Jika dilihat dari hasil analisis diketahui bahwa yang memiliki mean tertinggi yaitu X2.1 dengan angka **4.35%**, sedangkan yang memiliki mean terendah X2.7 dengan angka **4.07%**.

Tabel 4.5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kebijakan Tarif (X2)

Indikator	Skala Pengukuran												Mean
	1 (STS)		2 (TS)		3 (KS)		4 (S)		5 (SS)		Jumlah		
	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	
X2.1	0	0	0	0	11	11.0%	43	43.0%	46	46.0%	100	100.0%	4.35%
X2.2	0	0	2	2.0%	7	7.0%	56	56.0%	35	35.0%	100	100.0%	4.24%
X2.3	0	0	0	0	4	4.0%	62	62.0%	34	34.0%	100	100.0%	4.30%
X2.4	0	0	1	1.0%	4	4.0%	63	63.0%	32	32.0%	100	100.0%	4.26%
X2.5	0	0	2	2.0%	18	18.0%	48	48.0%	32	32.0%	100	100.0%	4.10%
X2.6	0	0	0	0	12	12.0%	57	57.0%	31	31.0%	100	100.0%	4.19%
X2.7	0	0	8	8.0%	13	13.0%	43	43.0%	36	36.0%	100	100.0%	4.07%
X2.8	0	0	3	3.0%	7	7.0%	55	55.0%	35	35.0%	100	100.0%	4.22%
X2.9	0	0	3	3.0%	21	21.0%	27	27.0%	49	49.0%	100	100.0%	4.22%
Rata-rata													3.79%

Sumber : Data diolah, Tahun 2022

3) Deskripsi Kepuasan Pelanggan (Y)

Frekuensi jawaban responden pada variabel kepuasan pelanggan disajikan pada tabel 4.6. Dari tabel 4.6 tersebut dapat dilihat bahwa distribusi frekuensi variabel kepuasan pelanggan terdiri dari 6 pernyataan. Jika dilihat dari hasil analisis diketahui bahwa yang memiliki mean tertinggi yaitu Y.6 dengan angka 4.27%, sedangkan yang memiliki mean terendah yaitu Y.2 dengan angka 4.04%.

Tabel 4.6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan pelanggan (Y)

Indikator	Skala Pengukuran												Mean
	1 (STS)		2 (TS)		3 (KS)		4 (S)		5 (SS)		Jumlah		
	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	Frek.	%	
Y.1	0	0	0	0	18	18.0%	40	40.0%	42	42.0%	100	100.0%	4.24%
Y.2	0	0	5	5.0%	12	12.0%	57	57.0%	26	26.0%	100	100.0%	4.04%
Y.3	0	0	0	0	7	7.0%	64	64.0%	29	29.0%	100	100.0%	4.22%
Y.4	0	0	0	0	11	11.0%	64	64.0%	25	25.0%	100	100.0%	4.14%
Y.5	0	0	0	0	14	14.0%	54	54.0%	32	32.0%	100	100.0%	4.18%
Y.6	0	0	0	0	5	5.0%	63	63.0%	32	32.0%	100	100.0%	4.27%
Rata-rata													4.18%

Sumber : Data diolah, Tahun 2022

3. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Kriteria yang digunakan untuk menyatakan suatu instrument valid atau layak digunakan dalam pengujian hipotesis apabila

Corrected Item-Total Correlation lebih besar dari r-tabel atau $df = (N-2) =$

0.196

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	Corrected item-total correlation	r-tabel	Ket.
Kualitas Pelayanan (X₁)	X1.1	0.343	0.196	Valid
	X1.2	0.236	0.196	Valid
	X1.3	0.387	0.196	Valid
	X1.4	0.322	0.196	Valid
	X1.5	0.278	0.196	Valid
	X1.6	0.252	0.196	Valid
	X1.7	0.361	0.196	Valid
	X1.8	0.418	0.196	Valid
	X1.9	0.308	0.196	Valid
	X1.10	0.388	0.196	Valid
	X1.11	0.359	0.196	Valid
	X1.12	0.328	0.196	Valid
	X1.13	0.579	0.196	Valid
	X1.14	0.494	0.196	Valid
	X1.15	0.484	0.196	Valid
	X1.16	0.204	0.196	Valid
Kebijakan Tarif (X₂)	X2.1	0.662	0.196	Valid
	X2.2	0.700	0.196	Valid
	X2.3	0.752	0.196	Valid
	X2.4	0.632	0.196	Valid
	X2.5	0.593	0.196	Valid
	X2.6	0.477	0.196	Valid
	X2.7	0.638	0.196	Valid
	X2.8	0.709	0.196	Valid
	X2.9	0.283	0.196	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0.758	0.196	Valid
	Y.2	0.805	0.196	Valid
	Y.3	0.892	0.196	Valid
	Y.4	0.807	0.196	Valid
	Y.5	0.871	0.196	Valid
	Y.6	0.746	0.196	Valid

Sumber : Data diolah, Tahun 2022

Berdasarkan tabel 4.8 terkait hasil pengujian validitas dengan seluruh indikator pernyataan dalam kuesioner sebagai alat ukur pengaruh kualitas pelayanan dan kebijakan tarif terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum Kota Makassar, diperoleh hasil untuk keseluruhan nilai r_{hitung} lebih besar dari nilai r_{tabel} yaitu sebesar 0.196. Berdasarkan hasil tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan yang terdapat pada kuesioner dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dimaksudkan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Reliabilitas diukur dengan uji statistik *cronbach's alpha* (α). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *cronbach's alpha* (α) > 0.60. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4.8 Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.670	17

Sumber: Output SPSS, Tahun 2022

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel X1 di atas, 16 pernyataan memiliki nilai *cronbach's alpha* (α) yang lebih besar dari 0.60 yaitu sebesar **0.670**. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator atau pernyataan dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas Kebijakan Tarif (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.743	10

Sumber: Output SPSS, Tahun 2022

Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel X2 di atas, 9 pernyataan memiliki nilai *cronbach's alpha* (α) yang lebih besar dari 0.60 yaitu sebesar **0.743**. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator atau pernyataan dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.800	7

Sumber: Output SPSS, Tahun 2022

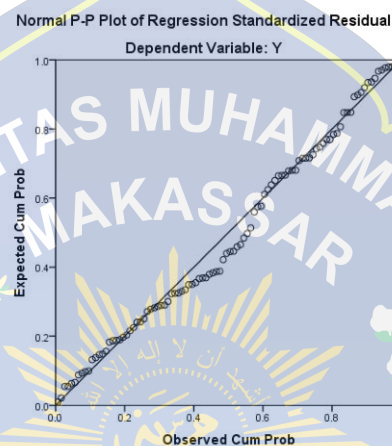
Berdasarkan tabel hasil uji reliabilitas variabel Y di atas, 6 pernyataan memiliki nilai *cronbach's alpha* (α) yang lebih besar dari 0.60 yaitu sebesar **0.800**. Berdasarkan ketentuan di atas maka indikator atau pernyataan dalam penelitian ini dikatakan reliabel.

4. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel terikat dan variabel bebas, keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah distribusi data normal atau mendekati normal. Uji ini dilakukan

dengan cara melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal atau grafik. Apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Apabila data menyebar jauh dari garis diagonal dan atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas

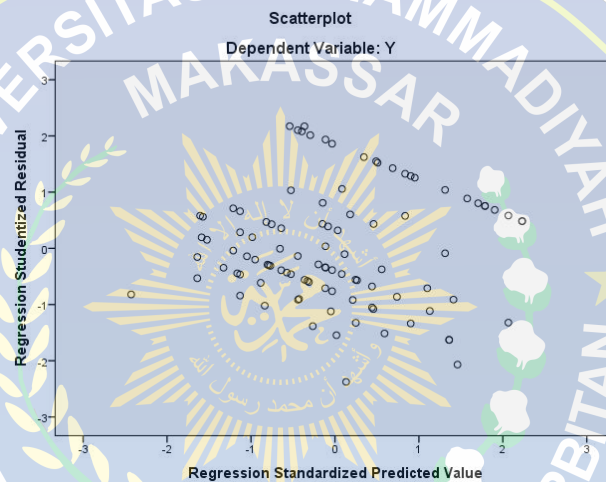
Sumber: Output SPSS, Tahun 2022

Berdasarkan gambar di atas, diketahui data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heterokedastisitas

Uji heterokedastisitas bertujuan untuk mengujin apakah dalam suatu model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual atau pengamatan ke pengamatan yang lain. Model regresi yang baik adalah model yang tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat dilakukan dengan cara. Salah satunya

adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi, dan sumbu X adalah residual ($Y \text{ prediksi} - Y \text{ sesungguhnya}$), jika ada pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi heterokedastisitas sedangkan jika ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heterokedastisitas.



Gambar 4.3 Hasil Uji Heterokedastisitas

Sumber: Output SPSS, Tahun 2022

Berdasarkan gambar hasil uji heterokedastisitas di atas, diketahui bahwa ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas.

c. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Dasar pengambilan keputusan adalah dengan dilihat dari nilai *variance inflation faktor* (VIF) dan nilai *tolerance*. Apabila tidak terdapat variabel bebas yang memiliki $VIF < 10$ atau $tolerance > 0.10$ maka dapat disimpulkan tidak ada multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

Tabel 4.11 Hasil Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	3.941	3.594		1.097	.275		
	X1	.134	.047	.258	2.856	.005	.919	1.088
	X2	.322	.075	.387	4.286	.000	.919	1.088

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS, Tahun 2022

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinearitas di atas, diketahui nilai *tolerance* variabel X1 sebesar **0.919 > 0.10** dan nilai VIF sebesar **1.088 < 10**. Nilai *tolerance* variabel X2 sebesar **0.919 > 0.10** dan nilai VIF sebesar **1.088 < 10**. Maka dapat

disimpulkan bahwa variabel X_1 dan X_2 tidak terjadi multikolinearitas.

5. Uji Regresi Linear Berganda

Tabel 4.12 Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.941	3.594		.275
	X_1	.134	.047	.258	.005
	X_2	.322	.075	.387	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS, Tahun 2022

Dari tabel di atas diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 3.941 + 0.134 X_1 + 0.322 X_2$$

Persamaan di atas dijelaskan sebagai berikut :

$a = 3.941$ merupakan nilai konstanta, jika nilai X_1 dan X_2 dianggap 0 maka nilai dari kepuasan pelanggan adalah sebesar 3.941.

$\beta_1 = 0.134$ artinya variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan apabila variabel kepuasan pelanggan meningkat satu satuan, maka kualitas pelayanan akan meningkat sebesar 0.134 satuan.

$\beta_2 = 0.322$ artinya variabel kebijakan tarif berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan dan apabila variabel kepuasan pelanggan

meningkat satu satuan, maka kebijakan tarif akan meningkat 0.322 satuan.

6. Uji Hipotesis

a. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Tabel 4.13 Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.522 ^a	.273	.258	2.697	2.299

Sumber: Output SPSS, Tahun 2022

Berdasarkan tabel menunjukkan koefisien determinasi = 0.258 artinya variabel kualitas pelayanan dan kebijakan tariff secara bersama-sama mempengaruhi variabel kepuasan pelanggan sebesar 25.8% sisanya sebesar 74.2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini seperti variabel lain diluar dari penelitian ini.

b. Uji Simultan (Uji F)

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikan pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen. Diketahui F tabel sebesar 3.09. Nilai ini didapatkan dari rumus $df_1 = k-1$ $df_2 = n-k-1$

Tabel 4.14 Hasil Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	264.755	2	132.378	18.202	.000 ^b
	Residual	705.435	97	7.273		
	Total	970.190	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Output SPSS, Tahun 2022.

Dasar pengambilan keputusan yaitu jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ (3.09) dan nilai sig. < 0.05 , maka dapat dikatakan variabel X berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y.

Berdasarkan hasil uji F dari tabel di atas ditunjukkan bahwa F_{hitung} sebesar 18.202 sedangkan hasil F_{tabel} pada tabel distribusi dengan tingkat kesalahan 5% (0.05) adalah sebesar 3.09. Hal ini berarti $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($18.202 > 3.09$). Pada tabel di atas juga dapat dilihat bahwa nilai sig. 0.000 lebih kecil dari 0.05, karena nilai sig. lebih kecil dari 0.05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan pelanggan atau dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan dan kebijakan tarif secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Perusahaan Daerah Air Minum Kota Makassar.

c. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh dari setiap variabel independen secara individual (parsial) terhadap

variabel dependen. Diketahui t -tabel sebesar **1.660**. Nilai ini didapatkan dari rumus $df = n - k = 1.660$. Hasil uji t pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel di bawah ini

Tabel 4.15 Hasil Uji t

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	3.941	3.594		1.097
	X1	.134	.047	.258	2.856
	X2	.322	.075	.387	4.286

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Output SPSS, Tahun 2022

Dasar pengambilan keputusan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ (**1.660**) dan nilai $sig < 0.05$ maka dapat dikatakan variabel X berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y.

Berdasarkan tabel di atas, berikut ini dijelaskan pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial:

a. Kualitas Pelayanan (X_1)

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diperoleh nilai t_{hitung} **2.856** $> t_{tabel}$ **1.660** dan nilai sig . **0.005** < 0.05 . Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan (X_1) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

b. Kebijakan Tarif (X_2)

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel kebijakan tarif (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diperoleh nilai t_{hitung} **4.286** > t_{tabel} **1.660** dan nilai sig. **0.000** < **0.05**. Hal ini berarti variabel kebijakan tarif (X_2) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

C. Pembahasan

Kualitas pelayanan secara keseluruhan ditentukan oleh kesesuaian keinginan yang dihasilkan dari perbandingan keinginan dan kinerja yang dirasakan konsumen (Model Oliver, 1993 dalam Lena Ellitan dan Lina Anatan, 2007:183). Kualitas pelayanan merupakan aspek penting bagi perkembangan perusahaan.

Kehandalan (*Reliability*) merupakan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya sesuai dengan yang dijanjikan. Hal ini dapat meliputi ketetapan melayani, tidak ceroboh, dan akurat. Kinerja yang diberikan oleh pemberi jasa harus sesuai dengan harapan pelanggan yang telah disepakati bersama, misalnya dalam memenuhi janji konsumen.

Daya Tanggap (*Responsiveness*) merupakan kebijakan untuk membantuk dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Misalnya menyampaikan informasi yang jelas kepada kinsmen dan tidak membiarkannya menunggu sesuatu tanpa memberikan alasan yang jelas karena hal tersebut akan menimbulkan persepsi yang *negative* terhadap kualitas pelayanan yang mereka terima.

Jaminan (*Assurance*) merupakan pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai perusahaan dalam membutuhkan rasa kepercayaan yang tinggi dan tidak ragu-ragu terhadap perusahaan tersebut.

Menurut Tjiptono (2009) agar dapat sukses dalam memasarkan suatu barang atau jasa, setiap perusahaan harus menetapkan harganya secara tepat. Harga merupakan satu-satunya unsur bauran pemasaran yang memberikan pemasukan atau pendapatan bagi perusahaan, sedangkan ketiga unsur lainnya (produk, distribusi, dan promosi) menyebabkan timbulnya biaya (pengeluaran). Di samping itu harga merupakan unsur bauran pemasaran yang bersifat *fleksibel*, artinya dapat diubah dengan cepat.

Kotler, (2001) menyatakan bahwa kepuasan konsumen ialah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Bila kinerja melebihi harapan mereka akan merasa puas dan sebaliknya bila kinerja tidak sesuai harapan maka akan kecewa.

Berdasarkan hasil pengujian secara statistic dapat terlihat dengan jelas bahwa semua variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat. Pengaruh yang diberikan kedua variabel bebas tersebut bersifat signifikan. Hasil tersebut sesuai dengan hipotesis yang telah diajukan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan hasil penelitian sebelumnya. Penjelasan dari masing-masing pengaruh variabel dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden dari kuesioner yang disebar yang terdiri dari 37 orang responden laki-laki dan

63 orang responden perempuan. Berdasarkan data di atas maka mayoritas berjenis kelamin perempuan.

Frekuensi jawaban variabel X1 memiliki rata-rata (mean) nilai sebesar 4.17%, yang tertinggi adalah pernyataan X1.1 yaitu sebesar 4.56%, dan yang terendah adalah item pernyataan X1.13 sebesar 3.42%.

Berdasarkan hasil analisis untuk variabel kualitas pelayanan menunjukkan bahwa uji t menghasilkan nilai $t_{hitung} 2.856 > t_{tabel} 1.660$ dan nilai $sig. 0.005 < 0.05$. Hal ini berarti variabel kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Perusahaan Daerah Air Minum Kota Makassar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Hanna Ester novia /2017 dengan judul “Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan pelanggan pada ekspedisi di Pekanbaru (Studi Pt. Jne (Jalur Nugraha Ekakurir) Pekanbaru”. Hasil pengujian yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. JNE (Jalur Nugraha Ekakurir) Pekanbaru.

2. Pengaruh Kebijakan Tarif Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden dari kuesioner yang disebar yang terdiri dari 37 orang responden laki-laki dan 63 orang responden perempuan. Berdasarkan data di atas maka mayoritas berjenis kelamin perempuan.

Frekuensi jawaban variabel X2 memiliki rata-rata (mean) nilai sebesar 3.79%, yang tertinggi adalah pernyataan X2.1 yaitu sebesar 4.35%, dan yang terendah adalah item pernyataan X2.7 sebesar 4.07%.

Berdasarkan hasil analisis untuk variabel kebijakan tarif menunjukkan bahwa uji t menghasilkan nilai $t_{hitung} 4.286 > t_{tabel} 1.660$ dan nilai sig. $0.000 < 0.05$. Hal ini berarti variabel kebijakan tarif mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Perusahaan Daerah Air Minum Kota Makassar.

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Tri Widyastuti / 2021 dengan judul "Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan tempe". Hasil penelitian yang dilakukan bahwa ada pengaruh antara harga, dan kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan tempe pasar lembang, tangerang.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kebijakan Tarif Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini mengambil sampel sebanyak 100 responden dari kuesioner yang disebar yang terdiri dari 37 orang responden laki-laki dan 63 orang responden perempuan. Berdasarkan data di atas maka mayoritas berjenis kelamin perempuan.

Frekuensi jawaban variabel X1 memiliki rata-rata (mean) nilai sebesar 4.17%, yang tertinggi adalah pernyataan X1.1 yaitu sebesar 4.56%, dan yang terendah adalah item pernyataan X1.13 sebesar 3.42%.

Frekuensi jawaban variabel X2 memiliki rata-rata (mean) nilai sebesar 3.79%, yang tertinggi adalah pernyataan X2.1 yaitu sebesar 4.35%, dan yang terendah adalah item pernyataan X2.7 sebesar 4.07%.

Hasil analisis menunjukkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($18.202 > 3.09$) serta nilai sig. 0.000 lebih kecil dari 0.05, karena nilai sig. lebih kecil dari 0.05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi kepuasan

pelanggan atau dapat dikatakan bahwa kualitas pelayanan dan kebijakan tarif secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pada Kantor Perusahaan Daerah Air Minum Kota Makassar.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan kebijakan tarif terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Perusahaan Daerah Air Minum Kota Makassar.

Berdasarkan analisis data serta pembahasan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Perusahaan Daerah Air Minum Kota Makassar di mana koefisien variabel sebesar 0,134 dengan nilai signifikan sebesar 0,005 ($0,005 < 0,05$).
2. Kebijakan tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Perusahaan Daerah Air Minum Kota Makassar di mana koefisien variabel sebesar 0,322 dengan nilai signifikan sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$).
3. Kualitas pelayanan dan kebijakan tarif berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Kantor Perusahaan Daerah Air Minum Kota Makassar.

B. Saran

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan tambahan kajian dan ilmu pengetahuan mengenai masalah yang terkait dengan kualitas pelayanan, kebijakan tarif dan kepuasan pelanggan serta

memberikan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan teori-teori yang peneliti peroleh selama proses perkuliahan dan dapat memperdalamnya lebih luas lagi.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan, saran maupun masukan bagi Kantor Perusahaan Daerah Air Minum Kota Makassar mengenai kepuasan pelanggan pada perusahaan tersebut sudah cukup baik dan diharapkan perusahaan dapat mempertahankannya dengan cara tetap memperhatikan serta terus meningkatkan kualitas pelayanan dan kebijakan tarif agar kedepannya perusahaan dapat terus berkembang.

3. Bagi Akademik

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dan juga tambahan referensi dikalangan dalam melakukan penelitian sejenis dan mengembangkannya dimasa yang akan datang.

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Arisandi, R., & Ngatno, N. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Toko Buku Toga Mas Semarang*. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 6(3), 544-554.
- Anatan, Lina. & Lena Ellitan. 2007. *Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam bisnis Modern*. Alfabeta. Bandung.
- Al Fajar dan Heru. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia Sebagai Dasar Meraih Keunggulan Bersaing*. Edisi Pertama, Yogyakarta.
- Danang, Sunyoto. 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru
- Kereta, L. B. (2014). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Flores Timur*. *Jurnal Administrasi Publik dan Birokrasi*, 1(3), 72463.
- Kotler, Philip. 2008. *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 2*. Jakarta: Indeks
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip, 2001, *Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Terjemahan Hendri Teguh dan Rony A.Rusli. Jakarta, Prehallindo.
- Kotler dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga
- Lupiyoadi, Rambat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi (Edisi 3)*. Jakarta: Salemba Empat.
- Martono, Nanang. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT. Rajagrafindo Persada: Jakarta
- Novia, H. E., & Sutrisna, E. (2017). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada Expedisi di Pekanbaru (Studi PT. Jne (Jalur Nugraha Ekakurir) Pekanbaru)* (Doctoral dissertation, Riau University).

Rangkuti, Freddy, *Strategi Promosi Yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2010.

Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.

Tjiptono & Chandra, G. (2011). *Service, Quality, & Satisfaction*. Edisi Ketiga. Yogyakarta: ANDI

Widyastuti, T. (2017). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Tempe*.

Wahyuni, Hana Catur, Wiwik Sulistiyowati, dan Muhammad Khamim. 2015. *Pengendalian Kualitas; Aplikasi pada Industri Jasa dan Manufaktur dengan Lean, Six Sigma dan Servqual*. Yokyakarta: GRAHA ILMU.

Yusuf, M. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Waroeng Aneka Sambel Jombang)*. BIMA: Journal of Business and Innovation Management, 1(3), 329-344.





KUESIONER PENELITIAN

Hari / Tanggal :

No. Kuesioner :

Assalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Dengan Hormat,

Kuesioner ini ditunjukkan untuk keperluan skripsi mengenai **"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kebijakan Tarif Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar"**

Sehubungan dengan hal tersebut, saya mengharap bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan penilaian secara objektif. Data yang Bapak/Ibu/Saudara/i isikan ini akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis penelitian semata. Atas bantuan dan partisipasinya saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh

Hormat Saya,

Wardiman Syarif



BAGIAN PERTAMA

Pertanyaan ini berkaitan dengan data diri responden

Berilah tanda (✓) pada jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara/i paling sesuai

1. Nama :

2. Jenis Kelamin :

() Laki-laki

() Perempuan

3. Pendidikan Terakhir

() SMU () S1

() D3 () S2

4. Usia Saat Ini

() < 25 tahun () 36-45 tahun

() 25-35 tahun () > 45 tahun

5. Berapa Lama Anda Telah Menjadi Pelanggan PDAM Kota Makassar

() Kurang dari 2 tahun () Antara 2-5 tahun

() Lebih dari 5 tahun

PETUNJUK PENGISIAN :

Berilah tanda checklist (✓) pada jawaban yang sesuai dengan pandangan Bapak/Ibu/Saudara/i paling sesuai pada bagian kedua sampai dengan bagian kelima. Keterangan kuesioner.

SS	S	KS	TS	STS
Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju



BAGIAN KEDUA

Kuesioner berikut mengukur Kualitas Pelayanan

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
Indikator Realibility						
1	PDAM Kota Makassar melayani masalah konsumen dengan cepat					
2	PDAM Kota Makassar menerapkan prosedur pemasangan sambungan baru dengan mudah dan cepat.					
3	Pelayanan air bersih PDAM Kota Makassar dilakukan selama 24 jam setiap harinya					
Indikator Responsiveness						
4	Petugas PDAM Kota Makassar membuka dan menutup loket pembayaran rekening air tepat waktu sesuai jadwalnya					
5	Petugas PDAM Kota Makassar cepat dalam melayani permintaan sambungan baru					
6	Petugas loket pembayaran tagihan air PDAM Kota Makassar bersedia menjawab pertanyaan konsumen					
Indikator Assurance						
7	Petugas PDAM Kota Makassar memiliki sikap yang baik dalam menangani keluhan konsumen					
8	Petugas pencatat meteran air PDAM Kota Makassar bersedia menjawab pertanyaan konsumen					
9	PDAM Kota Makassar memberikan kualitas air bersih yang baik					
Indikator Empathy						
10	Petugas PDAM Kota Makassar memberikan rasa adil kepada setiap pelanggan					
11	Petugas PDAM Kota Makassar bersikap ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan					
12	Petugas PDAM Kota Makassar bersikap					



	penuh perhatian dalam memberikan pelayanan					
Indikator Tangibles						
13	Tempat pembayaran tagihan air PDAM Kota Makassar mudah dijangkau					
14	Meteran air PDAM Kota Makassar dalam kondisi baik dan memenuhi standar yang ditetapkan pemerintah					
15	Pegawai PDAM Kota Makassar memiliki penampilan yang rapi dan cukup baik					
16	PDAM Kota Makassar memiliki tempat atau ruang pelayanan yang memadai dan nyaman					

BAGIAN KETIGA

Kuesioner berikut mengukur Kebijakan Tarif

No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
17	Tarif yang ditawarkan PDAM Kota Makassar sudah sesuai dengankemampuan pelanggan.					
18	Harga yang diterima sesuai dengan banyaknya valume air yang dipakai.					
19	Tarif yang diberikan tidak terlalu mahal untuk kualitas yang diberikan.					
20	Batas atau jangka waktu yang ditetapkan oleh PDAM Kota Makassar untuk pembayaran air sudah sesuai.					
21	Adanya system pembayaran tagihan air secara online cukup membantu pelanggan.					
22	Syarat yang diberikan untuk pembayaran					



	sudah dapat dilakukan dengan mudah.					
23	Adanya denda untuk pembayaran rekening air tidak tepat waktu dapat mendisiplinkan pelanggan untuk membayar tepat waktu.					
24	Sistem petugas langsung datang ke rumah-rumah untuk menagih rekening air.					
25	Langsung pembayaran cabang terdekat dilayani dengan baik.					

BAGIAN KEEMPAT

Kuesioner berikut mengukur Kepuasan Pelanggan (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	TS	STS
26	Saya merasa puas dengan produk air yang diberikan PDAM Kota Makassar				
27	Saya merasa puas dengan jaminan kualitas dari air PDAM Kota Makassar				
28	Saya merasa puas dengan kedisiplinan karyawan dalam memberikan pelayanan				
29	Saya merasa puas dengan hasil kinerja PDAM Kota Makassar secara keseluruhan				
30	Saya merasa puas terhadap kenyamanan di lingkungan kantor PDAM Kota Makassar				
31	Saya merasa puas karena pelayanan karyawan cepat tanggap dalam mengatasi masalah air PDAM				



Lampiran 1 Tabulasi Data

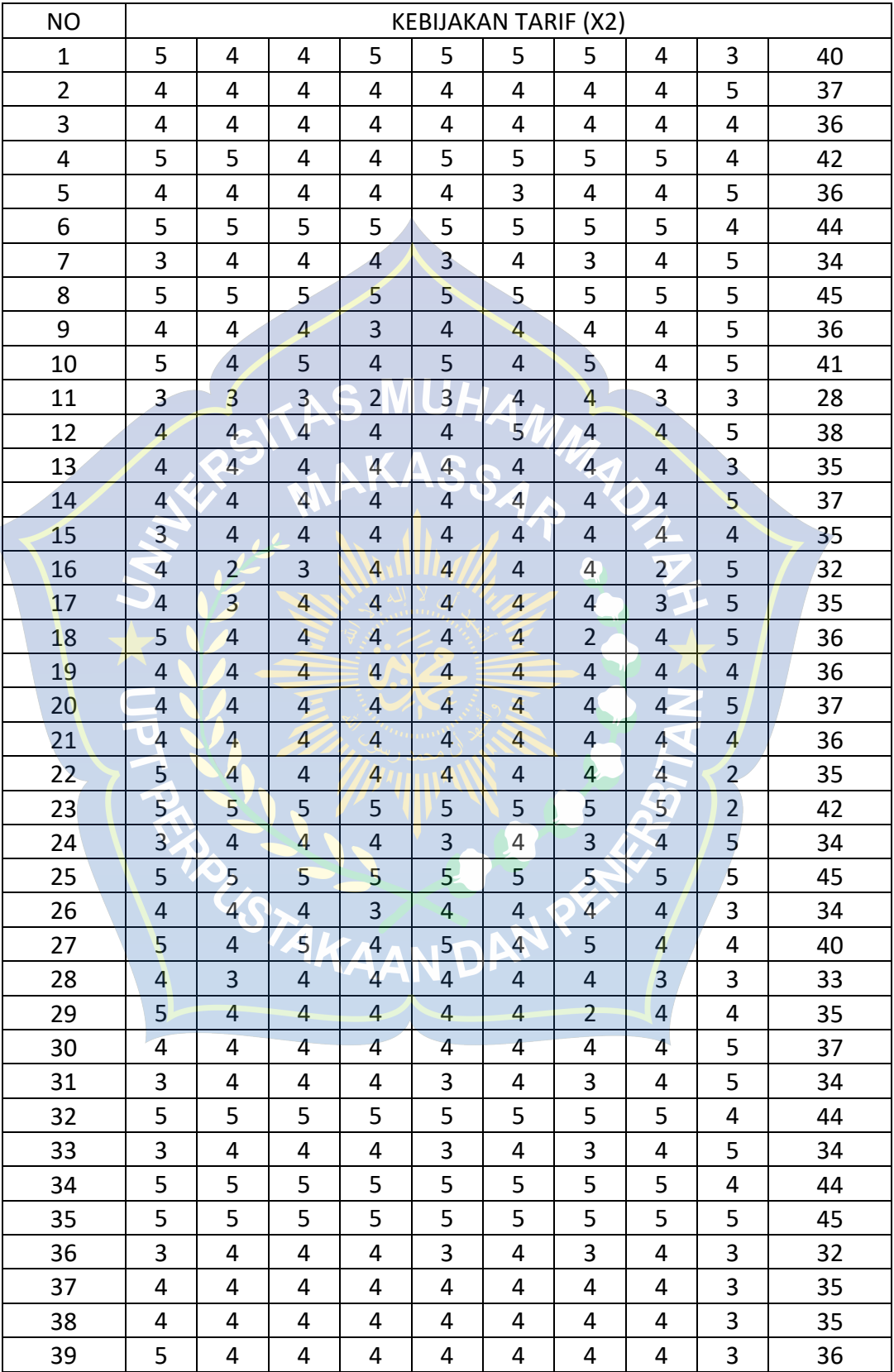
NO	KUALITAS PELAYANAN (X1)																
1	5	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	5	4	4	5	4	72
2	5	4	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	68
3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	5	71
4	5	5	4	5	3	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	73
5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	72
6	5	5	4	5	5	3	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	74
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	4	3	71
8	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	77
9	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	74
10	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	76
11	5	5	4	5	3	5	2	5	3	3	4	5	1	2	4	5	61
12	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	2	2	5	5	4	68
13	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	4	5	4	4	4	5	73
14	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	3	72
15	4	4	5	5	3	5	3	5	5	3	4	4	4	4	4	4	66
16	4	5	3	5	5	3	5	5	5	5	1	2	2	5	3	3	61
17	5	5	5	5	5	3	5	3	5	4	5	5	5	2	1	1	64
18	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	4	4	4	70
19	5	5	4	5	5	4	5	5	3	3	4	4	4	4	2	4	66
20	5	2	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	70
21	5	3	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	70
22	3	5	3	5	5	1	5	5	3	5	5	5	5	5	1	5	66
23	4	3	5	5	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	73
24	5	5	4	5	5	3	5	3	5	5	5	5	4	1	2	5	67
25	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	77
26	4	4	3	4	4	3	4	5	1	3	5	5	2	3	2	5	57
27	5	4	4	3	5	3	4	5	4	5	5	3	5	1	2	2	60
28	5	5	4	5	5	5	5	4	3	5	3	5	3	2	4	4	67
29	5	3	5	5	4	5	5	5	3	5	5	2	2	2	1	2	59
30	4	5	4	5	4	4	3	4	5	5	5	3	3	1	2	4	61
31	4	4	5	4	4	3	5	2	5	4	2	5	1	4	4	4	60
32	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	4	4	5	4	5	74
33	4	3	4	5	4	4	3	4	5	5	1	5	4	4	4	3	62
34	5	4	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	73
35	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	4	5	4	5	5	4	73
36	5	3	5	5	3	5	2	3	3	3	5	3	1	5	5	5	61



37	5	5	5	5	3	5	2	5	3	5	5	5	5	2	4	5	69
38	5	4	3	5	3	5	2	4	3	4	1	4	3	5	5	4	60
39	5	5	4	4	5	5	3	4	3	5	1	5	1	5	5	5	65
40	4	4	5	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	2	4	5	69
41	4	4	5	4	3	3	5	5	4	4	1	2	2	5	5	4	60
42	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	3	1	4	4	4	67
43	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	2	4	4	5	5	3	69
44	5	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	72
45	4	4	5	3	4	3	5	3	5	4	4	4	2	5	1	5	61
46	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	2	5	4	5	5	5	73
47	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	2	5	1	1	2	5	62
48	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	79
49	5	5	3	5	3	5	3	5	3	2	1	2	2	3	2	5	54
50	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	1	2	2	66
51	4	3	5	5	3	5	5	5	5	4	5	1	5	2	4	4	65
52	5	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	5	5	2	1	2	65
53	4	3	5	1	4	3	5	1	5	4	5	4	1	1	2	4	52
54	5	5	3	3	3	5	3	5	3	3	1	5	3	4	5	4	60
55	4	3	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	69
56	5	3	5	5	4	5	5	5	3	5	5	2	1	4	4	5	66
57	4	5	4	5	4	4	3	4	5	5	5	4	2	5	5	5	69
58	4	4	5	4	4	3	5	2	5	4	2	5	1	2	4	5	59
59	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	75
60	4	3	4	5	4	4	3	4	5	5	1	5	4	4	4	4	63
61	5	4	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	3	71
62	3	5	3	5	3	1	5	2	2	5	5	5	4	4	4	4	60
63	4	3	4	4	4	4	5	5	2	5	5	5	5	4	4	4	67
64	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	2	5	1	5	4	5	68
65	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	75
66	5	5	3	5	3	5	3	5	3	2	1	2	2	5	5	5	59
67	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	75
68	4	3	5	5	3	5	5	5	5	4	5	1	5	5	5	5	70
69	5	5	4	4	5	5	5	4	3	5	5	5	5	2	4	5	71
70	4	3	5	1	4	3	5	1	5	4	5	4	1	5	5	4	59
71	5	5	3	3	3	5	3	5	3	3	1	5	3	4	5	4	60
72	4	3	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	69
73	5	3	5	5	4	5	5	5	3	5	5	2	1	4	4	5	66
74	5	3	5	5	4	5	5	5	3	5	5	2	1	5	5	5	68
75	4	5	4	5	4	4	3	4	5	5	5	3	2	4	4	4	65
76	4	4	5	4	4	3	5	2	5	4	2	5	1	5	4	4	61
77	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	4	4	4	4	3	71



78	4	3	4	5	4	4	3	4	5	5	1	5	4	5	5	5	66
79	5	4	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	72
80	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	4	5	5	5	76
81	4	3	4	5	4	4	3	4	5	5	1	5	4	2	4	5	62
82	5	4	4	4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	72
83	3	5	3	5	3	1	5	2	2	5	5	5	4	4	4	4	60
84	4	3	4	4	4	4	5	5	2	5	5	5	5	5	5	3	68
85	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	2	5	1	4	4	4	66
86	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	3	75
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	1	2	2	1	1	58
88	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	60
89	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5	4	4	1	4	2	4	63
90	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	65
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
92	5	5	5	5	1	5	5	5	2	5	5	5	4	5	1	5	68
93	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	77
94	5	5	5	4	4	4	1	2	5	1	5	5	4	1	2	5	58
95	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	78
96	4	4	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	4	3	2	5	58
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	1	2	2	67
98	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	2	4	4	58
99	5	5	5	5	5	5	4	4	4	1	5	2	1	2	3	2	58
100	4	4	3	5	5	4	5	4	5	5	5	4	2	1	2	4	62





40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
41	3	4	4	4	3	4	3	4	4	33
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
43	4	4	4	3	4	4	4	4	5	36
44	5	4	5	4	5	4	5	4	4	40
45	4	3	4	4	4	4	4	3	5	35
46	5	4	4	4	4	4	2	4	3	34
47	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
48	3	4	4	4	3	4	3	3	3	31
49	5	4	4	5	5	5	5	4	4	41
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
51	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
52	5	5	4	4	5	5	5	5	3	41
53	4	4	4	4	4	3	4	4	5	36
54	3	4	4	4	4	4	4	4	4	35
55	4	2	3	4	4	4	4	2	5	32
56	4	3	4	4	4	4	4	3	4	34
57	5	4	4	4	4	4	2	4	2	33
58	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
59	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
60	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
61	5	4	4	5	5	5	5	4	4	41
62	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
64	5	5	4	4	5	5	5	5	5	43
65	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
66	3	4	4	4	3	4	3	4	4	33
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
68	5	5	5	5	5	5	5	5	4	44
69	5	4	4	4	4	4	2	4	5	36
70	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
71	5	5	5	5	3	5	2	5	3	38
72	5	5	4	4	5	5	5	4	3	40
73	4	5	5	4	4	3	5	5	5	40
74	4	5	5	5	5	5	4	5	4	42
75	5	4	4	5	3	4	3	4	4	36
76	5	5	5	5	3	3	5	5	5	41
77	5	5	4	4	5	3	4	5	4	39
78	5	4	5	5	3	5	5	5	5	42
79	4	5	4	5	4	4	3	4	5	38
80	4	5	5	4	5	4	4	5	5	41



81	5	3	5	5	2	5	5	5	5	40
82	5	5	5	5	3	5	2	5	3	38
83	5	4	3	5	3	5	2	5	3	35
84	5	5	4	4	5	5	5	4	3	40
85	4	4	5	3	4	3	5	5	5	38
86	4	4	5	4	4	3	5	5	4	38
87	5	5	5	5	5	3	5	3	5	41
88	5	5	5	4	5	4	4	5	5	42
89	4	5	4	5	4	4	3	4	5	38
90	5	5	4	4	5	5	5	4	3	40
91	4	5	5	4	4	3	5	5	5	40
92	4	5	5	5	5	5	4	5	4	42
93	5	4	4	5	3	4	3	4	4	36
94	5	5	5	5	3	3	5	5	5	41
95	5	5	4	4	5	3	4	5	4	39
96	5	4	5	5	3	5	5	5	5	42
97	4	5	4	5	4	4	3	4	5	38
98	4	5	5	4	5	4	4	5	5	41
99	5	3	5	5	2	5	5	5	5	40
100	4	4	5	4	4	3	5	2	5	36





NO	KEPUASAN PELANGGAN (Y)						
1	5	4	4	5	5	5	28
2	4	5	5	4	4	4	26
3	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	4	4	5	4	27
5	4	4	4	4	4	3	23
6	5	5	5	5	5	5	30
7	3	4	4	4	3	4	22
8	5	5	5	5	5	5	30
9	4	4	4	3	4	4	23
10	5	4	4	3	4	3	23
11	3	3	3	3	3	4	19
12	4	4	4	4	4	5	25
13	4	4	4	4	5	5	26
14	4	4	4	4	4	4	24
15	3	4	4	4	4	4	23
16	4	2	3	4	4	4	21
17	4	3	4	4	4	4	23
18	5	4	4	4	3	3	23
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	4	4	4	4	4	24
22	5	4	4	4	4	4	25
23	5	5	5	5	5	5	30
24	3	4	4	4	5	5	25
25	5	5	5	5	5	5	30
26	4	4	4	3	4	5	24
27	5	4	5	4	5	4	27
28	4	3	4	4	4	4	23
29	5	4	4	4	4	4	25
30	4	4	4	4	4	4	24
31	3	4	4	4	3	4	22
32	5	5	5	5	5	5	30
33	3	4	4	4	3	4	22
34	5	5	5	5	5	5	30
35	5	5	5	5	5	5	30
36	3	4	4	4	3	4	22
37	5	5	5	5	5	5	30
38	4	4	4	3	4	5	24
39	5	4	5	4	5	4	27



40	5	5	5	5	5	5	30
41	4	3	4	4	4	4	23
42	5	4	4	4	4	4	25
43	4	4	4	4	4	4	24
44	5	5	5	5	5	5	30
45	3	4	4	4	4	4	23
46	4	2	3	4	4	4	21
47	4	3	4	4	4	4	23
48	5	5	5	5	5	5	30
49	3	4	4	4	3	4	22
50	5	5	5	5	5	5	30
51	4	4	4	3	4	4	23
52	5	4	5	4	5	4	27
53	4	3	4	4	4	4	23
54	5	4	4	4	4	4	25
55	4	4	4	4	4	4	24
56	4	2	3	4	4	4	21
57	4	3	4	4	4	4	23
58	5	4	4	4	4	4	25
59	5	5	5	5	5	5	30
60	3	4	4	4	3	4	22
61	5	5	5	5	5	5	30
62	4	2	3	4	4	4	21
63	4	3	4	4	4	4	23
64	5	4	4	4	4	4	25
65	5	4	4	4	4	4	25
66	4	4	4	4	4	4	24
67	5	5	5	5	5	5	30
68	3	4	4	4	3	4	22
69	5	5	5	5	5	5	30
70	3	4	4	4	4	4	23
71	5	5	5	5	5	5	30
72	3	4	4	4	3	4	22
73	5	5	5	5	5	5	30
74	4	4	4	3	4	4	23
75	5	4	4	3	4	3	23
76	3	3	3	3	3	4	19
77	4	4	4	4	4	5	25
78	4	4	4	4	4	4	24
79	4	4	4	4	4	4	24
80	3	4	4	4	4	4	23



81	4	2	3	4	4	4	21
82	4	3	4	4	4	4	23
83	3	4	4	4	3	4	22
84	5	5	5	5	5	5	30
85	3	4	4	4	3	4	22
86	5	5	5	5	5	5	30
87	5	5	5	5	5	5	30
88	3	4	4	4	3	4	22
89	5	5	5	5	5	5	30
90	4	4	4	3	4	5	24
91	5	4	5	4	5	4	27
92	5	5	5	5	5	5	30
93	4	3	4	4	4	4	23
94	5	4	4	4	4	4	25
95	4	4	4	4	4	4	24
96	5	4	4	5	5	5	28
97	4	5	5	4	4	4	26
98	4	4	4	4	4	4	24
99	5	3	4	3	4	4	23
100	4	4	4	4	4	3	23



Lampiran 2 Distribusi Jawaban Variabel Kualitas Pelayanan (X1)

FREQUENCIES VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 X1.9 X1.10 X1.11
X1.12 X1.13 X1.14

X1.15 X1.16 TOTAL

/STATISTICS=MEAN MEDIAN MODE SUM

/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes		
Output Created	25-AUG-2022 21:12:57	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax	FREQUENCIES VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 X1.9 X1.10 X1.11 X1.12 X1.13 X1.14 X1.15 X1.16 TOTAL /STATISTICS=MEAN MEDIAN MODE SUM /ORDER=ANALYSIS.	
Resources	Processor Time	00:00:00.05
	Elapsed Time	00:00:00.09

Statistics

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7										
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100										
	Missing	0	0	0	0	0	0	0										
	Mean	4.56	4.37	4.40	4.45	4.20	4.16	4.31										
	Median	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00										
	Mode	5	5	5	5	5	5	5										
	Sum	456	437	440	445	420	416	431										

Statistics

		X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14			
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100			
	Missing	0	0	0	0	0	0	0			
	Mean	4.33	4.23	4.33	3.99	4.20	3.42	3.83			
	Median	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00			
	Mode	5	5	5	5	5	4	5			
	Sum	433	423	433	399	420	342	383			

Statistics

		X1.15	X1.16	TOTAL
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		3.83	4.13	66.74
Median		4.00	4.00	67.00
Mode		4	4 ^a	60
Sum		383	413	6674

a. Multiple modes exist. The smallest value is shown

Frequency Table

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	5.0	5.0	5.0
	4	34	34.0	34.0	39.0
	5	61	61.0	61.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	19	19.0	19.0	20.0
	4	22	22.0	22.0	42.0
	5	58	58.0	58.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	12	12.0	12.0	12.0
	4	36	36.0	36.0	48.0
	5	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	3	7	7.0	7.0	9.0
	4	33	33.0	33.0	42.0
	5	58	58.0	58.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	1	1.0	1.0	2.0
	3	18	18.0	18.0	20.0
	4	37	37.0	37.0	57.0
	5	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.0	3.0	3.0
	3	23	23.0	23.0	26.0
	4	26	26.0	26.0	52.0
	5	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	4	4.0	4.0	5.0
	3	15	15.0	15.0	20.0
	4	23	23.0	23.0	43.0
	5	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	6	6.0	6.0	8.0
	3	8	8.0	8.0	16.0
	4	25	25.0	25.0	41.0
	5	59	59.0	59.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	6	6.0	6.0	7.0
	3	24	24.0	24.0	31.0
	4	7	7.0	7.0	38.0
	5	62	62.0	62.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.0	3.0	3.0
	2	2	2.0	2.0	5.0
	3	12	12.0	12.0	17.0
	4	25	25.0	25.0	42.0
	5	58	58.0	58.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	12	12.0	12.0	12.0
	2	8	8.0	8.0	20.0
	3	7	7.0	7.0	27.0
	4	15	15.0	15.0	42.0
	5	58	58.0	58.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	3.0	3.0	3.0
2	11	11.0	11.0	14.0
3	6	6.0	6.0	20.0
4	23	23.0	23.0	43.0
5	57	57.0	57.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	17	17.0	17.0	17.0
2	12	12.0	12.0	29.0
3	9	9.0	9.0	38.0
4	36	36.0	36.0	74.0
5	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.14

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	9	9.0	9.0	9.0
2	14	14.0	14.0	23.0
3	3	3.0	3.0	26.0
4	33	33.0	33.0	59.0
5	41	41.0	41.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	7.0	7.0	7.0
	2	14	14.0	14.0	21.0
	3	3	3.0	3.0	24.0
	4	41	41.0	41.0	65.0
	5	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	6	6.0	6.0	8.0
	3	10	10.0	10.0	18.0
	4	41	41.0	41.0	59.0
	5	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

TOTAL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	52	1	1.0	1.0	1.0
	54	1	1.0	1.0	2.0
	57	1	1.0	1.0	3.0
	58	5	5.0	5.0	8.0
	59	4	4.0	4.0	12.0
	60	9	9.0	9.0	21.0
	61	6	6.0	6.0	27.0
	62	4	4.0	4.0	31.0
	63	2	2.0	2.0	33.0
	64	2	2.0	2.0	35.0
	65	5	5.0	5.0	40.0
	66	8	8.0	8.0	48.0
	67	5	5.0	5.0	53.0
	68	6	6.0	6.0	59.0
	69	6	6.0	6.0	65.0
	70	4	4.0	4.0	69.0
	71	5	5.0	5.0	74.0
	72	6	6.0	6.0	80.0
	73	6	6.0	6.0	86.0
	74	3	3.0	3.0	89.0
	75	4	4.0	4.0	93.0
	76	2	2.0	2.0	95.0
	77	3	3.0	3.0	98.0
	78	1	1.0	1.0	99.0
	79	1	1.0	1.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Lampiran 3 Distribusi Jawaban Variabel Kebijakan Tarif (X2)

FREQUENCIES VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 X2.7 X2.8 X2.9 TOTAL

/STATISTICS=MEAN MEDIAN MODE SUM

/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes		
Output Created	25-AUG-2022 21:15:18	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax	FREQUENCIES VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 X2.7 X2.8 X2.9 TOTAL /STATISTICS=MEAN MEDIAN MODE SUM /ORDER=ANALYSIS.	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.02

Statistics

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7			
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100			
	Missing	0	0	0	0	0	0	0			
Mean		4.35	4.24	4.30	4.26	4.10	4.19	4.07			
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00			
Mode		5	4	4	4	4	4	4			
Sum		435	424	430	426	410	419	407			

Statistics

		X2.8	X2.9	TOTAL
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		4.22	4.22	37.95
Median		4.00	4.00	37.00
Mode		4	5	36
Sum		422	422	3795

Frequency Table

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	11	11.0	11.0	11.0
	4	43	43.0	43.0	54.0
	5	46	46.0	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	7	7.0	7.0	9.0
	4	56	56.0	56.0	65.0
	5	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	4.0	4.0	4.0
	4	62	62.0	62.0	66.0
	5	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	4	4.0	4.0	5.0
	4	63	63.0	63.0	68.0
	5	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.0	2.0	2.0
	3	18	18.0	18.0	20.0
	4	48	48.0	48.0	68.0
	5	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	12	12.0	12.0	12.0
	4	57	57.0	57.0	69.0
	5	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	8.0	8.0	8.0
	3	13	13.0	13.0	21.0
	4	43	43.0	43.0	64.0
	5	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	7	7.0	7.0	10.0
	4	55	55.0	55.0	65.0
	5	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	21	21.0	21.0	24.0
	4	27	27.0	27.0	51.0
	5	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

TOTAL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	28	1	1.0	1.0	1.0
	31	1	1.0	1.0	2.0
	32	3	3.0	3.0	5.0

33	4	4.0	4.0	9.0
34	7	7.0	7.0	16.0
35	13	13.0	13.0	29.0
36	15	15.0	15.0	44.0
37	8	8.0	8.0	52.0
38	8	8.0	8.0	60.0
39	2	2.0	2.0	62.0
40	10	10.0	10.0	72.0
41	9	9.0	9.0	81.0
42	7	7.0	7.0	88.0
43	1	1.0	1.0	89.0
44	4	4.0	4.0	93.0
45	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 4 Distribusi Jawaban Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

FREQUENCIES VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y.6 TOTAL

/STATISTICS=MEAN MEDIAN MODE SUM

/ORDER=ANALYSIS.

Frequencies

Notes		
Output Created	25-AUG-2022 21:16:59	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data.
Syntax	FREQUENCIES VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y.6 TOTAL /STATISTICS=MEAN MEDIAN MODE SUM /ORDER=ANALYSIS.	
Resources	Processor Time	00:00:00.02
	Elapsed Time	00:00:00.02

Statistics

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOTAL
N	Valid	100	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0	0
Mean		4.24	4.04	4.22	4.14	4.18	4.27	25.09
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
Mode		5	4	4	4	4	4	30
Sum		424	404	422	414	418	427	2509

Frequency Table

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	18	18.0	18.0	18.0
	4	40	40.0	40.0	58.0
	5	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	5.0	5.0	5.0
	3	12	12.0	12.0	17.0
	4	57	57.0	57.0	74.0
	5	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	7.0	7.0	7.0
	4	64	64.0	64.0	71.0
	5	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	11	11.0	11.0	11.0
	4	64	64.0	64.0	75.0
	5	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	14	14.0	14.0	14.0
	4	54	54.0	54.0	68.0
	5	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	5.0	5.0	5.0
	4	63	63.0	63.0	68.0
	5	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

TOTAL

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	19	2	2.0	2.0	2.0
	21	5	5.0	5.0	7.0
	22	11	11.0	11.0	18.0
	23	22	22.0	22.0	40.0
	24	16	16.0	16.0	56.0
	25	11	11.0	11.0	67.0
	26	3	3.0	3.0	70.0
	27	5	5.0	5.0	75.0
	28	2	2.0	2.0	77.0
	30	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Lampiran 5 Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X1)

CORRELATIONS

/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 X1.9 X1.10 X1.11 X1.12 X1.13
X1.14 X1.15 X1.16

TOTAL

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/STATISTICS DESCRIPTIVES

/MISSING=PAIRWISE.

Correlations

Notes	
Output Created	25-AUG-2022 21:12:02
Comments	
Input	
Active Dataset	DataSet0
Filter	<none>
Weight	<none>
Split File	<none>
N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing User-defined missing values are treated as missing.
Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.

Syntax	CORRELATIONS	
	/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 X1.9 X1.10 X1.11 X1.12 X1.13 X1.14 X1.15 X1.16 TOTAL /PRINT=TWOTAIL NOSIG /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00.06
	Elapsed Time	00:00:00.16

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	4.56	.592	100
X1.2	4.37	.825	100
X1.3	4.40	.696	100
X1.4	4.45	.796	100
X1.5	4.20	.841	100
X1.6	4.16	.982	100
X1.7	4.31	.940	100
X1.8	4.33	.995	100
X1.9	4.23	1.072	100
X1.10	4.33	.975	100
X1.11	3.99	1.439	100
X1.12	4.20	1.146	100
X1.13	3.42	1.430	100
X1.14	3.83	1.341	100
X1.15	3.83	1.248	100
X1.16	4.13	.960	100
TOTAL	66.74	6.051	100

Correlations

	X1. 1	X1. 2	X1. 3	X1. 4	X1. 5	X1. 6	X1. 7	X1. 8	X1. 9	X1. 10	X1. 11						
X1 .1 Pearson Correlati on	1	.29 6**	.21 1*	.14 6	.24 0*	.41 8**	- 04 3	.28 3**	.12 9	- 06 1	.03 0						
Sig. (2- tailed)		.00 3	.03 5	.14 8	.01 6	.00 0	.67 2	.00 4	.20 0	.54 7	.76 4						
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100						
X1 .2 Pearson Correlati on	.29 6**	1	.13 7	.20 5*	.15 4	.02 4	.02 0	.08 4	.08 6	- 12 8	.01 2						
Sig. (2- tailed)	.00 3		.17 3	.04 0	.12 5	.81 3	.84 4	.40 9	.39 7	.20 3	.90 8						
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100						
X1 .3 Pearson Correlati on	.21 1*	.13 7	1	.03 6	.08 6	.30 4**	.34 9**	.01 2	.40 3**	- 06 2	.31 7**						
Sig. (2- tailed)	.03 5	.17 3		.71 9	.39 3	.00 2	.00 0	.90 8	.00 0	.53 7	.00 1						
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100						
X1 .4 Pearson Correlati on	.14 6	.20 5*	.03 6	1	.01 5	.21 7*	.01 4	.30 8**	- 02 8	.05 4	.02 2						
Sig. (2- tailed)	.14 8	.04 0	.71 9		.88 2	.03 0	.88 9	.00 2	.78 4	.59 4	.83 1						
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100						
X1 .5 Pearson Correlati on	.24 0*	.15 4	.08 6	- 01 5	1	- 11 3	.29 2**	.08 9	.35 2**	.12 8	.09 3						

	Sig. (2-tailed)	.016	.125	.393	.882		.265	.003	.377	.000	.204	.355						
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100						
X1.6	Pearson Correlation	.418**	-.024	.304**	.217*	-.113	.11	-.131	.410**	-.007	-.161	-.049						
	Sig. (2-tailed)	.000	.813	.002	.030	.265		.194	.000	.949	.109	.629						
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100						
X1.7	Pearson Correlation	-.043	.020	.349**	.014	.292**	-.131	.11	.030	.089	.295**	.316**						
	Sig. (2-tailed)	.672	.844	.000	.889	.003	.194		.768	.379	.003	.001						
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100						
X1.8	Pearson Correlation	.283**	.084	.012	.308**	.089	.410**	.030	-.102	.072	.012	-.019						
	Sig. (2-tailed)	.004	.409	.908	.002	.377	.000	.768	.477	.907	.853							
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100						
X1.9	Pearson Correlation	.129	.086	.403**	.028	.352**	-.007	.089	.072	1	.014	.008						
	Sig. (2-tailed)	.200	.397	.000	.784	.000	.949	.379	.477		.893	.937						
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100						
X1.10	Pearson Correlation	-.061	-.128	.062	.054	.128	-.161	.295**	.012	.014	1	.089						

Sig. (2-tailed)	.541	.298	.311	.640	.530	.106	.457	.133	.373	.199	.072						
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100						
X1 Pearson	-.16	-.058	-.023	-.028	-.033	-.001	-.020	-.012	-.014	-.105	-.065						
Correlation																	
Sig. (2-tailed)	.564	.820	.437	.779	.001	.993	.044	.893	.173	.300	.522						
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100						
TO Pearson	.343**	.236**	.387**	.322**	.278**	.252*	.361**	.418**	.308**	.388**	.359**						
Correlation																	
Sig. (2-tailed)	.000	.018	.000	.000	.000	.011	.000	.000	.000	.000	.000						
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100						

Correlations

		X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	X1.16	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	-.033	-.030	.045	.062	-.058	.343**
	Sig. (2-tailed)	.746	.766	.658	.541	.564	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.188	.090	-.016	-.105	-.023	.236*
	Sig. (2-tailed)	.061	.375	.877	.298	.820	.018
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	-.127	.063	.052	.102	-.079	.387**
	Sig. (2-tailed)	.209	.534	.608	.311	.437	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	-.166	.169	.120	.047	.028	.322**

	Sig. (2-tailed)	.099	.092	.236	.640	.779	.001
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.052	.047	-.068	-.064	-.333**	.278**
	Sig. (2-tailed)	.605	.642	.501	.530	.001	.005
	N	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	-.217*	.045	-.033	.163	-.001	.252*
	Sig. (2-tailed)	.030	.655	.746	.106	.993	.011
	N	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	-.068	.165	.106	-.075	-.202*	.361**
	Sig. (2-tailed)	.504	.100	.292	.457	.044	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	-.174	.292**	.179	.151	-.014	.418**
	Sig. (2-tailed)	.084	.003	.075	.133	.893	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	-.030	.062	.020	.090	-.137	.308**
	Sig. (2-tailed)	.770	.543	.840	.373	.173	.002
	N	100	100	100	100	100	100
X1.10	Pearson Correlation	.293**	.226	.159	.130	.105	.388**
	Sig. (2-tailed)	.003	.024	.114	.199	.300	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.11	Pearson Correlation	.013	.351**	-.121	-.181	-.065	.359**
	Sig. (2-tailed)	.894	.000	.229	.072	.522	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.12	Pearson Correlation	1	.343**	.121	.137	.242*	.328**
	Sig. (2-tailed)		.000	.231	.174	.015	.001

	N	100	100	100	100	100	100
X1.13	Pearson Correlation	.343**	1	.069	.097	-.092	.579**
	Sig. (2-tailed)	.000		.494	.337	.364	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.14	Pearson Correlation	.121	.069	1	.628**	.300**	.494**
	Sig. (2-tailed)	.231	.494		.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.15	Pearson Correlation	.137	.097	.628**	1	.347**	.484**
	Sig. (2-tailed)	.174	.337	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.16	Pearson Correlation	.242*	-.092	.300**	.347**	1	.204*
	Sig. (2-tailed)	.015	.364	.002	.000		.042
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.328**	.579**	.494**	.484**	.204*	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.042	
	N	100	100	100	100	100	100

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 6 Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X1)

RELIABILITY

/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 X1.9 X1.10 X1.11 X1.12 X1.13
X1.14 X1.15 X1.16

TOTAL

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA

/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE

/SUMMARY=TOTAL.

Reliability

Notes	
Output Created	25-AUG-2022 21:12:23
Comments	
Input	
Active Dataset	DataSet0
Filter	<none>
Weight	<none>
Split File	<none>
N of Rows in Working Data	100
File	
Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing User-defined missing values are treated as missing.
Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.

Syntax	RELIABILITY	
	/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 X1.9 X1.10 X1.11 X1.12 X1.13 X1.14 X1.15 X1.16 TOTAL /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL.	
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.02

Scale: ALL VARIABLES

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
.670	17

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	4.56	.592	100
X1.2	4.37	.825	100
X1.3	4.40	.696	100
X1.4	4.45	.796	100
X1.5	4.20	.841	100
X1.6	4.16	.982	100
X1.7	4.31	.940	100
X1.8	4.33	.995	100
X1.9	4.23	1.072	100
X1.10	4.33	.975	100
X1.11	3.99	1.439	100
X1.12	4.20	1.146	100
X1.13	3.42	1.430	100
X1.14	3.83	1.341	100
X1.15	3.83	1.248	100
X1.16	4.13	.960	100
TOTAL	66.74	6.051	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	128.92	141.913	.299	.663
X1.2	129.11	142.442	.170	.667
X1.3	129.08	140.438	.336	.659
X1.4	129.03	140.898	.261	.662
X1.5	129.28	141.517	.212	.664

X1.6	129.32	141.452	.174	.666
X1.7	129.17	139.153	.290	.659
X1.8	129.15	137.381	.347	.654
X1.9	129.25	139.624	.225	.662
X1.10	129.15	138.270	.316	.657
X1.11	129.49	136.030	.249	.659
X1.12	129.28	138.688	.240	.661
X1.13	130.06	128.481	.492	.634
X1.14	129.65	132.250	.403	.645
X1.15	129.65	133.422	.399	.646
X1.16	129.35	142.654	.126	.669
TOTAL	66.74	36.619	1.000	.557

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
133.48	146.474	12.103	17

Lampiran 7 Uji Validitas Kebijakan Tarif (X2)

CORRELATIONS

/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 X2.7 X2.8 X2.9 TOTAL

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/

Correlations

Notes	
Output Created	25-AUG-2022 21:14:36
Comments	
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File Missing Value Handling Definition of Missing Cases Used
	DataSet0 <none> <none> <none> 100
Syntax	User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair. CORRELATIONS /VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 X2.7 X2.8 X2.9 TOTAL /PRINT=TWOTAIL NOSIG /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time 00:00:00.08 Elapsed Time 00:00:00.09

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X2.1	4.35	.672	100
X2.2	4.24	.668	100
X2.3	4.30	.541	100
X2.4	4.26	.579	100
X2.5	4.10	.759	100
X2.6	4.19	.631	100
X2.7	4.07	.902	100
X2.8	4.22	.705	100
X2.9	4.22	.883	100
TOTAL	37.95	3.762	100

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6				
X2.1	Pearson Correlation	1	.373**	.403**	.516**	.406**	.389**				
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000				
	N	100	100	100	100	100	100				
X2.2	Pearson Correlation	.373**	1	.553**	.411**	.490**	.202*				
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.044				
	N	100	100	100	100	100	100				
X2.3	Pearson Correlation	.403**	.553**	1	.490**	.246*	.157				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.014	.119				
	N	100	100	100	100	100	100				

X2.4	Pearson Correlation	.516**	.411**	.490**	1	.101	.471**				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.317	.000				
	N	100	100	100	100	100	100				
X2.5	Pearson Correlation	.406**	.490**	.246*	.101	1	.234*				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.014	.317		.019				
	N	100	100	100	100	100	100				
X2.6	Pearson Correlation	.389**	.202*	.157	.471**	.234*	1				
	Sig. (2-tailed)	.000	.044	.119	.000	.019					
	N	100	100	100	100	100	100				
X2.7	Pearson Correlation	.309**	.206*	.474**	.158	.477**	.172				
	Sig. (2-tailed)	.002	.039	.000	.116	.000	.088				
	N	100	100	100	100	100	100				
X2.8	Pearson Correlation	.433**	.702**	.620**	.427**	.185	.337**				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.065	.001				
	N	100	100	100	100	100	100				
X2.9	Pearson Correlation	-.097	-.005	.241*	.104	-.033	-.185				
	Sig. (2-tailed)	.337	.962	.016	.302	.743	.066				
	N	100	100	100	100	100	100				
TOTAL	Pearson Correlation	.662**	.700**	.752**	.632**	.593**	.477**				
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000				
	N	100	100	100	100	100	100				

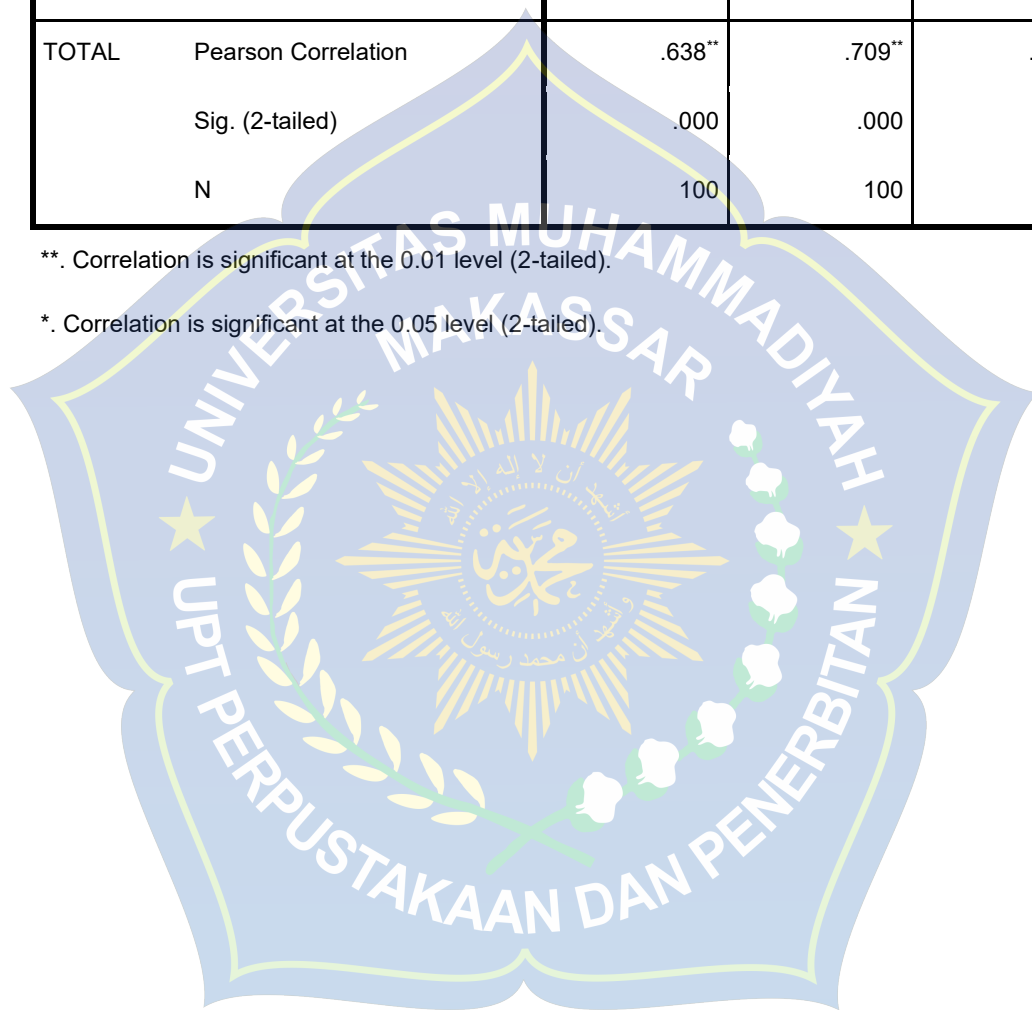
Correlations

		X2.7	X2.8	X2.9	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	.309**	.433**	-.097	.662**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.337	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.206*	.702**	-.005	.700**
	Sig. (2-tailed)	.039	.000	.962	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.474**	.620**	.241*	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.016	.000
	N	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.158	.427**	.104	.632**
	Sig. (2-tailed)	.116	.000	.302	.000
	N	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.477**	.185	-.033	.593**
	Sig. (2-tailed)	.000	.065	.743	.000
	N	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.172	.337**	-.185	.477**
	Sig. (2-tailed)	.088	.001	.066	.000
	N	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	1	.246*	.183	.638**
	Sig. (2-tailed)		.014	.068	.000
	N	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	.246*	1	.051	.709**

	Sig. (2-tailed)	.014		.612	.000
	N	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	.183	.051	1	.283**
	Sig. (2-tailed)	.068	.612		.004
	N	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.638**	.709**	.283**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.004	
	N	100	100	100	100

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



Lampiran 8 Uji Reliabilitas Kebijakan Tarif (X2)

RELIABILITY

/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 X2.7 X2.8 X2.9 TOTAL

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA

/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE

/SUMMARY=TOTAL.

Reliability

Notes	
Output Created	25-AUG-2022 21:14:47
Comments	
Input	Active Dataset DataSet0 Filter <none> Weight <none> Split File <none> N of Rows in Working Data File 100 Matrix Input
Missing Value Handling	Definition of Missing User-defined missing values are treated as missing. Cases Used Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.
Syntax	RELIABILITY /VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3 X2.4 X2.5 X2.6 X2.7 X2.8 X2.9 TOTAL /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE /SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time 00:00:00.02 Elapsed Time 00:00:00.03

Scale: ALL VARIABLES

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
.743	10

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X2.1	4.35	.672	100
X2.2	4.24	.668	100
X2.3	4.30	.541	100
X2.4	4.26	.579	100
X2.5	4.10	.759	100
X2.6	4.19	.631	100
X2.7	4.07	.902	100
X2.8	4.22	.705	100
X2.9	4.22	.883	100
TOTAL	37.95	3.762	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	71.55	50.351	.607	.716
X2.2	71.66	50.004	.650	.713
X2.3	71.60	50.768	.718	.716
X2.4	71.64	51.425	.582	.722
X2.5	71.80	50.404	.521	.720
X2.6	71.71	52.471	.408	.732
X2.7	71.83	48.749	.559	.711
X2.8	71.68	49.573	.658	.711
X2.9	71.68	53.614	.170	.748
TOTAL	37.95	14.149	1.000	.760

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
75.90	56.596	7.523	10

Lampiran 9 Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

CORRELATIONS

/VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y.6 TOTAL

/PRINT=TWOTAIL NOSIG

/STATISTICS DESCRIPTIVES

Correlations

Notes		
Output Created	25-AUG-2022 21:16:31	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data	100
	File	
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax	CORRELATIONS /VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y.6 TOTAL /PRINT=TWOTAIL NOSIG /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING=PAIRWISE.	
Resources	Processor Time	00:00:00.03
	Elapsed Time	00:00:00.03

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y.1	4.24	.740	100
Y.2	4.04	.764	100
Y.3	4.22	.561	100
Y.4	4.14	.586	100
Y.5	4.18	.657	100
Y.6	4.27	.548	100
TOTAL	25.09	3.130	100

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
Y.1	Pearson Correlation	1	.429**	.577**	.480**	.762**	.362**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	
Y.2	Pearson Correlation	.429**	1	.851**	.573**	.508**	.529**	
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	
Y.3	Pearson Correlation	.577**	.851**	1	.673**	.686**	.561**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	
Y.4	Pearson Correlation	.480**	.573**	.673**	1	.642**	.636**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	
Y.5	Pearson Correlation	.762**	.508**	.686**	.642**	1	.649**	

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	
Y.6	Pearson Correlation	.362**	.529**	.561**	.636**	.649**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	
TOTAL	Pearson Correlation	.758**	.805**	.892**	.807**	.871**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	

Correlations

		TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y.2	Pearson Correlation	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y.3	Pearson Correlation	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y.4	Pearson Correlation	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y.5	Pearson Correlation	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000

	N	100
Y.6	Pearson Correlation	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
TOTAL	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	100

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



Lampiran 10 Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y)

RELIABILITY

/VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y.6 TOTAL

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

/MODEL=ALPHA

/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE

/SUMMARY=TOTAL.

Reliability

Notes	
Output Created	25-AUG-2022 21:16:40
Comments	
Input	
Active Dataset	DataSet0
Filter	<none>
Weight	<none>
Split File	<none>
N of Rows in Working Data File	100
Matrix Input	
Missing Value Handling	Definition of Missing User-defined missing values are treated as missing.
Cases Used	Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure.

Syntax		RELIABILITY
		/VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 Y.4 Y.5 Y.6
		TOTAL
		/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
		/MODEL=ALPHA
		/STATISTICS=DESCRIPTIVE SCALE
		/SUMMARY=TOTAL.
Resources	Processor Time	00:00:00.03
	Elapsed Time	00:00:00.22

Scale: ALL VARIABLES

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
.800	7

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y.1	4.24	.740	100
Y.2	4.04	.764	100
Y.3	4.22	.561	100
Y.4	4.14	.586	100
Y.5	4.18	.657	100
Y.6	4.27	.548	100
TOTAL	25.09	3.130	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	45.94	32.724	.700	.768
Y.2	46.14	32.081	.755	.761
Y.3	45.96	33.251	.871	.767
Y.4	46.04	33.615	.771	.772
Y.5	46.00	32.465	.842	.760
Y.6	45.91	34.386	.703	.780
TOTAL	25.09	9.800	1.000	.891

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
50.18	39.200	6.261	7

Lampiran 11 Regresi Linear

REGRESSION

/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N

/MISSING LISTWISE

/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL

/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)

/NOORIGIN

/DEPENDENT Y

/METHOD=ENTER X1 X2

/SCATTERPLOT=(*SRESID,*ZPRED)

/RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID).

Regression

Notes

Output Created	25-AUG-2022 20:12:17	
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	100
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics are based on cases with no missing values for any variable used.

Syntax

REGRESSION

/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV
CORR SIG N

/MISSING LISTWISE

/STATISTICS COEFF OUTS R
ANOVA COLLIN TOL

/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)

/NOORIGIN

/DEPENDENT Y

/METHOD=ENTER X1 X2

/SCATTERPLOT=(*SRESID
*ZPRED)

/RESIDUALS DURBIN
HISTOGRAM(ZRESID)
NORMPROB(ZRESID).

Resources

Processor Time

00:00:01.27

Elapsed Time

00:00:01.51

Memory Required

2912 bytes

Additional Memory Required
for Residual Plots

664 bytes

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	25.09	3.130	100
X1	66.72	6.034	100
X2	37.95	3.762	100

Correlations

		Y	X1	X2
Pearson Correlation	Y	1.000	.368	.460
	X1	.368	1.000	.284
	X2	.460	.284	1.000
Sig. (1-tailed)	Y		.000	.000
	X1	.000		.002
	X2	.000	.002	
N	Y	100	100	100
	X1	100	100	100
	X2	100	100	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2, X1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.522 ^a	.273	.258	2.697	2.299

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	264.755	2	132.378	18.202	.000 ^b
	Residual	705.435	97	7.273		
	Total	970.190	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	
1	(Constant)	3.941	3.594		1.097	.275		
	X1	.134	.047	.258	2.856	.005	.919	
	X2	.322	.075	.387	4.286	.000	.919	

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		VIF	
1	(Constant)		
	X1		1.088
	X2		1.088

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	X1	X2
1	1	2.990	1.000	.00	.00	.00
	2	.006	21.583	.02	.45	.81
	3	.004	28.401	.98	.55	.19

a. Dependent Variable: Y

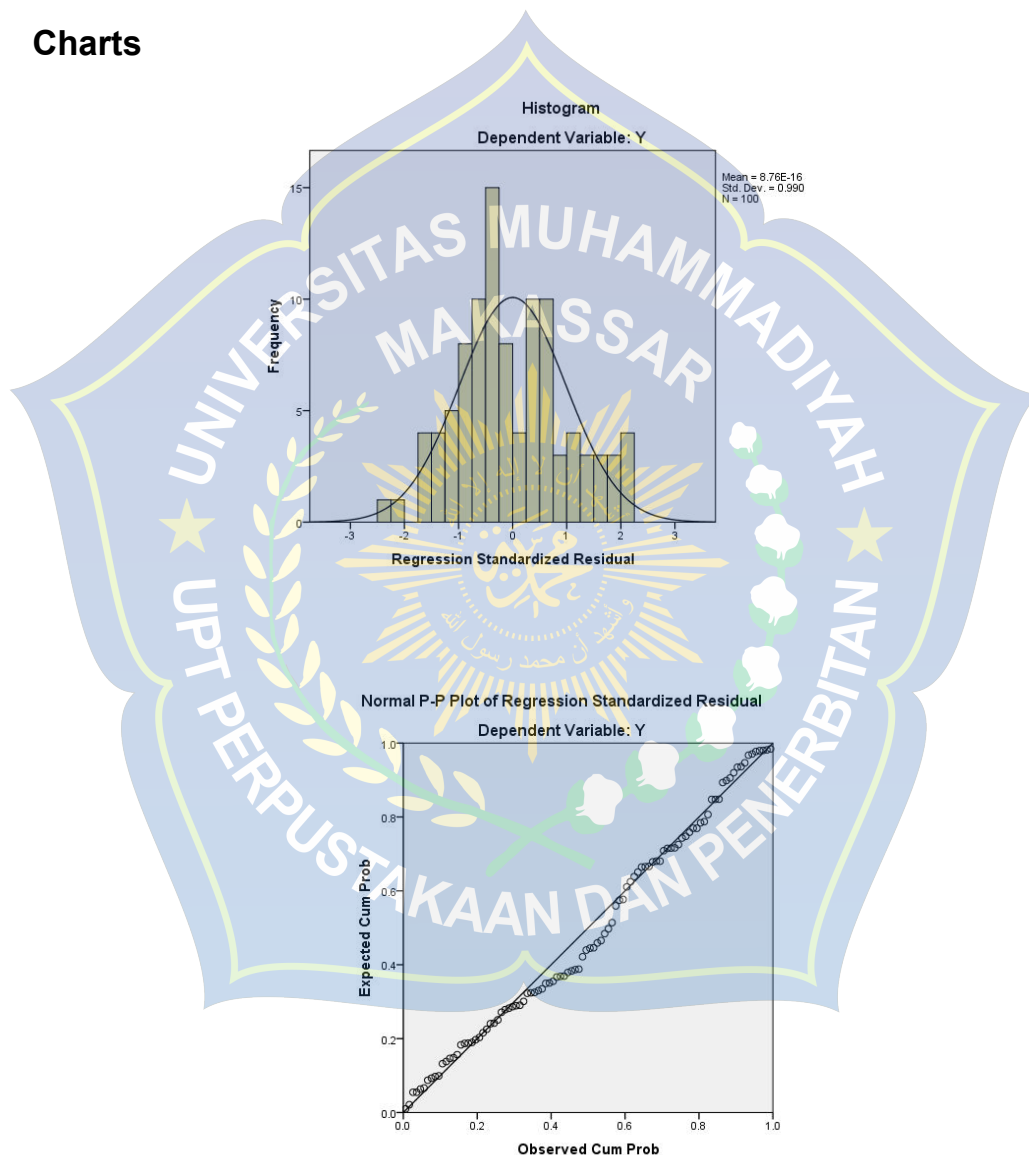
Residuals Statistics^a

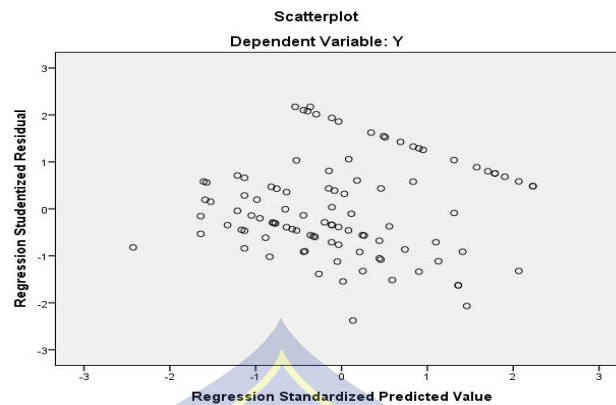
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	21.12	28.74	25.09	1.635	100
Std. Predicted Value	-2.428	2.229	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.270	.920	.451	.123	100
Adjusted Predicted Value	21.31	28.66	25.09	1.638	100
Residual	-6.307	5.793	.000	2.669	100
Std. Residual	-2.339	2.148	.000	.990	100
Stud. Residual	-2.377	2.174	.000	1.006	100
Deleted Residual	-6.515	6.231	.002	2.760	100
Stud. Deleted Residual	-2.437	2.217	.002	1.015	100

Mahal. Distance	.002	10.539	1.980	1.728	100
Cook's Distance	.000	.207	.012	.024	100
Centered Leverage Value	.000	.106	.020	.017	100

a. Dependent Variable: Y

Charts





r Tabel

Tabel r untuk df = 1 - 200

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287

23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988

64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

t Tabel

Titik Persentase Distribusi t (df = 1-40)

df	Pr	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1		1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2		0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3		0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4		0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5		0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6		0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7		0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8		0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9		0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10		0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11		0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12		0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13		0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14		0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15		0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16		0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17		0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18		0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19		0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20		0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21		0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22		0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23		0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24		0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25		0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26		0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27		0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28		0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29		0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30		0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31		0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32		0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33		0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34		0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35		0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36		0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37		0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38		0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39		0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40		0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688

Titik Persentase Distribusi t (df = 41 – 80)

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374



Tabel Uji F

$\alpha = 0,05$	$df_1 = (k-1)$							
$df_2 = (n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161,44 ₈	199,500	215,70 ₇	224,583	230,162	233,98 ₆	236,768	238,883
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,330	19,353	19,371
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941	8,887	8,845
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163	6,094	6,041
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950	4,876	4,818
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284	4,207	4,147
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866	3,787	3,726
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,687	3,581	3,500	3,438
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374	3,293	3,230
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217	3,135	3,072
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095	3,012	2,948
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996	2,913	2,849
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915	2,832	2,767
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848	2,764	2,699
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790	2,707	2,641
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741	2,657	2,591
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699	2,614	2,548
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661	2,577	2,510
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628	2,544	2,477
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599	2,514	2,447
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573	2,488	2,420
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549	2,464	2,397
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528	2,442	2,375
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508	2,423	2,355
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490	2,405	2,337
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474	2,388	2,321
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459	2,373	2,305
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445	2,359	2,291
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432	2,346	2,278
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421	2,334	2,266
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409	2,323	2,255
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399	2,313	2,244

33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389	2,303	2,235
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380	2,294	2,225
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372	2,285	2,217
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364	2,277	2,209
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356	2,270	2,201
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349	2,262	2,194
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342	2,255	2,187
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336	2,249	2,180
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330	2,243	2,174
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324	2,237	2,168
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,318	2,232	2,163
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313	2,226	2,157
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308	2,221	2,152
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304	2,216	2,147
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299	2,212	2,143
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295	2,207	2,138
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290	2,203	2,134
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286	2,199	2,130
51	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283	2,195	2,126
52	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279	2,192	2,122
53	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275	2,188	2,119
54	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272	2,185	2,115
55	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269	2,181	2,112
56	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266	2,178	2,109
57	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263	2,175	2,106
58	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260	2,172	2,103
59	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257	2,169	2,100
60	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254	2,167	2,097
61	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251	2,164	2,094
62	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249	2,161	2,092
63	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246	2,159	2,089
64	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244	2,156	2,087
65	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242	2,154	2,084
66	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239	2,152	2,082
67	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237	2,150	2,080
68	3,982	3,132	2,740	2,507	2,350	2,235	2,148	2,078
69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233	2,145	2,076

70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231	2,143	2,074
71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229	2,142	2,072
72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227	2,140	2,070
73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226	2,138	2,068
74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224	2,136	2,066
75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222	2,134	2,064
76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220	2,133	2,063
77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219	2,131	2,061
78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217	2,129	2,059
79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216	2,128	2,058
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214	2,126	2,056
81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213	2,125	2,055
82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211	2,123	2,053
83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210	2,122	2,052
84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209	2,121	2,051
85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207	2,119	2,049
86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206	2,118	2,048
87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205	2,117	2,047
88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203	2,115	2,045
89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202	2,114	2,044
90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201	2,113	2,043
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200	2,112	2,042
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199	2,111	2,041
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198	2,110	2,040
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197	2,109	2,038
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196	2,108	2,037
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195	2,106	2,036
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194	2,105	2,035
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193	2,104	2,034
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192	2,103	2,033
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191	2,103	2,032

Lampiran 10 Dokumentasi

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PIMPINAN PUSAT MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR
LEMBAGA PENELITIAN PENGEMBANGAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
Jl. Sultan Abdulkin No. 259 Telp. 866972 Fax (0411) 865588 Makassar 90221 E-mail: dp3mumma@plasma.com

Nomor : 1777/05/C 4-VIII/V/40/2022
Lamp : 1 (satu) Rangkap Proposal
Hal : Permohonan Izin Penelitian
Kepada Yth.
Bapak Gubernur Prov. Sul-Sel
Cq. Kepala Dinas Penanaman Modal dan PTSP Prov. Sul-Sel
di -
Makassar

16 Syawal 1443 H
17 May 2022 M

Berdasarkan surat Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar, nomor: 54/05/A-2-II/V/43/2022 tanggal 17 Mei 2022, menerangkan bahwa mahasiswa tersebut di bawah ini:

Nama : WARDIMAN SYARIF
No. Stambuk : 10572 1113818
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Jurusan : Manajemen
Pekerjaan : Mahasiswa

Bermaksud melaksanakan penelitian/pengumpulan data dalam rangka penulisan Skripsi dengan judul:

"Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kebijakan Tarif Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar"

Yang akan dilaksanakan dari tanggal 14 Juni 2022 s/d 14 Juli 2022.

Sehubungan dengan maksud di atas, kiranya Mahasiswa tersebut diberikan izin untuk melakukan penelitian sesuai ketentuan yang berlaku.

Demikian, atas perhatian dan kerjasannya diucapkan Jazakumillahu khaeran katziraa.

Katua LP3M,
Dr. H. Abubakar Idhan, M.P.
NPM 401 7716



**PERUSAHAAN UMUM DAERAH AIR MINUM
KOTA MAKASSAR**

Jalan Dr. Sam Ratulangi No. 3 P.O. BOX 1082
Telepon (0411) 850381 - 850382 - 874893 Fax. 874894
Makassar 90113

Makassar, 29 Juni 2022

Nomor : 901/B.2/Um-Kepeg/VI/2022
Sifat :
Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth:

Kepala LP3M UNISMUH Makassar

Di-

Makassar

Dengan hormat,

Menunjuk Surat Kesbang Nomor 070/1319 -II/BKBB/VI/2022 tanggal 15 Juni 2022 dan Disposisi Penjabat Direktur Utama tanggal 20 Juni 2022 perihal Izin Penelitian yang tersebut namanya dibawah ini:

Nama	Wardiman Syarif
NIM	105721113818
Pekerjaan	Mahasiswa (S1) / UNISMUH
Alamat	Jl. Sultan Alauddin No. 259, Makassar
Skripsi	"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEBIJAKAN TARIF TERHADAP KEPuasan PELANGGAN PADA PERUSAHAAN UMUM DAERAH AIR MINUM KOTA MAKASSAR"

Sehubungan Dengan hal tersebut kami dari Perumda Air Minum Kota Makassar bersedia menerima Mahasiswa Saudara untuk melaksanakan Penelitian dalam rangka Penyusunan Skripsi sesuai Judul diatas yang dilaksanakan mulai tanggal 15 Juni s/d 14 Juli 2022.

Demikian disampaikan dan atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Bagian Umum & Kepegawaian

Adrs. Buri Tompa
Kepala Bagian

Tembusan

1. Yth. Direksi Perumda Air Minum Kota Makassar
2. Kepala Bagian / Kepala Wilayah Perumda Air Minum Kota Makassar
3. Kepala LP3M UNISMUH Makassar di Makassar
4. Bersangkutan
5. Arsip



**PEMERINTAH KOTA MAKASSAR
BADAN KESATUAN BANGSA DAN POLITIK**

Jalan Ahmad Yani No 2 Makassar 90111
Telp +62411 - 3615867 Fax +62411 - 3615867
Email : Kesbang@makassar.go.id Home page : <http://www.makassar.go.id>

Makassar, 15 Juni 2022

K e p a d a

Yth. DIR. PD, AIR MINUM
KOTA MAKASSAR

DI -
MAKASSAR

**SURAT IZIN PENELITIAN
Nomor : 070/ 139 -II/BKBP/VI/2022**

- Dasar :
1. Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2019 tentang Sistem Nasional Ilmu Pengetahuan dan Teknologi.
 2. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 17 Tahun 2016 tentang Pedoman Penelitian dan Pengembangan di Kementerian Dalam Negeri dan Pemerintahan Daerah.
 3. Peraturan Daerah Kota Makassar Nomor 8 Tahun 2016 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Kota Makassar (Lembaran Daerah Kota Makassar Tahun 2016 Nomor 8).
- Memperhatikan :
- : Surat Kepala Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Provinsi Sulawesi Selatan nomor 3066/RS.01/PTSP/2022 Tanggal 13 Juni 2022 perihal Izin Penelitian.

Setelah membaca maksud dan tujuan penelitian yang tercantum dalam proposal penelitian, maka pada prinsipnya Kami menyetujui dan memberikan Izin Penelitian kepada :

Nama : **WARDIMAN SYARIF**
NIM/ Jurusan : 105721113818 / Manajemen
Pekerjaan : Mahasiswa (S1) / UNISMUH
Tanggal pelaksanaan : 15 Juni s/d 14 Juli 2022
Jenis Penelitian : Skripsi
Alamat : Jl. Sri Auidin No. 259, Makassar
Judul : **"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEBIJAKAN TARIF TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN UMUM DAERAH AIR MINUM KOTA MAKASSAR"**

Demikian Surat Izin Penelitian ini diberikan agar digunakan sebagaimana mestinya dan selanjutnya yang bersangkutan melaporkan hasilnya kepada Walikota melalui Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar melalui Email Bidanghublabakesbangpolmks@gmail.com.

a.n. WALIKOTA MAKASSAR
KEPALA BADAN KESBANGPOL



DR. HARI, S.I.P., S.H., M.H., M.Si
Pangkat : Pembina Tingkat IV/b
NIP : 19730607 1993111 001

Tembusan :

1. Walikota Makassar di Makassar (sebagai laporan).
2. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Prov. Sul. - Sst. di Makassar.
3. Kepala Badan Kesatuan Bangsa dan Politik Kota Makassar (sebagai laporan).
4. Kepala Unit Pelaksana Teknis P2T badan Koordinasi Penanaman Modal Daerah Prov. Sul Sel. Makassar.
5. Kepala UPTM UNISMUH Makassar di Makassar.
6. Mahasiswa yang bersangkutan.
7. Arsip.



**PERUSAHAAN UMUM DAERAH AIR MINUM
KOTA MAKASSAR**

Jalan Dr. Sam Ratulangi No. 3 PO.BOX 1082
Telepon (0411) 850381 - 850382 - 874893 Fax. 874894
Makassar 90113

SURAT KETERANGAN

Nomor : 04/B.3e/Um-Kep/IX/2022

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Drs. Basri Tompo
N P P : 936690212
Jabatan : Kepala Bagian Umum dan Kepegawaian

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Wardiman Syarif
Nim : 163721113813
Pekerjaan : Mahasiswa (S1) - UNISMUH

Telah melaksanakan Penelitian pada Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar dari tanggal 15 Juni sampai dengan 14 Juli 2022. Dengan Judul Skripsi

"PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN KEBIJAKAN TARIF TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN UMUM DAERAH AIR MINUM KOTA MAKASSAR"

Demikian Surat Keterangan ini diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Makassar 16 September 2022

BAGIAN UMUM & KEPEGAWAIAN

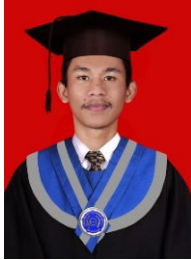
Drs. Basri Tompo
Kepala Bagian

Tembusan :

1. Direksi Perumda Air Minum Kota Makassar
2. Kepala L.P3M UNISMUH Makassar di Makassar
3. Mahasiswa Yang Bersangkutan
4. Arsip



BIOGRAFI PENULIS



Wardiman syarif, Lahir di Iwoimendaa pada tanggal 14 November 2000 dari pasangan suami istri Bapak Syarifuddin dan Ibu Nurbaeti. Peneliti adalah anak Pertama dari 4 bersaudara. Penulis sekarang bertempat tinggal di Jl. Sultan Alauddin 2 Mangasa, Kec. Tamalate, Kota Makassar.

Pendidikan yang ditempuh oleh peneliti yaitu SDN 01 Iwoimendaa lulus pada tahun 2012, MTS AL Ikhlas Iwoimendaa, lulus tahun 2015, MAN 02 Kolaka lulus tahun 2018, dan mulai tahun 2018 mengikuti Program S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Program Studi Manajemen Kampus Universitas Muhammadiyah Makassar sampai dengan sekarang. Sampai dengan penulisan skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.