

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM  
(PDAM) TIRTA JENEBERANG KABUPATEN GOWA**

**SKRIPSI**

**OLEH**

**AHMAD RISAL**

**NIM : 105720543315**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**MAKASSAR**

**2020**

**ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PADA PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM  
(PDAM) TIRTA JENEBERANG KABUPATEN GOWA**

**SKRIPSI**

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna*

*Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen*

*Fakultas Ekonomi Dan Bisnis*

**AHMAD RISAL**

**NIM : 105720543315**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR**

**MAKASSAR**

**2020**

*09/04/2021*

*1 ecp  
Smb. Alumni*

*R10063/MAN/21CD  
RIS  
a*

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*Jika Manusia di takdirkan untuk serakah*

*Maka serakalah pada ilmu pengetahuan, dan*

*Jika Manusia ditakdirkan memiliki nafsu*

*Maka bernafsulah pada KEBENARANNYA*

Kupersembahkan karya ini yang mungkin tiada berarti atas jasa-jasanya terhadapku yaitu kepada Ayahandaku (Hasanuddin) Ibundaku (Ramalia), sebagai bukti atas pengorbanannya kepadaku



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN  
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ  
**HALAMAN PERSETUJUAN**

Judul Penelitian : Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa  
Nama Mahasiswa : Ahmad Risal  
No Stambuk/NIM : 105720543325  
Program Studi : Manajemen  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Jenjang Studi : Strata Satu (S1)  
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Makassar

Menyatakan bahwa skripsi ini telah diteliti, diperiksa dan diujikan di depan panitia penguji skripsi Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar pada hari Kamis tanggal 28 Oktober 2020

Makassar, 28 Oktober 2020

Disetujui Oleh :

Pembimbing I,

Dr. H. Andi Rustam., SE., MM., Ak., CA., CPA  
NIDN: 0909096703

Pembimbing II,

Samsul Rizal, SE., MM  
NIDN:0907028401

Diketahui :

Dekan,  
Fakultas Ekonomi & Bisnis  
  
Ismail Rasulong, SE., MM  
NBM: 903078

Unismuh Makassar

Ketua,

Prodi Studi Manajemen

  
Muh. Nur Rasyid, SE., MM  
NBM: 1085576



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN  
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

### HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi atas Nama Ahmad Risal Nim : 105720543315, diterima dan disahkan oleh Panitia Ujian Skripsi berdasarkan Surat Keputusan Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar Nomor : 00011/SK-Y/61/091004/2020 M, Tanggal 11 Rabiul Awal 1442 H / 28 Oktober 2020 M, sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar **Sarjana Manajemen** pada program studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.

Makassar, 11 Rabiul Awal 1442 H

28 Oktober 2020 M

#### PANITIA UJIAN

1. Pengawas Umum : Prof. Dr. H. Ambo Asse., M. Ag.

(Rektor Unismuh Makassar)

2. Ketua : Ismail Rasulong, SE., MM

(Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis)

3. Sekertaris : Dr. Agus Salim HR, SE., MM

(WD I Fakultas Ekonomi dan Bisnis)

4. Penguji : 1. Drs. H. Sultan Sarda, MM

2. Abdul Muttalib, SE., MM

3. Nasrullah, SE., MM

4. Mira, SE., M.Ak

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

(.....)

Disahkan oleh

Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Makassar

Ismail Rasulong, SE., MM

NBM. 903078



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MAKASSAR  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS JURUSAN MANAJEMEN  
Jl. Sultan Alauddin No. 259 Gedung Iqra Lt.7 Tel. (0411) 866 972 Makassar

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

**SURAT PERNYATAAN**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ahmad Risal

Stambuk : 105720543315

Program Studi : Manajemen

Dengan Judul : "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan  
Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta  
Jeneberang Kabupaten Gowa

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. Dan telah diujangkan pada  
tanggal 28 Oktober 2020

Makassar, 28 Oktober 2020

Yang membuat Pernyataan,

Ahmad Risal

Diketahui Oleh :

Ketua,

Jurusan Manajemen

Muh. Nur Rasyid, SE., MM  
NBM: 1085576



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji syukur kita panjatkan kehadirat Allah SWT karena limpahan rahmat dan hidayahnya yang tiada henti diberikan kepada hamba-nya. Shalawat dan salam tak lupa penulis kirimkan kepada nabi Muhammad SAW beserta keluarga, sahabat dan pengikutnya. Merupakan nikmat yang tiada ternilai manakalah penulisan skripsi yang berjudul **"Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa"** dapat diselesaikan. Pelaksanaan penelitian ini sedikit mengalami kesulitan dan hambatan, namun berkat kerja keras penulis dan adanya bimbingan dan bantuan dari beberapa pihak akhirnya skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik.

Skripsi yang penulis buat ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan program sarjana (S1) pada program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis, Universitas Muhammadiyah Makassar. Penulis sadar bahwa skripsi ini dapat terselesaikan seperti sekarang ini karena berkat bantuan dari orang-orang yang selama ini telah membantu, mendukung dan membimbing penulis. Teristimewa dan terutama penulis sampaikan ucapan terima kasih kepada kedua orang tua penulis Bapak dan Ibu serta keluarga yang senantiasa memberi harapan, semangat, kasih sayang, perhatian, dukungan moril, materil dan memanjatkan doa yang tulus tanpa pamrih. Semoga Allah SWT selalu memberikan keberkahan, rahmat, hidayah dan umur yang panjang kepada mereka. Semoga apa yang telah mereka berikan kepada penulis menjadi ibadah.

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 penulis sampaikan dengan hormat kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Ambo Asse., M. Ag., Rektor Universitas Muhammadiyah Makassar
2. Bapak Ismail Rasulong, SE., MM., Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar
3. Bapak Muh. Nur Rasyid, SE., MM., selaku Ketua Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.
4. Bapak Dr. H. Andi Rustam., SE., MM., Ak., CA., CPA, selaku pembimbing I (satu) yang senantiasa meluangkan waktunya membimbing dan mengarahkan penulis, sehingga skripsi selesai dengan baik.
5. Bapak Samsul Rizal, SE., MM., selaku pembimbing II yang telah berkenan membantu selama dalam penyusunan skripsi hingga ujian skripsi.
6. Bapak/Ibu dan asisten dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar yang tak kenal lelah banyak menuangkan ilmunya kepada penulis selama mengikuti kuliah.
7. Segenap Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar.
8. Sahabat-sahabatku yang sudah memberikan nasehat, perhatian dan selalu memberikan bantuan dalam menyelesaikan skripsi.
9. Terima kasih kepada Sitti Munawarah dan keluargaku tercinta atas bantuan moril dan material untuk kelancaran penulisan

10. Rekan mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program studi Manajemen Angkatan 2015, terkhusus buat teman-teman M15F yang selalu belajar bersama yang tidak sedikit bantuannya dan dorongan dalam aktivitas studi penulis.
11. Sahabat-sahabat UKPM atau Catatan Kaki yang selalu membuka pintu untuk selalu berbagi tawa, dukungan, pengalaman, serta cerita hidup yang tak akan terlupakan
12. Terima kasih teruntuk semua kerabat yang tidak biasa saya tulis satu persatu yang telah memberikan semangat, kesabaran, motivasi, dan dukungannya sehingga penulis dapat merampungkan penulis skripsi ini.

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

Mudah-mudahan skripsi yang sederhana ini dapat bermanfaat bagi semua pihak utamanya kepada Almamater Kampus Biru Universitas Muhammadiyah Makassar.

*Billahi fii Sabilil haq, Fastabikul Khairat, Wassalamu'alaikum wr.wb*

Makassar, Mei 2020

AHMAD RISAL

## ABSTRAK

**AHMAD RIZAL, TAHUN 2020, *Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa*, Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Makassar. Dibimbing oleh pembimbing I Andi Rustam dan pembimbing II Samsul Rizal.**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan perusahaan daerah air minum (PDAM) Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif. Subjek dari penelitian ini adalah pelanggan perusahaan daerah Air Minum (PDAM) dan diambil sampel sebanyak 100 orang.

Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Tehnik analisis yang digunakan adalah Analisis Regresi Sederhana. Berdasarkan analisis regresi linier sederhana diperoleh persamaan regresi  $Y=5,183+ 0,122 X$ . Nilai koefisien regresi sebesar 0,122 menyatakan bahwa jika kualitas pelayanan di tingkat 1 satuan, maka nilai kepuasan pelanggan sebesar 0,122.

Berdasarkan pengujian hipotesis dengan uji t di peroleh  $t_{hitung}$  sebesar 5,361  $> t_{tabel}$  4,041 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang dalam artian secara parsial terdapat pengaruh positif kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan perusahaan daerah air minum (PDAM) Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.**

## DAFTAR ISI

<b>SAMPUL</b> .....	i
<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	i
<b>LEMBAR PERSEMBAHAN</b> .....	ii
<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	iii
<b>HALAMAN PENGASAHAAN</b> .....	iv
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>ABSTRAK</b> .....	ix
<b>DAFTAR ISI</b> .....	x
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xii
<b>DAFTAR GAMBAR/BAGAN</b> .....	xiii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat penelitian .....	5
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	7
A. Konsep Manajemen Pemasaran .....	7
B. Pengertian Jasa .....	9
C. Kualitas Pelayanan .....	13
D. Kepuasan pelanggan.....	24
E. Tinjauan Empiris .....	31
F. Kerangka Pikir.....	32
G. Hipotesis .....	33

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	35
A. Jenis Penelitian.....	35
B. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	35
C. Defenisi Operasional Variabel dan pengukuran .....	35
D. Populasi dan sampel .....	38
E. Tehnik pengumpulan data .....	40
F. Tehnik Analisis Data .....	40
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	44
A. Gambaran Umum Perusahaan .....	44
1. Sejarah Singkat Perusahaan.....	44
2. Visi Dan Misi Perusahaan .....	47
3. Struktur Organisasi Perusahaan .....	47
B. Hasil Penelitian .....	50
1. Karakteristik Responden .....	50
2. Deskripsi variabel .....	53
3. Analisis Instrumen Penelitian .....	58
4. Analisis Regresi Linier Sederhana .....	61
5. Uji Hipotesis .....	63
C. Pembahasan.....	64
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	67
A. Kesimpulan .....	67
B. Saran .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	69

## DAFTAR TABEL

Nomor	Judul	Halaman
Tabel 2.1	Tinjauan Empiris	31
Tabel 3.1	Instrumen Skala Likert	38
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	51
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	52
Tabel 4.4	Standar Penilaian	53
Tabel 4.5	Tanggapan Mengenai Kualitas Pelayanan	54
Tabel 4.6	Tanggapan Mengenai Kepuasan Pelanggan	59
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas	61
Tabel 4.8	Hasil Uji Reliabilitas	63
Tabel 4.9	Analisis Regresi Linier Sederhana	64
Tabel 4.10	Uji Nilai Signifikan	65
Tabel 4.11	Uji t	63
Tabel 4.12	Hasil Uji Regresi (Koefisien Determinasi)	64

## DAFTAR GAMBAR

Nomor	Judul	Halaman
Gambar 2.1	Kerangka Pikir	34
Gambar 4.1	Logo Perusahaan	46
Gambar 4.2	Struktur Organisasi	47



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

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

Air memiliki peran penting dalam kehidupan setiap makhluk hidup yang ada di bumi ini. tanpa adanya air, tidak ada kehidupan di dunia ini. Terutama manusia, pada manusia, biasanya air berfungsi sebagai keperluan industri, pertanian, transportasi dan lain sebagainya. Penjelasan ilmiah mengatakan bahwa air bisa di artikan sebagai sebuah senyawa kimia yang terdiri dari dua unsur, yaitu unsur H<sub>2</sub> (hidrogen) yang berkaitan dengan unsur O<sub>2</sub> (oksigen) yang kemudian menghasilkan senyawa air (H<sub>2</sub>O). Senyawa ini yang banyak ditemukan di bumi.

Air merupakan zat yang memiliki fungsi sangat penting dalam kehidupan makhluk hidup. Hal tersebut karena sifat kimia air yang bersifat melarutkan, sehingga sangat berperan penting dalam proses metabolisme tubuh. Secara sederhana, air bisa di artikan sebagai sumber kehidupan dan tanda dari adanya kehidupan. Menjadi sumber kehidupan karena setiap makhluk hidup di bumi memerlukan air untuk bisa bertahan hidup. Sedangkan tanda kehidupannya mengartikan bahwa didalam tubuh manusia sebagian besarnya tersusun dari air. Oleh sebab itu, kelestarian air dan keberadaan air penting untuk dijaga dan dijamin agar kebutuhan kita dapat tercukupi.

Indonesia merupakan salah satu Negara yang memiliki iklim tropis, itu artinya Indonesia mempunyai dua musim yaitu musim penghujan dan musim kemarau. Melihat keadaan seharusnya Indonesia memiliki cadangan

air bersih yang cukup. Seiring waktu, pertumbuhan masyarakat yang tinggi serta pengguna (pelanggan) air pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) semakin bertambah diikuti dengan pertumbuhan ekonomi serta perkembangan industry, banyak yang menggunakan lahan dan air yang terkadang air mengalami kekeruhan serta menyebabkan kelangkaan air semakin meningkat terutama pada saat musim kemarau. Sumber-sumber air tercemar karena limbah yang dihasilkan oleh kegiatan ekonomi dan industri, menyebabkan kualitas air yang bisa langsung dicerna dan dikonsumsi oleh penduduk semakin sedikit, sehingga dibutuhkan suatu badan dan sistem pengelolaan penyediaan air baku untuk dikelola menjadi air bersih yang dapat didistribusikan kepada penduduk.

Sejarah panjang sehingga pemerintah mendirikan perusahaan pengelolaan air minum, sampai terbentuknya Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) dan terbitnya UU 5/1962 tentang Perusahaan Daerah merupakan bukti nyata keseriusan Pemerintah dalam pengelolaan air minum. Aktivitas PDAM antara lain mengumpulkan, mengolah, dan menjernihkan sampai mendistribusikan air ke masyarakat atau pelanggan.

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa penyediaan air bersih. Salah satu dibentuknya tujuan dibentuknya PDAM adalah mencukupi kebutuhan masyarakat akan air bersih, 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 bagi pembiayaan bagi daerah.

Provinsi Sulawesi Selatan khususnya di Kabupaten Gowa pemerintah mendirikan salah satu perusahaan air bersih yaitu PDAM Tirta Jeneberang dengan diserahkan pengelolaannya oleh Pemerintah Daerah Kabupaten Gowa. Pada tahun 1980 Direktorat Jendral Cipta Karya Departemen Pekerjaan Umum Cabang Dinas Gowa mendirikan 1 (satu) pengolahan air, dimana pengolahan dan pengawasannya dilaksanakan oleh Proyek Pengolahan Sarana Air Bersih (PPSAB) Provinsi Sulawesi Selatan, yang berkapasitas produk air bersih 10/detik.

Seperti perusahaan jasa pada umumnya, untuk menghasilkan suatu keuntungan dan keberhasilan dalam suatu perusahaan tentu diperlukan kerja keras dan juga peningkatan suatu mutu kualitas pelayanan kepada pelanggannya. Perusahaan yang berhasil bertahan dalam perdagangan adalah perusahaan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggannya serta pelayanan yang lebih baik. Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang bermutu pada pelanggannya.

Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sekarang sudah menjadi hal yang terpenting dalam perusahaan. Hal ini dikarenakan pelanggan selalu mencari nilai yang di anggap paling tinggi dari beberapa produk atau jasa yang ada. pada perusahaan jasa peningkatan kualitas pelayanan tentu sangatlah mutlak diperlukan oleh perusahaan.

Kualitas pelayanan atau *service* yang diberikan oleh perusahaan dapat mempengaruhi puas tidaknya pelanggan yang menjadi urat nadi suatu perusahaan. Apabila harapan pelanggan sama dengan yang diberikan dari

kinerja jasa produk maka ia akan merasa puas, sebaliknya jika harapan pelanggan lebih tinggi daripada kinerja produk maka ia akan merasa tidak puas. Kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaianya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Kualitas pelayanan dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya (Fandy Tjiptono, 2019:305), yaitu *Reliability* (keandalan), *Assurance* (jaminan), *Tangible* (bukti fisik), *Empathy* (empati), *Responsive* (daya tanggap). Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi.

Bertambahnya jumlah pelanggan pada PDAM Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa tentunya tidak dapat dipungkiri akan banyak pelanggan yang kompleks baik itu dari segi pelayanan maupun pada kualitas produk (air) yang mengalir diantaranya pembayaran yang terkadang naik, air yang keruh, pelayanan saat ada pipa yang mengalami kebocoran sehingga perusahaan perlu meningkatkan kualitas pelayanan agar pelanggan dapat merasa puas dengan apa yang mereka peroleh sesuai apa yang diharapkan. Mengukur tingkat kualitas pelayanan tentunya tidak dapat dipandang dari sudut perusahaan tetapi harus dipandang melalui dari sudut penilaian pelanggan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diketahui bahwasanya untuk membentuk kepuasan pelanggan maka pihak PDAM Tirta Jeneberang harus mengambil langkah-langkah yang diperlukan, sehingga para

pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan pihak PDAM. Oleh karena itu, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa".

#### **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan tersebut, maka rumusan masalah penelitian ini yaitu, "Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang?"

#### **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang

#### **D. Manfaat Penelitian**

##### **1. Bagi Perusahaan**

Sebagai bahan saran bagi perusahaan dalam memberikan informasi yang berguna pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa.

## 2. Bagi Institusi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi dan menambah khasanah ilmu pengetahuan khususnya kualitas pelayanan dan kepuasaan konsumen pada Perusahaan Daerah Air Minum.



## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **A. Konsep Manajemen Pemasaran**

##### **1. Pengertian Manajemen Pemasaran**

Pemasaran merupakan suatu disiplin ilmu yang dipergunakan oleh perusahaan untuk memenuhi kebutuhan konsumen menjadi peluang yang menghasilkan laba perusahaan.

- a. Menurut Sofjan Assauri (2018:12) manajemen pemasaran merupakan kegiatan analisis, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian berbagai program yang disusun dalam pembentukan, pembangunan, dan pemeliharaan laba hasil dari transaksi melalui sasaran pasar untuk mencapai tujuan perusahaan dalam jangka panjang.
- b. Menurut Mullins, Walker dan Boyd yang dikutip Fandy Tjiptono (2019:4), adalah proses sosial yang mencakup aktivitas-aktivitas yang di perlukan untuk memungkinkan individu dan organisasi mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan melalui pertukaran dengan pihak lain dan untuk mengembangkan relasi pertukaran berkesinambungan.
- c. Machfoedz (2010:140) mengemukakan bahwa: "Pemasaran merupakan suatu proses yang di terapkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan dengan menyediakan produk (barang dan jasa). Pelanggan tertentu yang merupakan sasaran upaya pemasaran disebut pasar sasaran.

Pemasaran merupakan kegiatan inti dari tiap perusahaan sehingga perlu adanya pengelolaan dan koordinasi secara baik dan profesional. Pemasaran umumnya dipandang sebagai tugas untuk menciptakan, memperkenalkan dan menyerahkan barang dan jasa kepada konsumen. Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan memperoleh laba.

Berhasil tidaknya suatu perusahaan di dalam pencapaian tujuan tergantung pada bidang pemasaran, produksi, keuangan, maupun bidang lainnya seperti personalia, selain itu juga tergantung pada kemampuan mereka untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar perusahaan dapat berjalan dengan lancar.

Pemasaran merupakan salah satu kegiatan dalam perekonomian yang bukan semata-mata kegiatan untuk menjual barang atau jasa saja, akan tetapi lebih mengarah agar terjadi perpindahan barang atau jasa dari produsen ke konsumen dengan efisien dan efektif. Untuk mengetahui pengertian yang lebih jelas apa sebenarnya yang dimaksud dengan pemasaran akan diuraikan beberapa definisi yang dikemukakan oleh salah satu ahli pemasaran.

Menurut Phillip Kotler yang dikutip Tjiptono (2019:4) pengertian pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan dan mempertukarkan produk dan nilai dengan yang lain. Jadi untuk mendapatkan apa yang di butuhkan dan diinginkan, setiap individu dan kelompok melakukan proses sosial atau interaksi dengan menciptakan

dan mempertukarkan produk dan nilai dengan individu serta kelompok lainnya.

Definisi pemasaran yang lebih menekankan pada proses manajerial yaitu proses perencanaan, penetapan harga, promosi dan distribusi, barang atau jasa untuk menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan seluruh individu dan organisasi. Dalam hal ini melibatkan sejumlah fungsi manajerial yang saling berhubungan dalam suatu proses manajemen.

## **B. Pengertian Jasa**

### **1. Jasa**

Jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu perusahaan, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu, produk jasa bisa berhubungan dengan produk fisik maupun tidak (Fandi Tjiptono, 2019:29).

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata "jasa" (*service*) itu sendiri mempunyai banyak arti, mulai dari pelayanan pribadi (*personal service*) sampai jasa suatu produk. Sejauh ini sudah banyak pakar pemasaran yang telah berusaha mendefinisikan pengertian jasa. Beberapa pendapat ahli mengenai jasa. Menurut Kotler dan Keller yang dikutip dalam Fandy Tjiptono (2019:29), setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

Sedangkan jasa dilihat dari sisi penjualan dan komsumsi secara kontras dengan barang menurut R. G. Mudrick (Damang Sunyoto, 2013) yaitu: "barang adalah suatu objek yang tangible yang dapat diciptakan dan

dijual atau digunakan setelah selang waktu tertentu. Dari berbagai keterangan, tampak bahwa di dalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun terkadang demikian pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari.

## 2. Krakteristik Jasa

Produk jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan barang (produk fisik). Menurut Muhammad Adam (2015:10-11), jasa memiliki empat karakteristik, antara lain:

a. *Intangible* (tidak berwujud).

Jasa memiliki sifat atau tak berwujud, sebab tidak dapat terlihat, dirasakan, diraba, didengar atau dicium sebelum terjadinya transaksi pembelian. Untuk mengurangi ketidak pastian, pembeli cenderung akan terlebih dahulu mencari tanda atau bukti dari mutu jasa tersebut. Pembeli akan mengambil kesimpulan mengenai mutu jasa dari tempat (*place*), manusia (*people*), peralatan (*equipment*), alat komunikasi (*communication material*), simbol-simbol (*symbols*), dan harga (*price*) yang mereka lihat.

b. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan).

Jasa pada umumnya diproduksi secara khusus dan dikonsumsi pada waktu bersamaan. Jika jasa yang diberikan oleh seseorang, maka dapat dikatakan orang tersebut merupakan bagian dari jasa. Client juga hadir pada saat jasa diberikan, interaksi penyedia client merupakan ciri khusus dari pemasaran jasa tersebut.

c. *Variability* (beraneka ragam).

Jasa memiliki karakteristik yang beraneka ragam, karena jasa tergantung kepada yang menyediakan dan kapan serta dimana disediakan. Pembeli jasa seringkali menyadari akan keanekaragaman ini lalu dibicarakan pada yang lain sebelum menentukan seorang penyedia jasa.

d. *Perishability* (tidak bertahan lama).

Jasa umumnya tidak dapat disimpan. Keadaan tidak tahan dari jasa bukanlah suatu permasalahan jika permintaanya stabil, oleh karena persiapan pelayanan mudah untuk dilakukan sebelumnya. Jika permintaan terhadapnya berfluktuasi, maka perusahaan jasa menghadapi masalah yang sulit.

### 3. Pemasaran Jasa

Penawaran suatu perusahaan biasanya mencakup beberapa jenis jasa yang akan ditawarkan kepada pasar. Dimensi jasa merupakan bagian terkecil sekaligus bagian utama dari keseluruhan penawaran tersebut. Suatu penawaran memiliki dua variasi yaitu berupa barang pada satu sisi dan jasa murni lainnya. Berdasarkan kriteria tersebut suatu penawaran perusahaan dapat dibedakan menjadi lima kategori, yaitu:

- a. Produksi fisik murni
- b. Produksi fisik dengan jasa pendukung
- c. Hybrid
- d. Jasa utama yang didukung dengan barang dan jasa minor
- e. Jasa murni

#### 4. Kualitas Jasa

##### a. Pengertian kualitas jasa

Pada prinsipnya, definisi kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan dalam penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Lovelock yang dikutip Fandy Tjiptono (2019:290), Kualitas jasa merupakan tingkat keunggulan (*excellence*) yang diharapkan dan pengendalian atas keunggulan tersebut memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain, ada dua variabel penting yang diindikasikan mempengaruhi kualitas jasa yaitu, jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*).

Apabila jasa yang dipersepsikan sesuai dengan jasa yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal, dan sebaliknya jika jasa yang dipersepsikan lebih buruk dibandingkan jasa yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan dapat dikatakan buruk. Oleh karena itu, baik buruknya kualitas jasa ditentukan dari kemampuan penyedia jasa untuk memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

##### b. Dimensi Kualitas Jasa

Phillip Kotler dan Kevinn Lane Keller (2009:52) membagi kualitas jasa menjadi lima dimensi yaitu:

- 1) *Tangible* (bukti langsung), yakni meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan saran komunikasi.

- 2) *Reliability* (keandalan), yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
- 3) *Responsive* (daya tangkap), yakni keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dan tanggap.
- 4) *Assurance* (jaminan), yakni mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan
- 5) *Empaty* (empati), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

## C. Kualitas Pelayanan

### 1. Pengertian kualitas

Fandy Djiptono (2019:288) mengemukakan beberapa definisi kualitas yang sering dijumpai di antaranya kesesuaian dengan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian, perbaikan atau penyempurnaan berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan sejak awal dan setiap saat, melakukan segala sesuatu secara benar sejak awal dan sesuatu yang membahagiakan pelanggan/konsumen.

Deming yang dikutip Zulian Yamit (2010:7) mengungkapkan kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan harapan konsumen. Menurut Toni Wijaya (2011: 11) kualitas merupakan sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual

pelanggan terhadap produk atau jasa yang diukur melalui persyaratan-persyaratan tersebut.

Zulian Yamit mengutip dari Crosby (2010: 7) menyatakan kualitas merupakan kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan. Kualitas dan layanan berperan penting dalam pemasaran semua produk, dan menjadi hal yang penting dalam banyak industri karena menjadi pembeda yang paling efektif bagi sejumlah produk/jasa.

Nurhasyimad (2010:2) mengatakan pada dasarnya kualitas memiliki sejumlah keistimewaan produk/jasa yang mengacu pada pengertian pokok kualitas, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen. Kualitas merupakan suatu hal yang dinamis dan mempengaruhi produk atau jasa, manusia proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Harapan pelanggan terhadap suatu produk selalu dapat mengalami perubahan, sehingga kualitas produk/jasa juga harus mengikuti penyesuaian, dengan adanya perubahan kualitas tersebut, diperlukan perubahan pada peningkatan keterampilan tenaga kerja, perubahan proses produksi dan tugas, serta perubahan lingkungan perusahaan agar produk dapat memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.

Perusahaan tentunya akan saling berkompetisi dalam meningkatkan kualitas produk/jasa yang diperuntukkan pemenuhan dan dalam rangka memuaskan kebutuhan serta keinginan pelanggan pada konsumen sasaran. Menurut Kotler dan Keler (2009:41) terdapat tiga cara yang dapat diambil perusahaan jasa dalam meningkatkan kendali kualitas jasa yaitu sebagai berikut :

- a. Berinfestasi dalam prosedur ketenaga kerjaan dan pelatihan yang baik, merekrut karyawan yang tepat dan memberikan pelatihan yang bagus adalah hal yang sangat penting. Karyawan yang terlatih dengan baik memiliki enam karakteristik yaitu :
- 1) *Kompetensi* : memiliki keahlian dan pengetahuan yang diperlukan;
  - 2) *Kesopanan* : ramah, sopan, dan menghargai orang lain;
  - 3) *Kredibilitas* : dapat dipercaya;
  - 4) *Keandalan* : melaksanakan pelayanan secara konsisten dan akurat;
  - 5) *Responsifitas* : merespon permintaan dan masalah pelanggan dengan cepat;
  - 6) *Komunikasi* : berusaha memahami pelanggan dan berkomunikasi dengan jelas.

- b. Menstandarisasikan proses kinerja jasa diseluruh organisasi
- c. Mengamati kepuasan pelanggan: menerapkan sistem saran dan keluhan, survei pelanggan, dan berbelanja perbandingan.

Selanjutnya, perusahaan semakin menyadari dan mengakui bahwa organisasi secara keseluruhan harus memperhatikan kualitas. Setiap organisasi secara keseluruhan harus memperhatikan kualitas. Semua ini mengarahkan pengertian baru mengenai kualitas, yaitu tingkat dimana produk sesuai dengan spesifikasi dan harapan pelanggan. Jadi, kualitas merupakan ukuran sampai sejauh mana produk/jasa sesuai dengan kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan, (Toni Wijaya, 2011: 5).

## 2. Pengertian pelayanan

Pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada pelanggan (yang dilayani) yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Hal ini sesuai dengan apa yang disampaikan Norman mengenai karakteristik pelayanan, yakni sebagai berikut :

- a. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- b. Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan yang sosial.
- c. Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadianya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

Karakteristik tersebut dapat menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang baik. Menurut Fandy Tjiptono (2019:29) jasa (service) merupakan aktivitas; manfaat, atau kepuasan yang ditawarkan untuk dijual. Menurut Kotler dan Keller yang dikutip Fandy Tjiptono (2019:29) "jasa atau pelayanan adalah semua tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain yang pada intinya tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun".

Menurut Kasmir (2012:26), pelayanan merupakan kegiatan atau tindakan dan perbuatan seseorang atau organisasi untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan atau konsumennya. Definisi diatas mengandung makna, bahwa pelayanan adalah sebuah aktivitas yang sifatnya sebagai penghubung antara yang di berikan layanan dengan

tujuan yang hendak dicapai. Sedangkan menurut Philip Kotler (2010:27) adalah aktifitas atau hasil yang dapat ditawarkan oleh sebuah lembaga kepada pihak lain yang biasanya tidak kasat mata, dan hasilnya tidak dapat dimiliki oleh pihak lain tersebut.

Kepedulian terhadap pelanggan dalam manajemen modern telah dikembangkan menjadi suatu pelayanan yang terbaik yang disebut juga pelayanan prima. Pelayanan prima yang dikemukakan oleh Sofyan Assauri (2018:78) adalah kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk menfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka selalu loyal kepada perusahaan.

Menurut Sofjan Assauri (2018:136), untuk memenuhi pengharapan para pelanggan mencakup beberapa hal diantaranya, kualitas produk dan jasa, aksebilitas, serta pelayanan pelanggan yang baik dan efisien.

Pengharapan pelanggan diatas juga di pengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu sebagai berikut:

1) Faktor produksi

produk adalah kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan kepada pasar sasaran.

2) Faktor harga

Harga adalah jumlah uang yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari barang dan jasa serta pelayanan. Harga merupakan faktor yang penting dalam sebuah bisnis, karena akan menentukan berhasil atau tidaknya sebuah bisnis tersebut.

### 3) Promosi

Promosi merupakan informasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran. Promosi menjadi suatu aktivitas yang sangat penting yang berguna mengkomunikasikan keunggulan produk serta membujuk pelanggan untuk membelinya.

### 4) Faktor lokasi

Lokasi adalah tempat dimana seseorang dapat membeli barang atau jasa yang diinginkan. Lokasi atau tempat aktivitas perusahaan agar produk mudah di dapatkan konsumen. Dari pemaparan deskripsi di atas maka kualitas pelayanan yang baik ditentukan oleh beberapa faktor di atas, sehingga apabila suatu usaha ingin mengalami kesuksesan yang baik hendaknya mempertimbangkan hal-hal di atas.

## 3. Pengertian Kualitas pelayanan

Fandy Tjiptono (2019:29) menyatakan kualitas pelayanan merupakan tingkat kesempurnaan yang di harapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi keinginan konsumen. Menurut Moenir dalam bukunya Manajemen pelayanan Umum Di Indonesia, mengatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Secara garis besar menyatakan ada 4 unsur penting dalam konsep kualitas, yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan dan kenyamanan. Pelayanan dapat dinilai baik, Apabila setiap karyawannya harus mempunyai keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan yang baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan semangat kerja dan sikap selalu siap untuk melayani

pelanggan, mampu berkomunikasi dengan baik, secara memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan.

M. Nur Nasution (2015:60) menjelaskan ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu :

*a. Perceived Service*

Perceived service terjadi apabila jasa yang diterima atau dirasakan pelanggan sesuai dengan harapan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dari memuaskan.

*b. Expected service*

Expected service terjadi jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa yang dipersepsikan sebagai kualitas ideal.

Pada proses panjang yang dikemukakan dari beberapa ahli dapat disimpulkan bahwa citra kualitas layanan yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan atau konsumen terhadap kualitas jasa yang merupakan penilaian yang menyeluruh terhadap keunggulan suatu jasa layanan. Pelayanan yang memuaskan terdiri atas beberapa komponen yang mencerminkan citra perusahaan, yaitu kualitas produk dan layanan yang dihasilkan, cara perusahaan memberikan layanan tersebut serta hubungan antar pribadi yang terbentuk melalui pelayanan tersebut.

Parasuraman, dkk dalam Fandy Tjiptono (2019:305), mengemukakan bahwa perusahaan yang bergerak di bidang jasa sangat tergantung pada kualitas jasa yang di berikan oleh perusahaan. Mereka

berpendapat bahwa jasa terdiri dari lima dimensi diantaranya yaitu Daya tanggap (*responsiveness*), Jaminan (*assurance*), Bukti fisik/berwujud (*tangibles*), Empati (*emphaty*), keandalanan (*reliability*).

### 1) Daya tanggap (*responsiveness*)

Setiap pegawai dalam memberikan bentuk-bentuk pelayanan, mengutamakan aspek pelayanan yang sangat mempengaruhi perilaku orang yang mendapatkan pelayanan, sehingga diperlukan kemampuan daya tanggap dari pegawai untuk melayani masyarakat sesuai dengan tingkat penyerapan, pengertian, ketidaksesuaian atas berbagai hal bentuk pelayanan yang tidak diketahuinya. Hal ini memerlukan adanya penjelasan yang bijaksana, mendetail, membina, mengarahkan dan membujuk agar menyikapi segala bentuk-bentuk prosedur dan mekanisme kerja yang berlaku dalam suatu organisasi, sehingga bentuk pelayanan mendapat respon positif.

Tuntutan pelayanan yang menyikapi berbagai keluhan dari bentuk-bentuk pelayanan yang diberikan menjadi suatu respek positif dari daya tanggap pemberi pelayanan dan yang menerima pelayanan. Sayangnya pihak yang memberikan pelayanan apabila menemukan orang yang dilayani kurang mengerti atas berbagai syarat prosedur atau mekanisme, maka perlu diberikan suatu pengertian dan pemahaman yang jelas secara bijaksana, berwibawa dan memberikan berbagai alternatif kemudahan untuk mengikuti syarat pelayanan yang benar, sehingga kesan dari orang yang mendapat pelayanan yang benar, sehingga kesan orang yang mendapat pelayanan memahami atau tanggap terhadap keinginan orang yang dilayani.

## 2) Jaminan (*assurance*)

Setiap bentuk pelayanan memerlukan adanya kepastian atas pelayanan yang diberikan. Bentuk kepastian dari suatu layanan sangat ditentukan oleh jaminan dari pegawai yang memberikan pelayanan, sehingga orang yang menerima pelayanan semakin puas dan yakin bahwa segala bentuk urusan pelayanan yang diberikan akan tuntas dan selesai sesuai dengan kecepatan, ketepatan, kemudahan, kelancaran dan kualitas layanan yang diberikan.

## 3) Bukti fisik (*tangibility*)

Pengertian bukti fisik dalam kualitas layanan adalah bentuk aktualisasi nyata secara fisik dapat terlihat atau digunakan oleh pegawai sesuai dengan penggunaan dan pemanfaatannya yang dapat dirasakan membantu pelayanan yang diterima oleh orang yang menginginkan pelayanan, sehingga puas atas pelayanan yang dirasakan, yang sekaligus menunjukkan prestasi kerja atas pemberian pelayanan yang diberikan.

## 4) Empati (*empathy*)

Setiap kegiatan atau aktivitas pelayanan memerlukan adanya pemahaman dan pengertian dalam kebersamaan asumsi atau kepentingan terhadap suatu hal yang berkaitan dengan pelayanan. Pelayanan akan berjalan dengan lancar dan berkualitas apabila setia pihak yang berkepentingan dengan pelayanan memiliki adanya rasa empati (*empathy*) dalam menyelesaikan atau mengurus atau memiliki komitmen yang sama terhadap pelayanan.

### 5) Kendalan (*reliability*)

Setiap pelayanan memerlukan bentuk pelayanan yang handal, artinya dalam memberikan pelayanan, setiap pegawai diharapkan memiliki kemampuan dalam pengetahuan, keahlian, kemandirian, penguasaan, dan profesionalisme kerja yang tinggi, sehingga aktivitas kerja yang dikerjakan menghasilkan bentuk pelayanan yang memuaskan, tanpa ada keluhan dan kesan yang berlebihan atas pelayanan yang diterima oleh masyarakat.

## 4. Dimensi kualitas pelayanan

Putra (2011) berpendapat bahwa ada lima indikator kualitas jasa yang sesuai dengan urutan tingkat kepentingan relatifnya, diantaranya :

- a. Pelayanan merupakan wujud nyata ialah kemampuan PDAM dalam memperlihatkan eksistensinya terhadap pihak eksternal, adapun indikator antara lain :
  - 1) Kemudahan dalam menjangkau (baik dengan kendaraan pribadi maupun kendaraan umum) kantor pelayanan PDAM.
  - 2) Sistem pembayaran rekening air yang diterapkan oleh PDAM.
  - 3) Peralatan pendukung pekerjaan yang dimiliki PDAM.
  - 4) Tersedianya layanan pengaduan yang disediakan oleh PDAM, dan
  - 5) Tersedianya fasilitas pendukung pelayanan PDAM (ruang tunggu pelanggan yang bersih dan nyaman, ketersediaan tempat parkir di kantor pelayanan).
- b. Dapat dipercaya, dapat dipercaya diartikan sebagai kemampuan PDAM dalam memberikan pelayanan akurat dan terpercaya dan sesuai dengan apa yang dijanjikan, indikatornya yaitu:

- 1) Tingkat kontinuitas kelancaran aliran air PDAM yang didistribusikan kepada pelanggan
  - 2) Kualitas mutu air yang diproduksi oleh PDAM sesuai dengan baku mutu air yang disyaratkan Departemen Kesehatan.
  - 3) Kesesuaian harga/tarif air dan biaya pelayanan listrik.
  - 4) Hasil pencatatan rekening penggunaan air PDAM/tingkat keakuratan perhitungan pembayaran pemakaian air yang dilakukan oleh petugas, dan
  - 5) Pencatatan rekening penggunaan air PDAM menunjukkan hasil yang akurat dalam menghitung pembayaran penggunaan air yang dilakukan oleh petugas.
- c. Tanggap, tanggap diartikan sebagai kemauan dalam membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan serta penyampaian informasi yang mudah dimengerti oleh PDAM.
- d. Jaminan, jaminan diartikan sebagai pengetahuan, kesadaran, santunan, dan kemampuan pegawai PDAM untuk menghadirkan rasa percaya kepada pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan mampu menumbuhkan rasa aman bagi pelanggannya.
- e. Memperlihatkan keseriusan diartikan sebagai pembawaan perhatian yang tulus baik bersifat individual atau pribadi oleh PDAM kepada para pelanggan serta berupaya untuk memahami konsumen.

## **D. Kepuasan Pelanggan**

### **1. Pengertian Kepuasan**

Menurut Philip Kotler (2012) kepuasan adalah tingkat perasaan senang atau kecewa seseorang yang ditimbulkan karena seseorang membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk atau jasa terhadap ekspektasi mereka. Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya (Kotler:2009:42).

Tingkat kepuasan pelanggan atau konsumen merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apabila kinerja dibawah harapan, maka pelanggan atau konsumen akan kecewa. Tetapi apabila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Pelanggan atau konsumen yang puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik terhadap kinerja perusahaan. Untuk menciptakan kepuasan pelanggan, perusahaan menciptakan dan mengelola suatu suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang lebih banyak dari kemampuan untuk mempertahankan pelanggannya.

### **2. Pengertian Pelanggan**

Pelanggan merupakan seseorang yang menggunakan hasil produksi berupa barang atau jasa. Menurut Kamus Pelajar (2012:237) pelangan merupakan pengguna barang atau jasa dari hasil industri atau produksi. Sedangkan menurut kamus besar bahasa indonesia (2014:348) pelanggan adalah pengguna barang dan jasa. Jadi dapat diartikan pelanggan adalah seseorang atau kelompok yang menggunakan jasa layanan di PDAM

dengan tujuan agar memperoleh tingkat keterpenuhan kebutuhan akan air bersih dan mendapatkan tingkat kepuasan yang diinginkan.

### **3. Pengertian Kepuasan pelanggan**

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam teori dan praktik pemasaran, serta merupakan salah satu tujuan esensial bagi aktifitas bisnis. Eksistensi dan kemampuan perusahaan mendapatkan laba dalam jangka panjang secara tidak langsung dipengaruhi oleh perusahaan tersebut dalam memuaskan kebutuhan pelanggan, dalam upaya memenuhi kepuasan konsumen/pelanggan, perusahaan memang dituntut kejeliannya untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang setiap saat berubah.

Dalam buku teks standar Marketing Management yang di tulis Kotler dan Keller (2012) menandaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang yang harapannya dari hasil kinerja (atau hasil) yang ia rasakan. Tingkat kepuasan memiliki fungsi sebagai pembeda antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan bisa memahami/mengerti dari salah satu tiga tingkat kepuasan umum yaitu jika kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan merasa kecewa, tetapi jika kinerja sesuai dengan harapan, maka pelanggan akan merasa puas dan bila kinerja bisa melebihi harapan maka pelanggan akan merasa sangat puas.

Sedangkan menurut Danang Sunyoto (2013:36) harapan pelanggan ialah memegang peranan penting dan sangat besar pengaruhnya dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan pelanggan dalam mengevaluasinya, konsumen akan menggunakan harapannya

sebagai standar acuan, dengan demikian harapan konsumen yang melatarbelakani mengapa dua organisasi pelayanan yang sama dapat dinilai berbeda oleh konsumennya.

a. Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan

Menurut Andy Tjiptono (2019:146), dalam menentukan kepuasan konsumen, terdapat lima faktor utama yang harus di perhatikan oleh perusahaan yaitu :

1) Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2) Kualitas Pelayanan

Terutama di industri jasa konsumen akan perasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

3) Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk yang cenderung unik dan memiliki tingkat kepuasan yang lebih tinggi.

4) Harga

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

### 5) Biaya

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

#### b. Pengukuran Kepuasan pelanggan

Pengukuran kepuasan pelanggan/konsumen merupakan hal yang sangat penting bagi setiap usaha hal ini dikarenakan langkah tersebut dapat memberi umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Pada prinsipnya kepuasan pelanggan dapat di ukur dengan berbagai metode. Menurut Kotler yang dikutip oleh Fandy Djiptono (2019:34-35), perusahaan dapat menggunakan empat metode sebagai berikut:

##### 1) Sistem Keluhan dan Saran

Organisasi yang memiliki pegawai berwawasan akan memudahkan pelanggannya memberikan saran dan keluhan. Pada suatu perusahaan hendaknya menyediakan formulir yang isinya mengenai tentang apa yang disukai dan tidak disukai pelanggan. Dapat juga dengan menyediakan kotak saran atau bahkan nomor telefon bebas pulsa yang nantinya akan dapat menampung segala keluhan dari pelanggan. Arus informasi ini memberikan banyak gagasan dan memungkinkan perusahaan untuk bertindak cepat guna menyelesaikan masalah yang terjadi.

## 2) Survei Kepuasan pelanggan

Umumnya sebagian besar penelitian mengenai kepuasan pelanggan menggunakan metode survei, baik via telepon, e-mail, maupun wawancara langsung. Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga memberikan sinyal positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap mereka. Perusahaan harus responsif dalam mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei secara berkala. Perusahaan dapat mengirimkan daftar pertanyaan atau menelpon sekelompok sampel acak dari pembeli terbaru mereka untuk mengetahui penilaian mereka terhadap berbagai aspek kinerja perusahaan, misalnya: menanyakan puas dan tidak puas, harapan pelanggan tentang suatu atribut, masalah-masalah yang yang dihadapi pelanggan, saran dari pelanggan untuk perbaikan kinerja perusahaan, ranking berbagai elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen.

## 3) Belanja siluman

Cara ini untuk mendapatkan gambaran tentang kepuasan pelanggan dan melaporkan hal-hal yang positif (kekuatan) maupun hal-hal yang negatif (kelemahan) yang mereka alami waktu membeli produk perusahaan dan produk pesaing, pembeli bayangan (ghost shopper) ini juga dapat berpura-pura membuat masalah tertentu untuk menguji apakah karyawan atau perusahaan dapat menangani masalah tersebut dengan baik atau tidak.

#### 4) Analisis Kehilangan Konsumen (Lost Customer Analysis)

Perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang salah tidak membeli lagi atau yang telah ganti pemasok untuk mengetahui penyebabnya. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya :

##### *a) Directly reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan dengan menggunakan item-item spesifik yang menayangkan langsung tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan.

##### *b) Derived satisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal yang utama yang pertama yaitu tingkat harapan atau ekspektasi pelanggan terhadap kinerja produk atau perusahaan pada atribut-atribut relevan dan yang kedua yaitu persepsi pelanggan terhadap kinerja actual produk atau perusahaan bersangkutan.

##### *c) Problem analysis*

Responden diminta mengungkapkan masalah-masalah yang mereka hadapi yang berkaitan terhadap produk atau jasa perusahaan dan saran-saran perbaikannya.

##### *d) Importance-performance analysis*

Teknik ini responden diminta untuk menilai kepentingan berbagai atribut relevan dan tingkat kinerja perusahaan pada masing-masing atribut tersebut. Kemudian nilai rata-rata tingkat kepentingan atribut dan kinerja perusahaan akan di analisis dalam Importance-Performance Matrix.

## E. Tinjauan Empiris

Penelitian ini didukung oleh penelitian terdahulu yang telah dilakukan oleh beberapa peneliti, diantaranya sebagai berikut:

**TABEL 2.1**  
Mapping Jurnal

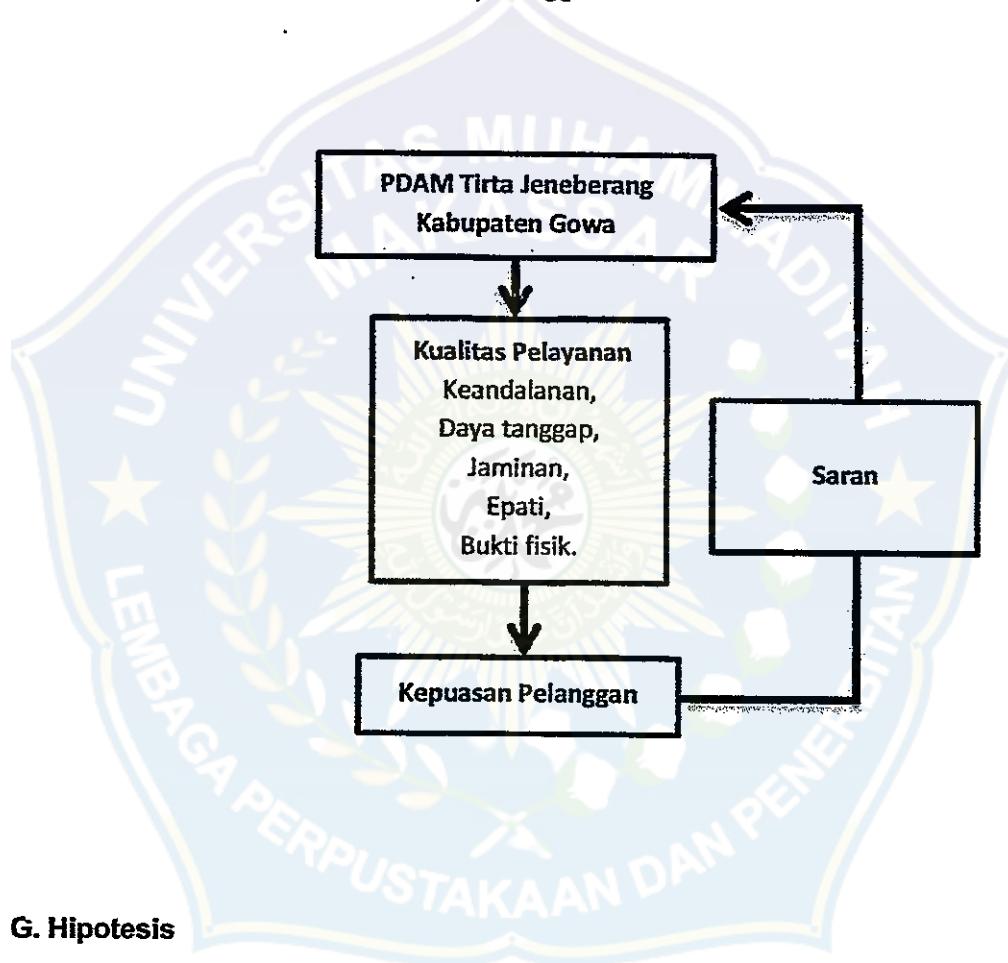
NO	NAMA PENELITI	JUDUL PENELITIAN	VARIABEL	HASIL PENELITIAN
1	Fransisca Andreani (2010)	“Analisis Kualitas Layanan Bisnis Makanan Dan Minuman Di Surabaya Ditinjau Dari Pemenuhan Kepuasan Konsumen”	X1 = <i>Tangible</i> X2 = <i>Empathy</i> X3 = <i>Responsiveness</i> X4 = <i>Reability</i> X5 = <i>Assurance</i> Y = <i>KepuasanPelanggan</i>	Kelima dimensi kualitas pelayanan terbukti berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel kepuasan pelanggan
2	Marismiati, S.E dan Hendra Hadiwijaya, S.E (2013)	“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Brt Transmisi Palembang”	X1 = <i>Tangible</i> X2 = <i>Empathy</i> X3 = <i>Responsiveness</i> X4 = <i>Reability</i> X5 = <i>Assurance</i> Y = <i>KepuasanPenumpang</i>	Variabel tangible, reliability, dan empathy tidak berpengaruh signifikan. Sedangkan variabel responsiveness dan assurance berpengaruh signifikan terhadap kepuasan penumpang
3	Astuti Fuji RS, Desta Franciska, Meity Ayu dan Nicky Juliani (2016)	“Analisis Kepuasan Konsumen GO-JEK di Wilayah Kota Bandung”	X1 = <i>servicequality</i> X2 = <i>price</i> Y = <i>KepuasanKonsumen</i>	Kualitas layanan GO-JEK sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dan price memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.
4	Ni Made Arie	“Pengaruh Kualitas	X1 = <i>tangible</i> X2 = <i>empathy</i>	Hasil analisis data diketahui

	Sulistyawati dan Ni Ketut Seminari	Pelayanan Terhadap Kepuasaan pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar"	X3 = <i>reability</i> X4 = <i>responsiveness</i> X5 = <i>assurance</i> Y = <i>kepuasankonsumen</i>	bahwa variabel bukti fisik, daya tanggap, jaminan, empathy berpengaruh positif terhadap kepuasan konsumen
5	Laurensius Boro Kereta (2013)	"Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Flores Timur	X1 = <i>Reliability</i> X2 = <i>Responsiveness</i> X3 = <i>Assurance</i> X4 = <i>Empathy</i> X5 = <i>Tangibles</i> Y = <i>KepuasanPelanggan</i>	Hasil analisis data menunjukkan bahwa secara simultan seluruh variabel dari faktor (reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Flores Timur

#### F. Kerangka Konsep

PDAM merupakan salah satu pusat penyedia air bersih yang memberikan jasa pelayanan kepada konsumen. Dalam kehidupan sekarang ini dimana harapan masyarakat yang juga semakin tinggi ditengah maraknya pertumbuhan penduduk sehingga kepuasan konsumen sangat menjadi prioritas paling utama. Dalam menentukan tingkat kualitas pelayanan jasa terdapat lima indikator yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen diantaranya *tangible* (bukti fisik), *reliability* (keandalanan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati). Dari kelima dimensi yang telah di berikan PDAM kepada pelanggan tersebut akan dihasilkan

berupa tanggapan dari konsumen yang tercermin pada kepentingan (harapan) dan tingkat kinerja (pelaksanaan). Untuk dapat mengetahui peningkatan kepuasan konsumen diperoleh dengan cara membandingkan kesesuaian antara pelayanan yang diterima/diberikan PDAM dengan harapan kepentingan yang diinginkan oleh pelanggan.



#### G. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Dengan demikian, hipotesis dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum merupakan jawaban empirik.

Berdasarkan pengertian dan penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Laurensius Boro Kereta pada tahun 2013 dengan judul Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Flores Timur, dengan hasil analisis menunjukkan bahwa secara simultan dari faktor kualitas pelayanan (reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Flores Timur.

Berdasarkan kerangka pemikiran dan pokok permasalahannya maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk kedalam penelitian kualitatif dimana menggunakan metode deskriptif, penelitian ini mengambil sampel dari populasi dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data. Adapun desain dari metode ini adalah metode deskriptif kualitatif.

Penelitian ini termasuk desain penelitian deskriptif kualitatif dengan merupakan pengembangan konsep dan pengumpulan data dilakukan dengan cara angket untuk menguji seberapa besar tingkat kepuasan konsumen terhadap Kualitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang.

#### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian ini dilakukan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa dengan alamat Jl. Tirta Jeneberang, Kabupaten Gowa, Sulawesi Selatan. Waktu penelitian ini dilakukan kurang lebih 2 (dua) bulan yaitu mulai dari bulan Januari-Februari Tahun 2020.

#### C. Definisi Oprasional Variabel Penelitian Dan Pengukuran

##### 1. Variabel independen (X)

Variabel independen sering disebut sebagai variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau disebut juga variabel

penyebab. Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah kualitas pelayanan. Variabel independen (X) dalam penelitian ini terdiri dari lima dimensi indikator yaitu:

a) *Reliability*

Variabel *reliability* atau keandalan ini di artikan sebagai suatu kemampuan PDAM Tirta Jeneberang dalam memberi pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Indikatornya antara lain: (a) ketepatan menepati janji dalam pelayanan, (b) Kecepatan waktu dalam pelayanan, (c) Kesesuaian pelaksanaan dalam pelayanan. Nilai dari variabel ini adalah jumlah skor dari ketiga dimensi keandalan.

b) *Responsiveness*

Variabel *responsiveness* atau daya tanggap ini diartikan sebagai tindakan responsif PDAM Tirta Jeneberang/pegawai untuk membantu serta memberikan pelayanan yang cepat dan tepat dalam penyampaian informasi yang jelas kepada pelanggan. Indikatornya adalah: (a) kejelasan informasi, (b) kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan, (c) kesediaan membantu. poin dari indikator ini ialah jumlah skor dari ke tiga indikator daya tanggap

c) *Assurance*

Variabel *assurance* atau jaminan ini diartikan sebagai pengetahuan, kesopanan, dan kemampuan oleh para pegawai PDAM Tirta Jeneberang untuk menumbuhkan rasa aman bagi pelanggan terhadap perusahaan serta dapat menciptakan rasa percaya bagi para pelanggan. Indikator dari variabel jaminan ialah: (a)

sikap ramah dan sopan, (b) kepercayaan pelanggan kepada yang melayani, (c) rasa aman dan kenyamanan. poin dari indikator tersebut ialah jumlah skor dari ke tiga indikator jaminan.

d) *Empathy*

Variabel *empathy* diartikan sebagai ketulusan perusahaan/pegawai dalam memberikan perhatian baik bersifat secara individual maupun pribadi serta berupaya untuk memahami pelanggan. Indikatornya dari variabel ini ialah: (a) perhatian khusus bagi kebutuhan pelanggan, (b) pemahaman kebutuhan secara spesifik, (c) membangun komunikasi yang baik. Poin dari indikator ini yaitu jumlah skor dari ke tiga indikator empati.

e) *Tangibles*

Variabel *tangibles* atau bukti fisik diartikan sebagai kemampuan PDAM Tirta Jeneberang dalam memperlihatkan eksistensinya terhadap pihak eksternal. Indikator dari variabel ini yaitu: (a) bangunan dan interior perusahaan, (b) tempat pembayaran yang mudah dijangkau, (c) kerapihan petugas. poin dari indikator ini yaitu jumlah skor dari ke tiga indikator bukti fisik.

## 2. Variabel Dependen (Y)

Variabel dependen sering disebut sebagai variabel terikat yang merupakan variabel yang di pengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas. Variabel terikat yang diambil dalam penelitian ini yaitu kepuasan pelanggan. Variabel kepuasan pelanggan diartikan sebagai suatu tanggapan atau respon pelanggan setelah perusahaan memberikan

pelayanan yang di ukur melalui skor t dengan pernyataan positif seperti terlihat pada tabel di bawah ini:

**TABEL 3.1**  
**Instrumen Skala Likert**

Skor	Kategori Kepuasan
1	Tidak puas
2	Kurang puas
3	Cukup puas
4	Puas
5	Sangat puas

#### **D. Populasi dan Sampel**

##### **1. Populasi**

Populasi merupakan sekumpulan objek yang menjadi pusat penelitian yang memiliki informasi yang ingin diketahui. Menurut Arikunto (2014) populasi adalah keseluruhan objek dalam penelitian. Oleh karena itu, pada penelitian ini yang menjadi populasinya adalah seluruh kemungkinan pelanggan yang datang pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang yaitu 40.000 pelanggan.

##### **2. Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono,2012:81). Ukuran sampel atau jumlah sampel yang diambil merupakan hal yang penting jika peneliti melakukan penelitian yang menggunakan deskriptif kualitatif. Anggota populasi yang

secara kebetulan dijumpai oleh peneliti dan sesuai ketentuan peneliti. Sampel adalah bagian dari populasi yang karakteristiknya akan diteliti.

### 3. Teknik Pengambilan sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode purposive sampling. Pada metode ini sampel diharapkan kriteria sampel yang diperoleh benar-benar sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan. Dengan itu sampel yang digunakan harus sesuai dengan syarat-syarat yang telah ditentukan seperti kriteria, ataupun sifat. Adapun kriteria sampel dari penelitian ini ialah pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang. Untuk menentukan ukuran sampel dari suatu populasi digunakan rumus solvin sebagai berikut:

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

Keterangan :

n : ukuran sampel

N : ukuran populasi

e : persentase kelonggaran tidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel (10%)

Jadi jumlah sampel yang diambil adalah :

$$n = \frac{40.000}{1 + (40.000)(0,1^2)} = 99,75$$

Apabila dibulatkan maka sampel minimal dari 40.000 populasi pada margin of eror 10% atau 0,1 adalah sebesar 99,75 maka dibulatkan menjadi 100 responden

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif, metode pengumpulan data pada penelitian ini adalah metode kuisioner. Penelitian ini menggunakan metode kuisioner dimana skala yang diberikan kepada subjek diminta untuk mengisi sejumlah pertanyaan yang digunakan untuk mengungkap permasalahan yang akan diteliti, dengan memilih salah satu dari alternatif jawaban yang sesuai dengan keadaan subjek. Adapun skala yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

### **1. Metode Kuisioner**

Yaitu suatu metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberi seperangkat pertanyaan atau tertulis kepada pihak-pihak yang terkait (responden) untuk di jawab.

### **2. Metode Observasi (Pengamatan)**

Yaitu teknik pengumpulan data, dimana penelitian melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan pegawai Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang.

## **F. Teknik Analisis Data**

Agar data yang dikumpulkan dapat bermanfaat, maka data harus diolah dan di analisis sehingga dapat digunakan untuk menginterpretasikan. Adapun analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### **1. Analisis Deskriptif**

Metode analisis yang bersifat menggambarkan keterangan-keterangan dan penjelasan dari koefisien yang diperoleh dan dapat digunakan sebagai pedoman untuk menggambarkan saran. Analisis deskriptif digunakan untuk

mendapatkan suatu gambar mengenai responden dalam penelitian ini, terutama variabel penelitian yang digunakan.

## 2. Uji Instrumen Angket

### a. Uji Validitas

Menurut Ghazali (2011), uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dinyatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur untuk kuesioner tersebut. Metode yang akan digunakan untuk melakukan uji validitas yaitu *corrected item-total correlation* dengan menggunakan SPSS. *Corrected-item-total Correlation* digunakan untuk menguji apakah suatu item pertanyaan memiliki korelasi dengan skor total item dalam suatu variabel.

### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengukur konsistensi konstruk/variabel penelitian. Suatu variabel dikatakan reliable (andal) jika jawaban responden terhadap pernyataan konsisten atau stabil dari waktu kewaktu. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan rumus alpha cronbach. Instrumen dapat dikatakan andal atau fleksibel bila memiliki koefisien reliabilitas 0,5 atau lebih.

## 3. Analisis Regresi Linear Sederhana

Agar data yang dikumpulkan dapat dimanfaatkan, maka data tersebut diolah dan dianalisis terlebih dahulu sehingga nantinya dapat dijadikan dasar dalam pengambilan keputusan. Dalam perhitungan statistik ini penulis menggunakan program SPSS (Statistic Program for Social Science).

Analisis regresi sederhana adalah sebuah metode pendekatan untuk pemodelan hubungan antara satu variabel dependen dan satu variabel independen. Dalam analisis regresi linier sederhana di pergunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM). Dalam Sugiyono (2013:285) model analisis regresi linier sedrhana dapat dirumuskan

$$Y = a + bx$$

Dimana :

$Y$  = Kepuasan Pelanggan

$X$  = Kualitas Pelayanan

$a$  = Konstanta

$b$  = Koefisien regresi

#### 4. Uji Hipotesis

##### a. Uji t

Untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat maka dilakukan pengujian terhadap hipotesis yang akan di ajukan secara parsial dan simultan. Pengujian secara parsial dilakukan dengan menggunakan uji t. Pengujian signifikan dengan uji t digunakan untuk melihat variabel bebas secara parsial mempengaruhi variabel terikat. Jika nilai probabilitas signifikan:  $\alpha = 5\%$  (0,05) dari t-rasio dari regresi lebih kecil dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kualitas pelayanan.

Untuk menentukan nilai df (*degree of freedom*), maka digunakan rumus:

$$Df = n - k$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

k = jumlah variabel

b. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) dimaksud untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) nol variabel indevenden sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, dapat dikatakan bahwa variabel dependen, selain itu koefisien determinasi dipergunakan untuk mengetahui persentase perubahan variabel terikat (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X) dan variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

## BAB IV

### HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Sejarah perusahaan

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa, demi memenuhi kebutuhan air bersih bagi masyarakat kota Sungguminasa dan penduduk Kabupaten Gowa, pada tahun 1980 didirikanlah 1 (satu) pengolahan air bersih oleh Direktorat Jendral Cipta Karya Departemen Pekerjaan Umum Cabang Dinas Kabupaten Gowa, dimana pengolahan dan pengawasannya dilaksanakan oleh Proyek Pengolahan Sarana Air Bersih (PPSAB) Provinsi Sulawesi Selatan, dengan kapasitas produksi air bersih 10 liter/detik. Pada tahun 1981 unit pengolahan air Kabupaten Gowa telah memenuhi kebutuhan air bersih bagi masyarakat kota Sungguminasa, sehingga pada tanggal 8 September 1982 sesuai Berita Acara Penyerahan Asset Pemerintah Pusat oleh Departemen Keuangan Republik Indonesia kepada Pemerintah Kabupaten Gowa, bersamaan itu pula Unit Pengelolaan Air Minum (BPAM) Kabupaten Gowa yang pengelolannya dan tanggung jawabnya masih tetap berada pada BPAM yang memperbantukan 3 orang Pegawai Negeri Sipil dari Pemerintah Kabupaten Gowa. Dengan laju perkembangan pembangunan Kabupaten Gowa. Dengan laju perkembangan pembangunan Kabupaten Gowa, maka kebutuhan air bersih masyarakat kota bertambah sehingga dengan kapasitas 10 liter/detik terasa sudah tidak mencukupi lagi. PPSAB Provinsi Sulawesi Selatan kemudian mengajukan proposal pengembangan rencana

penambahan kapasitas produksi air bersih sebesar 20 liter/detik. Hasil dari tindak lanjut pengajuan proposal tersebut, pada tahun 1985/1986 rencana penambahan Instalasi pengolahan Air (IPA) yang berlokasi di Lingkungan Cambaya Kelurahan Sungguminasa terealisasi. Tetapi dengan adanya IPA yang baru tersebut, instalasi lama tidak lagi mendapat perhatian dengan baik sehingga Unit Pengolahan Air tersebut tidak lagi dapat difungsikan.

Pada tahun 1988 berdasarkan Perda Nomor 2 tahun 1988. Tanggal 15 Maret 1988 didirikanlah Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Gowa. Berhubung karena unit Pengolahan Air Bersih telah ada di Kabupaten Gowa yaitu Badan Pengolahan Air Minum Milik Direktorat Jendral Cipta Karya Departemen Pekerjaan Umum Cabang Dinas Kabupaten Gowa, maka pemerintah Daerah Gowa mengusulkan kepada Pemerintah Pusat agar pengolahan BPAM tersebut diserahkan kepada Pemerintah Kabupaten Gowa, sehingga pada tanggal 23 januari 1991 berdasarkan SK Menteri PU Nomor 7/KPTS/1991 Tanggal 09 Februari 1991, terlaksanalah penanda tanganan Berita Acara Penyerahan Pengolahan Prasarana dan Sarana Pengolahan Air Bersih di Kabupaten Gowa menjadi Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Gowa.

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Gowa dalam usaha memenuhi kebutuhan akan air bersih masyarakat kota yang semakin meningkat, telah memperoleh bantuan Pemerintah Pusat melalui APBN Tahun Anggaran 1991/1995 yaitu penambahan kapasitas produksi 20 liter/detik yang pembangunannya dapat direalisasikan pada bulan

Januari 1995 dan selesai pada Bulan Maret 1995, maka produksi air menjadi 40 liter/detik yang mulai beroperasi pada bulan April 1995.

Perkembangan PDAM Kabupaten Gowa untuk melayani kota Sungguminasa dan sekitarnya sudah berjalan dengan baik dan normal, sehingga PDAM Kabupaten Gowa mendapat kepercayaan untuk mengelola air bersih di Kecamatan Tinggi Moncong (Kota Malino) diserahkan pengelolaannya dari Pemerintah Kecamatan ke PDAM Gowa dengan nama PDAM Kabupaten Cabang IKK Malino pada tanggal 2 Juli 1994, dimana sumber air dan pendistribusinya menggunakan sistem gravitasi alam. Pada awal tahun 2001 telah diserahkan pula 1 (satu) Unit Instalasi Pengolahan Air di Borong Loe oleh Pemimpin Proyek Bendungan Bili-Bili dengan kapasitas air 20 liter/detik, tetapi IPA tersebut belum dapat difungsikan sepenuhnya berhubung banyaknya kendala-kendala teknis yang dihadapi di IPA Borong Loe tersebut. Disamping itu pada tanggal 24 Mei 2002 diserahkan pula PDAM Gowa IKK Cabang Bajeng ke PDAM GOWA yang merupakan Bantuan Hibah dari Pemerintah Jepang kepada Pemerintah Indonesia, dengan kapasitas produksi 20 liter/detik.

Pada bulan Mei 2001, Instalasi Pengolahan Air Pandan-pandang yang dibangun oleh PPSAB Sulawesi Selatan dan sementara digunakan atau dikelola oleh PDAM Makassar telah diserahkan pengolahannya kepada PDAM Kabupaten Gowa. IPA Pandan-pandang dengan kapasitas 200 liter/detik yang diserahkan pada bulan Mei 2001 tersebut sudah menambah kapasitas produksi air bersih PDAM Gowa menjadi 240 liter/detik. Dengan kapasitas 240 liter/detik, maka PDAM Kabupaten

Gowa terus berusaha untuk memasarkan berbagai sambungan baru kepada pelanggan agar keseimbangan antara produksi air dan jumlah pelanggan tetap stabil.

## 2. Visi dan Misi Perusahaan

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Gowa memiliki visi yaitu menjadi Perusahaan Daerah Air Minum Mandiri profesional yang mengutamakan kepuasan dengan memberikan pelayanan yang Prima kepada masyarakat.

Adapun misi dari Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Gowa sebagai Perusahaan Daerah Air Minum yang memberikan penyediaan air yang memenuhi syarat:

- a. Kwalitas: Air yang sehat dan layak
- b. Kwantitas: Debet air yang cukup.
- c. Kontiniutas: Mengalirkan air 24 jam operasional
- d. Terjangkau: Harga air dapat dibeli oleh masyarakat serta peningkatan kesejahteraan karyawan yang lebih baik.

## 3. Struktur Organisasi Perusahaan

Dalam suatu organisasi dengan segala aktivitasnya terdapat hubungan dimana orang-orang yang menjalankan aktivitas tersebut. Semakin banyak kegiatan yang dilakukan, makin kompleks pula hubungan-hubungan yang ada. Untuk menggambarkan hubungan-hubungan tersebut, dibuatlah suatu bagan yang dinamakan struktur organisasi.

Struktur organisasi merupakan kerangka pembagian tugas, tanggung jawab dan wewenang yang dimiliki unit-unit organisasi untuk

melaksanakan kegiatan pokok perusahaan. Berdasarkan garis wewenang dan tanggung jawab di dalam struktur organisasi, maka dapat diketahui kepada siapa seorang pegawai bertanggung jawab atas tugas yang dikerjakan.

Struktur organisasi juga merupakan penyediaan lingkungan kerja yang tepat sesuai dengan keahlian dan kecakapan masing-masing karyawan. Tujuan struktur organisasi adalah untuk mendapatkan sistem kerja sama yang baik dan berguna bagi perusahaan. Agar tujuan organisasi dapat tercapai dengan sebaik-baiknya maka dalam pelaksanaannya, karyawan harus memiliki koordinasi, yaitu kontak dan keselarasan diantaranya karyawan.

Struktur organisasi dan tata kerja Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa ditetapkan dengan surat keputusan Bupati Gowa Nomor 810/XII/2003 Tanggal 31 Desember 2003 yang diperbaharui dengan Peraturan Bupati Gowa Nomor 12 Tahun 2007 Tanggal 18 November 2007. Struktur organisasi terdiri atas Badan Pengawas, Dewan Direksi (Direktur Utama, Bagian Keuangan, dan Direktur Teknik), dan Bagian-bagian (Bagian Umum, Bagian Keuangan, Bagian Perencanaan Teknik, dan Bagian Transmisi dan Distribusi).

Berikut adalah pemaparan singkat mengenai struktur organisasi Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa.

a. Badan pengawas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa diangkat dengan Surat Keputusan

Bupati Gowa Nomor 294 tanggal 2 Agustus 2010 dengan susunan sebagai berikut:

1. Ketua : Ir. H. Muh. Syarief Syamsir
2. Sekertaris : Iriansyah Masiga, S.E>
3. Anggota : Drs. Kastumuni Harto, M.Si.,Ak. C.P.A

b. Direksi

Direktur utama Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa diangkat dengan Surat Bupati Gowa Nomor 207/2010 Tanggal 1 April 2010. Sedangkan Direktur Umum Keuangan dan Direktur Teknik diangkat dengan Surat Keputusan Bupati Gowa Nomor 118/I/2013 Tanggal 21 Januari 2013 dengan susunan sebagai berikut:

1. Direktur Utama : Hasanuddin Kamal, S.H.,M.H.
2. Direktur Umum dan Keuangan : Drs. H. Tajuddin Nur, MM
3. Direktur Teknik : Ir. H. Abd. Majid Basolle, MM

c. Personalia

Sumber daya manusia (SDM) Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa per 31 Desember 2012 sebanyak 137 orang yang terdiri atas pegawai tetap 125 orang pegawai tidak tetap sebanyak 12 orang, per 31 Desember 2011 sebanyak 137 orang yang terdiri atas pegawai tetap 125 orang, pegawai tidak tetap sebanyak 12 orang, per 31 Desember 2010 sebanyak 143 orang yang terdiri atas peawai tetap 121 orang dan pegawai tidak tetap sebanyak 22 orang. Sumber daya manusia (SDM) Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa

Per desember 2019 sebanyak 143 orang yang terdiri atas pegawai tetap 121 orang dan pegawai tidak tetap sebanyak 22 orang.

#### 4. Ketersediaan Sumber Air Baku

Sumber air baku yang digunakan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Gowa adalah sumber mata air dikecamatan malino, air pemukiman sungai Jeneberang dan air bendungan bili-bili dengan tingkat pemanfaatan yang belum maksimal. Di sisi lain, belum terdapatnya sumber air yang berpotensi untuk digunakan sebagai sumber air. Sampai saat ini, sumber air baku yang berasal dari sungai Jeneberang dan bendungan bili-bili cukup tersedia sebagai sumber air baku, sehingga Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Gowa dirasa belum perlu untuk mencari sumber air lainnya.

### B. Hasil Penelitian

#### 1. Karakteristik Responden

Penelitian ini menguraikan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang. Hal ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner terhadap 100 pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang di Kabupaten Gowa. Penelitian ini terbagi menjadi 4 kelompok, yaitu usia, jenis kelamin dan pendidikan. Gambaran umum responden meliputi:

**a. Komposisi Responden Menurut usia**

Karakteristik responden menurut usia responden adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.1**

**Karakteristik Responden Menurut Usia**

Usia	Frekuensi	Percentase
Dibawah 25 tahun	39	39%
26-35	56	56%
36-50	5	5%
Jumlah	100	100%

Sumber: data diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.1 tersebut di atas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar berusia dibawah 25 tahun yaitu sebanyak 39 orang (39%), berusia antara 26-35 tahun yaitu sebanyak 56 orang (56%) dan yang berusia 36-50 tahun yaitu sebanyak 5 orang atau sebesar (5%).

**b. Komposisi Responden Menurut Jenis Kelamin**

Gambaran umum responden menurut jenis kelamin dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel dibawah ini.

**Tabel 4.2**

**Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Percentase
Laki-laki	57	57%
Perempuan	43	43%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.2 tersebut di atas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 57 orang (57%), dan yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 43 orang (43%).

c. Komposisi Responden Menurut Pendidikan

Karakteristik responden menurut pendidikan dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Frekuensi	Percentase
SMU/Sederajat	37	37%
Diploma	20	20%
Sarjana	43	43%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data diolah pada tahun 2020

Berdasarkan tabel 4.3 tersebut di atas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini sebagian besar berpendidikan SMU/Sederajat sebanyak 37 orang (37%), diploma yaitu sebanyak 20 orang (20%), dan sarjana sebanyak 43 orang (43%).

## 2. Deskripsi Variabel Penelitian

Variabel penelitian ini terdiri dari 2 variabel yang terdiri variabel independent yaitu kualitas pelayanan (X) dan variabel dependent yaitu kepuasan pelanggan (Y). Survey ini menggunakan pengukuran dengan skala likert dengan bobot tertinggi disetiap pernyataan adalah

5 dan bobot terendah adalah 1 dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Dimana setiap item pernyataan diukur berdasarkan kategori standar penilaian rata-rata pada tabel berikut

**Tabel 4.4**

**Standar Penilaian**

Rata-rata skor	Penilaian
1,00 - 1,80	Sangat tidak setuju
1,81 - 2,61	Tidak setuju
2,62 - 3,42	Kurang setuju
3,43 - 4,23	Setuju
4,24 - 5,00	Sangat setuju

Deskripsi jawaban responden mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) yaitu analisis yang menguraikan atau menggambarkan jawaban responden mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengumpulan data mulai dilaksanakan dengan menyebarkan kuesioner. Selain penyebaran kuesioner penulis juga mengambil data sekunder seperti struktur organisasi, jumlah karyawan, uraian tugas dan tanggung jawab dan lain-lain yang dibutuhkan dalam penelitian ini. adapun yang menjadi sampel atau responden dalam penelitian ini sebanyak 100 orang yang menjadi pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang Di Kabupaten Gowa.

Untuk menunjang kepuasan pelanggan, salah satu upaya yang dilakukan oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang Di Kabupaten Gowa adalah penerapan kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan.

#### a. Kualitas Pelayanan

Berdasarkan data yang diperoleh dari pelanggan melalui kuesioner yang telah ditentukan diperoleh deskripsi data mengenai kualitas pelayanan pelanggan yang terdiri dari Transparency (layanan bukti fisik), Reliability (layanan kehandalan), Responsiveness (layanan daya tanggap), Assurance (layanan jaminan), dan Empathy (layanan empati) sebagai berikut.

**Tabel 4.5**

#### Tanggapan Responden Mengenai Kualitas Pelayanan

Pernyataan	Tanggapan Responden										Skor	Rata-rata
	SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		S (1)			
NO	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
1	20	20.0	44	44.0	28	28.0	8	8.0	-	-	376	3.76
2	6	6.0	50	50.0	36	36.0	8	8.0	-	-	354	3.54
3	8	8.0	53	53.0	34	34.0	5	5.0	-	-	364	3.64
<b>Reliability</b>												
4	2	2.0	38	38.0	51	51.0	9	9.0	-	-	333	3.33
5	20	20.0	49	49.0	31	31.0	-	-	-	-	389	3.89
6	27	27.0	44	44.0	24	24.0	5	5.0	-	-	393	3.93
<b>Responsiveness</b>												
7	6	6.0	50	50.0	33	33.0	11	11.0	-	-	351	3.51
8	29	29.0	47	47.0	24	24.0	-	-	-	-	405	4.05
9	8	8.0	53	53.0	34	34.0	5	5.0	-	-	364	3.64
<b>Assurance</b>												
10	20	20.0	44	44.0	28	28.0	8	8.0	-	-	376	3.76
11	7	7.0	46	46.0	38	38.0	9	9.0	-	-	351	3.51
12	18	18.0	46	46.0	28	28.0	8	8.0	-	-	374	3.74
<b>Empathy</b>												
13	20	20.0	38	38.0	39	39.0	3	3.0	-	-	375	3.75
14	36	36.0	63	63.0	1	1.0	-	-	-	-	435	4.35
15	13	13.0	72	72.0	15	15.0	-	-	-	-	398	3.98

Tangible		4.02
Rata-rata Variabel Kualitas Pelayanan	5638	18.77

Sumber : Hasil olah data SPSS versi 25

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa pada item 1 pernyataan tentang "Anda mendapatkan pelayanan yang baik sesuai dengan yang dijanjikan PDAM" sebagian besar responden (44%) menjawab setuju dengan demikian dapat dikatakan bahwa pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang dijanjikan. Pada item 2, pernyataan tentang " karyawan mampu memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan", sebagian responden (50%) menjawab setuju mengenai pelayanan yang cepat terhadap pelanggan. Pada item 3, pernyataan tentang "pengaliran air bersih selama 24 jam", sebagian responden (53%) menjawab setuju mengenai pengaliran air bersih. Pada item 4, pernyataan tentang "petugas yang selalu memberikan informasi yang jelas terhadap pelanggan", sebagian responden (51%) menjawab kurang setuju mengenai informasi yang di dapatkan pelanggan. Pada item 5 pernyataan tentang "karyawan yang cepat dan tanggap dalam melayani pembayaran dan permohonan sambungan baru", sebagian responden (49%) menjawab setuju mengenai karyawan yang cepat dan tanggap. Pada item 6, pernyataan tentang "karyawan yang selalu siap melayani pelanggan yang memerlukan bantuan", sebagian responden (44%) menjawab setuju mengenai karyawan yang siap memberikan bantuan terhadap pelanggan. Pada item 7, pernyataan tentang "karyawan bersikap ramah dan sopan saat melayani pelanggan", sebagian responden (50%) menjawab setuju mengenai sikap ramah dan sopan karyawan saat melayani pelanggan. Pada item 8, pernyataan tentang "petugas PDAM mampu berkomunikasi yang baik

kepada pelanggan", sebagian responden (47%) menjawab setuju mengenai petugas yang mampu berkomunikasi yang baik. Pada item 9, pernyataan tentang "PDAM memberikan jaminan kelancaran air dan kualitas yang bersih", sebagian responden (53%) menjawab setuju mengenai kelancaran air bersih. Pada item 10, pernyataan tentang "karyawan dapat memahami kebutuhan khusus pelanggan", sebagian responden (44%) menjawab setuju mengenai kebutuhan khusus pelanggan. Pada item 11, pernyataan tentang "karyawan bersikap penuh perhatian dalam melayani pelanggan", sebagian responden (46%) menjawab setuju mengenai perhatian karyawan terhadap pelanggan. Pada item 12, pernyataan tentang "karyawan yang memperlakukan pelanggan secara jujur dan adil sesuai dengan kebutuhan pelanggan", sebagian responden (46%) menjawab setuju mengenai perlakukan jujur dan adil dari karyawan. Pada item 13, pernyataan tentang "bangunan dan interior PDAM benih dan nyaman", sebagian responden (39%) menjawab kurang setuju mengenai kebersihan bangunan dan interior perusahaan. Pada item 14, pernyataan tentang "tempat pembayaran tagihan rekening mudah untuk dijangkau", sebagian responden (63%) menjawab setuju mengenai tempat pembayaran yang mudah dijangkau. Pada item 15, pernyataan tentang "PDAM memiliki karyawan yang berpakaian rapi dan menarik", sebagian responden (72%) menjawab setuju mengenai karyawan yang berpakaian rapi dan menarik.

Berdasarkan data yang diperoleh dari variabel Kepuasan pelanggan (X), keseluruhan item pernyataan mengenai kepuasan pelanggan terdapat angka yang tinggi pada item 14, pernyataan mengenai

"tempat tagihan pembayaran yang mudah untuk dijangkau", dengan nilai rata-rata sebanyak 4.35, dan angka yang terendah dari keseluruhan item pernyataan terdapat pada item 4, tentang pernyataan mengenai "informasi jelas dan lengkap yang di berikan oleh karyawan kepada pelanggan", dengan nilai rata sebanyak 3.33.

b. Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan data yang di peroleh dari karyawan melalui kuesioner yang telah di tentukan diperoleh deskripsi data mengenai kepuasan pelanggan sebagai berikut:

Tabel 4.6

**Tanggapan Responden Kepuasan Pelanggan**

Pernyataan	Tanggapan Responden										Skor	Rata-rata		
	SS (5)		S (4)		KS (3)		TS (2)		STS (1)					
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%				
1	8	8.0	73	73.0	19	19.0	-	-	-	-	389	3.89		
2	14	14.0	79	79.0	7	7.0	-	-	-	-	407	4.07		
3	20	20.0	68	68.0	12	12.0	-	-	-	-	408	4.08		
Rata-rata Kepuasan Pelanggan												1204	4.01	

Sumber : hasil olah data SPSS versi 25

Berdasarkan tabel 4.6 menunjukkan bahwa pada item 1, yaitu pernyataan tentang "kesenangan dan kepuasan pelanggan atas kualitas jasa yang di berikan", sebagian responden (73%) menjawab setuju mengenai kesenangan dan kepuasan pelanggan. Pada item 2, pernyataan tentang "kesenangan dan kepuasan pelanggan atas pelayanan yang di berikan PDAM", sebagian responden (79%) menjawab setuju mengenai pelayanan yang di berikan PDAM. Pada item 3, pernyataan mengenai "Pelanggan sangat senang dan puas dengan terdapatnya teknologi sebagai faktor

pendukung untuk mempermudah transaksi pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM)", sebagian responden (68%) menjawab setuju mengenai terdapatnya teknologi sebagai faktor pendukung transaksi.

### 3. Analisi instrumen penelitian

Dalam melakukan penelitian, baik buruknya suatu penelitian tergantung dari benar tidaknya suatu data, karena data merupakan gambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat untuk pembuktian hipotesis.

#### d. uji Validitas

Menurut Sugiyono (2007:363) dikatakan bahwa validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat di laporkan oleh peneliti. Uji validitas akan menguji masing-masing yang digunakan dalam penelitian ini, dimana keseluruhan variabel penelitian memuat 18 pernyataan yang harus di jawab oleh responden. Perbandingan nilai  $r$  hitung dengan  $r$  tabel :

1. Jika nilai  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel = Valid
2. Jika nilai  $r$  hitung  $<$   $r$  tabel = Tidak valid

Cara mencari nilai  $r$  tabel dengan  $DF = N - 2 = 100 - 2 = 98$  pada signifikansi 5% pada distribusi nilai  $r$  tabel statistik maka di peroleh nilai  $r$  tabel sebesar 0,196

**Tabel 4.7**

**Hasil Pengujian Validitas**

NO	VARIABEL	Item Pernyataan	$r$ hitung	$r$ tabel	Keterangan
1	Kualitas	X1.1.1	0,520	0,196	VALID

Pelayanan	X1.1.2	0,582	0,196	VALID	
	X1.1.3	0,655	0,196	VALID	
	X1.2.4	0,497	0,196	VALID	
	X1.2.5	0,368	0,196	VALID	
	X1.2.6	0,216	0,196	VALID	
	X1.3.7	0,284	0,196	VALID	
	X1.3.8	0,219	0,196	VALID	
	X1.3.9	0,655	0,196	VALID	
	X1.4.10	0,520	0,196	VALID	
	X1.4.11	0,268	0,196	VALID	
	X1.4.12	0,251	0,196	VALID	
	X1.5.13	0,309	0,196	VALID	
	X1.5.14	0,233	0,196	VALID	
	X1.5.15	0,233	0,196	VALID	
2	Kepuasan Pelanggan	Y1.1	0,709	0,196	VALID
		Y1.2	0,599	0,196	VALID
		Y1.3	0,827	0,196	VALID

Berdasarkan pengujian validitas data yang ditunjukkan pada tabel

4.7 dimana pada variabel kualitas pelayanan semua item pernyataan dinyatakan valid dan begitu pula pada variabel kepuasan pelanggan semua item pernyataan divalid.

e. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada dasarnya digunakan untuk mengukur sejauh mana hasil suatu penelitian dapat dipercaya. Untuk mengetahui apakah kuesioner tersebut sudah reliable (handal) maka dilakukanlah uji reliabilitas pada

kuesioner. Uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus alpha. Uji signifikansi dilakukan pada taraf  $\alpha = 0,05$  instrumen dapat dikatakan reliable jika nilai alpha lebih besar dari  $r_{tabel}$  (0,196). Hasil dari uji reliabilitas ditunjukkan pada table 4.8 sebagai berikut:

**Table 4.8**  
**Hasil Pengujian Reliabilitas**

Variabel	Cronbach Alpha	$r_{table}$	Status
Kualitas Pelayanan	0,593	0,196	Reliable
Kepuasan Pelanggan	0,528	0,196	Reliable

Sumber : hasil olah data spss versi 25

Berdasarkan hasil uji reliabilitas pada table 4.8 diatas menunjukkan hasil uji reliabilitas untuk variable kualitas pelayanan adalah sebesar 0,593 dinyatakan reliable dan variable kepuasan pelanggan sebesar 0,528 dinyatakan reliable.

#### 4. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linier antara satu variabel Independen (X) dengan variabel dependent (Y). analisis ini digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independent dengan variabel dependen, apakah positif atau negative. Hasil dari analisis regresi linier sederhana ditunjukkan pada table 4.9 berikut ini:

**Table 4.9**  
**Analisis Regresi Linier Sederhana**

Model	Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients		
		Beta			
(Constant)	5.183	1.283		4.041	.000
TOTALX	.122	.023	.476	5.361	.000

a. Dependent Variable: TOTALY  
Data diolah pada tahun 2020

Berdasarkan hasil olahan regresi dengan menggunakan program computer spss versi 25, maka dapat disajikan persamaan regresi linier sederhana yaitu sebagai berikut ini:

$$Y = 5.183 + 0,122X$$

Dari persamaan regresi tersebut diatas, maka dapat diberikan penjelasan sebagai berikut ini:

- 5.183 merupakan nilai konstanta yang diartikan bahwa jika X dianggap 0 maka nilainya positif.
- 0,122 yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan persamaan diatas diketahui nilai konstantanya sebesar 5.183 dan koefisien regresi X sebesar 0,122 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% kualitas, maka nilai kepuasan bertambah sebesar 0,022. Koefisien regresi tersebut bermakna positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel X terhadap Y adalah positif.

**Table 4.10**  
**Uji Nilai Signifikan**

Anova			
Model	Regression	Residual	Total
Sum of square	27.179	92.661	119.840
Df	1	98	99
Mean Square	27.179	.946	
F	28.745		
Sig.	.000 <sup>b</sup>		

Sumber : Hasil olah data spss versi 25

Table uji signifikansi diatas digunakan untuk menentukan taraf signifikansi atau linieritas dari regresi. Dari table diatas diketahui bahwa  $F_{hitung} = 28.745$ . Kriteria ditentukan berdasarkan uji nilai signifikansi (sig), dengan ketentuan jika nilai sig < 0,05. Berdasarkan table diatas, diperoleh nilai sig. = 0,000. Dengan demikian model persamaan regresi berdasarkan data penelitian adalah signifikan, atau model persamaan regresi memenuhi kriteria.

##### 5. Uji Hipotesis

###### a. Uji t

Untuk menguji hipotesis digunakan uji T yaitu untuk menguji secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Hasil uji T pada penelitian dapat dilihat pada table

Taraf nyata 5% atau 0,05 dan DF = N – 2 = (100 – 2 = 98) diperoleh nilai  $t_{table}$  sebesar 4,041.

Tabel 4.11

## Uji T

Model	Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Unstandardized Coefficients			
1	(Constant)	5.183	1.283	4.041	.000
	TOTALX	.122	.023	4.76	.000

Hasil olah data dari SPSS

Data diolah pada tahun 2020

Berdasarkan table diatas, maka hasil uji t atau uji parsial terhadap variabel kualitas pelayanan (X) didapatkan nilai t hitung sebesar 5.361 dan lebih besar dari t table 4.041, maka secara parsial variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), dengan nilai signifikansi 0.000 lebih kecil dari 0.05. artinya jika variabel kualitas pelayanan ditingkatkan sebesar satuan-satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,122.

b. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilakukan untuk melihat adanya hubungan yang sempurna atau tidak, yang ditunjukkan apakah perubahan variabel bebas akan diikuti oleh variabel terikat pada proporsi yang sama. Untuk memastikan tipe hubungan antar variabel dapat dilihat pada table berikut :

**Table 4.12**  
**Hasil Uji Regresi (Koefisien Determinasi)**

<b>Model Summary</b>					Std. Error of the Estimate
Model	R	R Square	Adjusted R Square		
1	.476 <sup>a</sup>	.227	.219		.972

a. Predictors: (Constant), TOTALX  
 data diolah pada tahun 2020

a. Predictors : (Constant), Total Kualitas Pelayanan

Sumber : hasil olah data spss,2020

Dari table diatas diketahui nilai  $R = 0,476$  atau 4,76 % mempunyai hubungan yang kuat karena mendekati nilai 1, sedangkan untuk mengetahui besarnya hubungan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat dilihat dari besarnya nilai koefisien determinasi (R square) yang di peroleh 0,227.

### **C. Pembahasan Hasil Penelitian**

Kualitas pelayanan adalah segala sesuatu yang diharapkan oleh pelanggan agar perusahaan dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu expected service dan perceived service. Apabila jasa yang di terima atau yang dirasakan (perceived service) sesuai yang dengan yang diharapkan pelanggan, maka kualitas jasa di persepsikan sebagai kualitas jasa yang ideal atau baik. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang di harapkan pelanggan, maka kualitas jasa yang di persepsikan buruk. Dengan demikian baik tidaknya

kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

Kepuasan adalah perasaan seseorang atau penilaian seseorang tentang produk/jasa suatu perusahaan yang jika produk/jasa melebihi ekspektasi maka seseorang tersebut merasakan senang. Kepuasan yang ditinjau dari sisi masyarakat yaitu mengenai apa yang telah dirasakan atas pelayanan yang telah diberikan di bandingkan dengan apa yang mereka inginkan. Jika pelayanan jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, berarti masyarakat tidak terpuaskan. Jika pelayanan sama atau melebihi dari yang diharapkan oleh pelanggan, maka pelanggan akan lebih senang atau terpuaskan.

Berdasarkan hasil analisis mengenai pengaruh kualitas pelayanan seperti bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa. Maka dalam penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner kepada responden dan mengumpulkannya kembali. Peneliti melakukan pengujian data dengan menggunakan program SPSS versi 25.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh bahwa rata-rata jawaban responden pada variabel kualitas pelayanan (X) termasuk dalam kategori tinggi. Hasil tanggapan responden mengenai keandalan memiliki rata-rata sebesar 3,64, daya tanggap sebesar 3,71, jaminan sebesar 3,73, empati sebesar 3,67, bukti fisik (*tangible*) sebesar 4,02. Maka dapat disimpulkan bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah bukti fisik

dengan rata-rata 4,02 sedangkan skor yang paling rendah adalah kehandalan dengan skor rata-rata 3,64. Hal ini berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyedia jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan. Kualitas pelayanan mengacu pada penilaian-penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan (uji t) yaitu hasil  $t_{hitung}$  sebesar 5,361 dan nilai pada tabel retribusi 5% sebesar 4,041 maka  $t_{hitung} 5,361 >$  dari  $t_{tabel} 4,041$ . Dan nilai koefisien regresi X sebesar 0,122. Dapat diartikan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian menunjukkan kesesuaian dengan penelitian sebelumnya yang dilakukan Laurensius Boro Kereta (2013) dengan judul Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kaupaten Flores. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibels) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

#### **A. Kesimpulan**

Secara umum penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Hasil analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan kuisioner menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang di berikan oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang Gowa secara umum sudah baik.

Berdasarkan uji hipotesis, menyatakan bahwa ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini dibuktikan dengan (uji t) yaitu hasil  $t_{hitung}$  sebesar 5,361 dan nilai pada tabel retribusi 5% sebesar 4,041 maka  $t_{hitung}$  5,361 > dari  $t_{tabel}$  4,041. Dan nilai koefisien regresi sebesar 0,122. Dapat diartikan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa, maka penulis menyatakan beberapa hal sebagai berikut:

Kualitas pelayanan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang di Kabupaten Gowa agar tetap dipertahankan dan ditingkatkan lagi sehingga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan guna mencapai hasil kerja yang maksimal sesuai tujuan organisasi itu sendiri.

Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa seyogyanya memberikan pemahaman yang lebih dalam kepada pelanggan terutama kenaikan tarif pembayaran yang di akibatkan oleh denda pembayaran.

Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa agar tetap mengalirkan debit air yang cukup dan memberikan kualitas air yang bersih dan layak.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adam, M. 2015. *Manajemen pemasaran jasa*. Bandung : Alfabeta 2015
- Andreani, Fransisca 2010. Analisis Kualitas Layanan Bisnis Makanan Dan Minuman Di Surabaya Ditinjau Dari Derajat Pemenuhan Kepuasan Konsumen. (Online), ([Http://Jumalpemasaran.Petra.Ac.Id.Vol 5. No 1.](http://Jumalpemasaran.Petra.Ac.Id.Vol 5. No 1.))
- Assauri, Sofjan. 2018. *Manajemen pemasaran. Dasar konsep strategi*. Raja Grafindo persada.
- Astri Fuji RS, Desta Fransisca, Dkk. 2016. Analisis Kepuasan Konsumen GOJEK Di Wilayah Kota Bandung. (Online) (<Https://Www.Academia.Edu.Id>) (2016).
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kasmir. 2012. *Manajemen Perbankan*. Cetakan 11. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, Philip. 2010. *Manajemen pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong 2012. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Kotler, Phillip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen pemasaran*. Jakarta : Erlangga.
- Lauransius Boro kereta. 2014. "Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) kabupaten Flores Timur. Jurnal Administrasi Publik dan Birokrasi, vol.1, no.3,2014, Neliti.
- Lupiyoadi, Rambat. 2014. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 3. Jakarta Salemba Empat.
- Machfoedz, Mahmud. (2010), Komunikasi pemasaran modern, Yogyakarta cetakan pertama, cakra ilmu
- Marismiati, S.E Dan Hendra Hadiwijaya, S.E. 2012. Pengaruh Kualitas Palembang. (Online), (<Https://Mpra.Ub.Uni-Muenchen.Ac.Id.Vol 3. No 3>) (2012).
- Nur Nasution, M. 2015. *Jasa terpadu*. Bogor, Ghalia Indonesia.

- Nurhasymad. 2010. Bab 2 tinjauan pustaka 2.1 pengertian pelayanan [http://www.damandini.or.id/file/nurhasymadunair\\_bab\\_2.pdf](http://www.damandini.or.id/file/nurhasymadunair_bab_2.pdf)(diakses tanggal 30 Desember 2010 jam 14.20).
- Suharsimi, Arikunto. 2014. *Metodologi penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta
- Sugiono. 2012. *Statistika untuk penelitian*. Bantuan : Alfabeta
- Sulistiyawati, Ni Made Ari Dan Ni Ketut Seminari. 2015. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Restoran Indus Ubud Gianyar. (Online) (. Vol 4 No 8 (2015).
- Sunyoto, Damang. 2013. *Metodologi penelitian akuntansi*. Bandung. PT Refika Anggota Ikapi.
- Tjiptono, Fandy. 2019. *Pemasaran jasa-prinsip, penerapan dan penelitian*. Yogyakarta : andi.
- Wijaya, Toni. 2011. *Manajemen kualitas jasa*. Jakarta. PT Indeks
- Zulian, Yamit. 2010. *manajemen kualitas produk dan jasa* vol. Edisi pertama. Yogyakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

## LAMPIRAN

### KUESIONER PENELITIAN

#### 1. Pendahuluan

Kepada Yth : Bapak/Ibu/Sdr/i Responden

Salam sejahtera

Dalam rangka penyelesaian Studi di Universitas Muhammadiyah Fakultas, dengan biodata sebagai berikut:

Nama : Ahmad Risal

Nim : 105720543315

Fakultas/Jurusan : Ekonomi & Bisnis / Manajemen

Alamat : Perumahan Bosowa Indah Blok M No. 3

No. Hp : 081219686165

Pada saat ini sedang menyusun Tugas Akhir dengan judul :

**“ Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pengguna Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jemberang Kabupaten Gowa “**

Sangat mengharapkan Partisipasi Bapak/Ibu/Sdr/i untuk dapat menganggarkan sedikit waktu dan dapat membantu saya dalam menjawab beberapa pertanyaan. Adapun pertanyaan mengenai identitas responden yang ada di kuesioner ini bersifat pertanyaan tertutup, maka identitas responden akan dirahasiakan.

#### 2. Petunjuk Pengisian

##### 1. Identitas Responden

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan mengisi titik-titik yang ada atau memberikan tanda yang benar pada jawaban yang dipilih

## 2. Pengisian Pertanyaan

Isilah pertanyaan dengan memberi tanda benar pada jawaban yang menurut Anda benar.

Aspek-aspek penelitian yang Menganalisis Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa dengan menggunakan skala likert, yaitu:

**Sangat Tidak Setuju (STS) : 1**

**Tidak Setuju (TS) : 2**

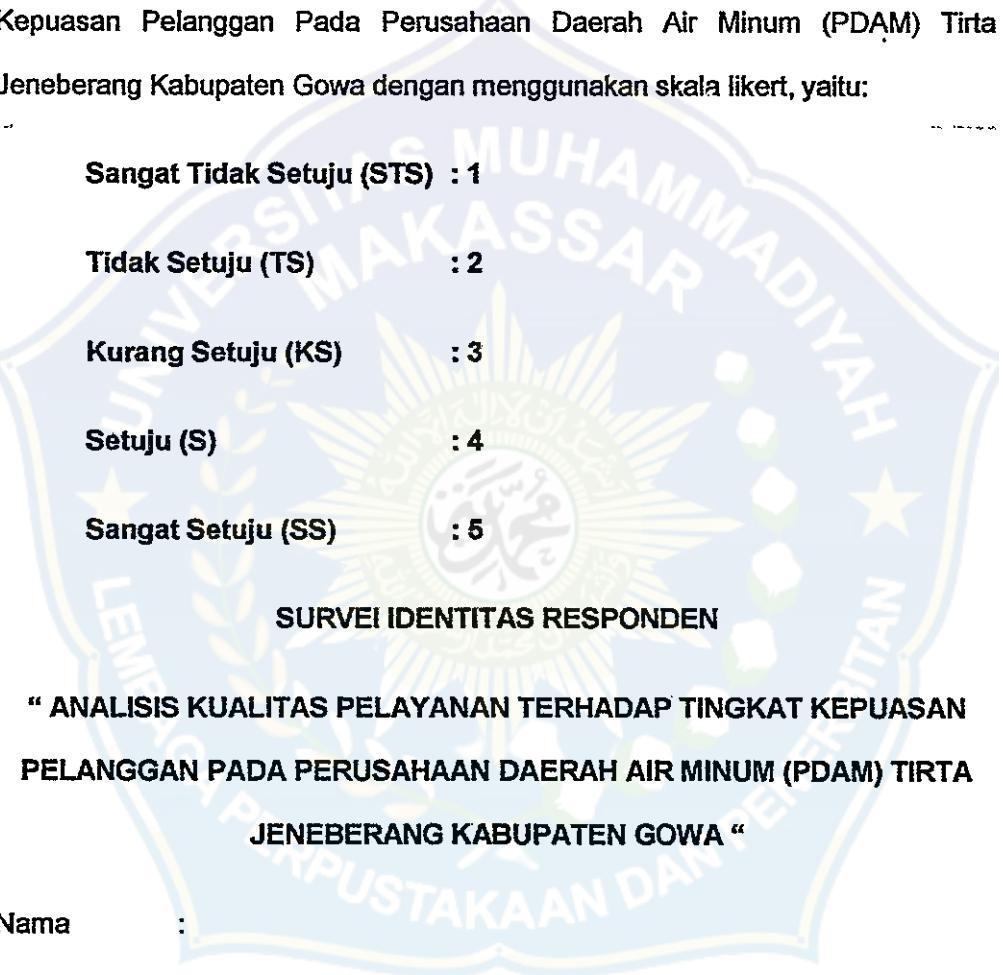
**Kurang Setuju (KS) : 3**

**Setuju (S) : 4**

**Sangat Setuju (SS) : 5**

### SURVEI IDENTITAS RESPONDEN

#### **“ ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM (PDAM) TIRTA JENEBERANG KABUPATEN GOWA ”**

Nama : 

Alamat :

Jawablah pertanyaan dibawah ini dengan mengisi kotak menggunakan tanda benar pada jawaban yang dipilih

1. Jenis Kelamin :  a. Laki-laki  
 b. Perempuan

2. Umur Pelanggan :  a.  $\leq 28$  tahun  
 b.  $29 - 35$  tahun  
 c.  $36 - 42$  tahun  
 d.  $\geq 43$  tahun
3. Pendidikan terakhir :  a. SMA  
 b. Diploma  
 c. Sarjana  
 d. Pascasarjana

### DAFTAR PERNYATAAN

#### A. KUESIONER

NO	Pernyataan	Penilaian				
		SS 5	S 4	KS 3	TS 2	STS 1
<b>Reliability</b>						
1	Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) selalu memberikan pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang dijanjikan	20	44	28	8	-
2	Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) memiliki karyawan yang mampu memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan	6	50	36	8	-
3	Pelayanan air bersih dilakukan selama 24 jam setiap harinya	8	52	34	6	-
<b>Responsiveness</b>						
4	Petugas Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) selalu memberikan informasi yang jelas dan lengkap saat pelanggan mengajukan pertanyaan	2	39	52	7	-
5	Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) memiliki karyawan yang cepat dan tanggap dalam	20	49	31	-	-

	melayani pembayaran dan permohonan sambungan baru					
6	Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) memiliki karyawan yang selalu siap untuk melayani pelanggan yang memerlukan bantuan	20	46	28	6	-
<b>Assurance</b>						
7	Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) memiliki karyawan bersikap ramah dan sopan dalam dalam melayani pelanggan	6	50	34	10	-
8	Petugas di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) mampu berkomunikasi yang baik dengan pelanggan	20	48	32	-	-
9	Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) selalu memberikan jaminan kelancaran air dan kualitas air bersih	8	52	34	6	-
<b>Empathy</b>						
10	Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) memiliki karyawan yang dapat memahami kebutuhan khusus pelanggan	20	44	28	8	-
11	Karyawan di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) bersikap penuh perhatian dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan	2	46	38	14	-
12	Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) memiliki karyawan yang memperlakukan pelanggan secara jujur dan adil serta sesuai dengan kebutuhan pelanggan	18	46	28	6	-
<b>Tangibles</b>						
13	Bangunan dan interior Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) bersih dan nyaman	20	38	38	4	-
14	Tempat pembayaran rekening tagihan air mudah untuk dijangkau	20	44	28	8	-
15	Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) memiliki karyawan berpakaian rapi dan berpenampilan cukup baik	20	68	12	-	-

## B. KEPUASAN PELANGGAN

NO	Pernyataan	Penilaian				
		SS	S	KS	TS	
		5	4	3	2	
1	Pelanggan sangat senang dan puas atas kualitas jasa yang diberikan oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM)	8	76	16	-	
2	Pelanggan sangat senang dan puas atas pelayanan yang diberikan oleh karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM)	14	80	6	-	
3	Pelanggan sangat senang dan puas dengan terdapatnya teknologi sebagai faktor pendukung untuk mempermudah transaksi pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM)	20	68	12	-	





## Notes

Output Created	12-MAR-2020 19:15:27	
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	<pre>CORRELATIONS /VARIABLES=X1.1.1 X1.1.2 X1.1.3 X1.2.4 X1.2.5 X1.2.6 X1.3.7 X1.3.8 X1.3.9 X1.4.10 X1.4.11 X1.4.12 X1.5.13 X1.5.14 X1.5.15  TOTALX /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.</pre>	
Resources	Processor Time	00:00:00,06
	Elapsed Time	00:00:00,14

## Correlations





X1.5.14	Pearson Correlation	.033	.086	.075	.074	-.061	.035	-.022	.007	.075	.033
	Sig. (2-tailed)	.747	.396	.461	.463	.545	.732	.826	.946	.461	.747
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5.15	Pearson Correlation	-.011	.158	.089	.047	-.006	-.026	-.024	.081	.089	-.011
	Sig. (2-tailed)	.917	.116	.381	.640	.954	.800	.812	.425	.381	.917
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.520**	.582**	.655**	.497**	.368**	.216*	.284**	.219*	.655**	.520**
X	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.031	.004	.029	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

### Correlations

		X1.4.11	X1.4.12	X1.5.13	X1.5.14	X1.5.15	TOTALX
X1.1.1	Pearson Correlation	-.104	-.265*	.000	.033	-.011	.520**
	Sig. (2-tailed)	.303	.008	1.000	.747	.917	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.1.2	Pearson Correlation	.118	-.178	-.026	.086	.158	.582**
	Sig. (2-tailed)	.243	.075	.800	.396	.116	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.1.3	Pearson Correlation	.026	-.226*	-.089	.075	.089	.655**
	Sig. (2-tailed)	.799	.024	.380	.461	.381	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2.4	Pearson Correlation	.063	-.239*	-.145	.074	.047	.497**
	Sig. (2-tailed)	.532	.016	.150	.463	.640	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2.5	Pearson Correlation	.162	.019	-.013	-.061	-.006	.368**
	Sig. (2-tailed)	.108	.850	.896	.545	.954	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2.6	Pearson Correlation	-.023	.821**	.359**	.035	-.026	.216*
	Sig. (2-tailed)	.824	.000	.000	.732	.800	.031

	N	100	100	100	100	100	100
X13.7	Pearson Correlation	.190	.097	.158	-.022	-.024	.284**
	Sig. (2-tailed)	.059	.339	.117	.826	.812	.004
	N	100	100	100	100	100	100
X13.8	Pearson Correlation	.099	.201*	.124	.007	.081	.219*
	Sig. (2-tailed)	.325	.045	.219	.948	.425	.029
	N	100	100	100	100	100	100
X13.9	Pearson Correlation	.026	-.226*	-.089	.075	.089	.655**
	Sig. (2-tailed)	.799	.024	.380	.461	.381	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X14.10	Pearson Correlation	-.104	-.265**	.000	.033	-.011	.520**
	Sig. (2-tailed)	.303	.008	1.000	.747	.917	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X14.11	Pearson Correlation	1	.020	.029	.031	.076	.268**
	Sig. (2-tailed)		.845	.776	.762	.454	.007
	N	100	100	100	100	100	100
X14.12	Pearson Correlation	.020	1	.331**	.121	.056	.251*
	Sig. (2-tailed)	.845		.001	.229	.583	.012
	N	100	100	100	100	100	100
X15.13	Pearson Correlation	.029	.331**	1	-.031	-.059	.309**
	Sig. (2-tailed)	.776	.001		.758	.561	.002
	N	100	100	100	100	100	100
X15.14	Pearson Correlation	.031	.121	-.031	1	.293**	.233*
	Sig. (2-tailed)	.762	.229	.758		.003	.020
	N	100	100	100	100	100	100
X15.15	Pearson Correlation	.076	.056	-.059	.293**	1	.233*
	Sig. (2-tailed)	.454	.583	.561	.003		.020
	N	100	100	100	100	100	100
TOTALX	Pearson Correlation	.268**	.251*	.309**	.233*	.233*	1
	Sig. (2-tailed)	.007	.012	.002	.020	.020	
	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).

#### CORRELATIONS

```
/VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 TOTALY
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
```

## Correlations

### Notes

Output Created	12-MAR-2020 19:18:57	
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 for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax	<pre>CORRELATIONS /VARIABLES=Y.1 Y.2 Y.3 TOTALY /PRINT=TWOTAIL NOSIG /MISSING=PAIRWISE.</pre>	
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,09

### Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	TOTALY
Y.1	Pearson Correlation	1	.077	.418**	.709**
	Sig. (2-tailed)		.447	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.077	1	.293**	.599**
	Sig. (2-tailed)	.447		.003	.000
	N	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.418**	.293**	1	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.000
	N	100	100	100	100

TOTALLY	Pearson Correlation	.709**	.599**	.827**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

### Notes

Output Created	12-MAR-2020 17:3:46
<b>Comments:</b>	
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	<b>RELIABILITY</b> <b>/VARIABLES=X1.1 X1.1.2</b> <b>X1.1.3 X1.2.4 X1.2.5 X1.2.6</b> <b>X1.3.7 X1.3.8 X1.3.9 X1.4.10</b> <b>X1.4.11 X1.4.12</b> <b>X1.5.13 X1.5.14 X1.5.15</b> <b>TOTALX</b> <b>/SCALE('ALL VARIANCES')</b> <b>ALL</b> <b>/MODEL=ALPHA.</b>
Resources	<b>Processor Time</b> 00:00:00,00 <b>Elapsed Time</b> 00:00:00,03

### Reliability

## Notes

Output Created	12-MAR-2020 19:22:12	
<b>Comments</b>		
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	<b>RELIABILITY</b> / VARIABLES=X1.1.1 X1.1.2 X1.1.3 X1.2.4 X1.2.5 X1.2.6 X1.3.7 X1.3.8 X1.3.9 X1.4.10 X1.4.11 X1.4.12 X1.5.13 X1.5.14 X1.5.15 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.	
Resources	Processor Time	00:00:00,00
	Elapsed Time	00:00:00,00

## Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

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

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

## Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.593	15

## Reliability

### Notes

Output Created	12-MAR-2020 19:22:53
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=Y.1 Y.2 Y.3 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA.
Resources	Processor Time 00:00:00,02 Elapsed Time 00:00:00,19

## Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

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

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

### Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
.528	3

### Regression

#### Notes

Output Created	12-MAR-2020 19:24:16
<b>Comments</b>	
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.
<b>Syntax</b>	
	REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT TOTALY /METHOD=ENTER TOTALX.
Resources	Processor Time
	00:00:00,00
	Elapsed Time
	00:00:00,16
	Memory Required
	3120 bytes

Additional Memory Required: 0 bytes  
for Residual Plots

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TOTALX <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: TOTALLY

b. All requested variables entered.

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.476 <sup>a</sup>	.227	.219	.972

a. Predictors: (Constant), TOTALX

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27.179	1	27.179	28.745	.000 <sup>b</sup>
1	Residual	92.661	98	.946		
1	Total	119.840	99			

a. Dependent Variable: TOTALLY

b. Predictors: (Constant), TOTALX

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	5.183	1.283		4.041	5.361	.000
	TOTALX	.122	.023	.476			

a. Dependent Variable: TOTALLY

Variabel/Item	Rhitung	Rtabel	Valid/Tidak
<b>Variabel X</b>			
X1.1.1	0,520	0,196	VALID
X1.1.2	0,582	0,196	VALID
X1.1.3	0,655	0,196	VALID
X1.2.4	0,497	0,196	VALID
X1.2.5	0,368	0,196	VALID
X1.2.6	0,216	0,196	VALID
X1.3.7	0,284	0,196	VALID
X1.3.8	0,219	0,196	VALID
X1.3.9	0,655	0,196	VALID
X1.4.10	0,520	0,196	VALID
X1.4.11	0,268	0,196	VALID
X1.4.12	0,251	0,196	VALID
X1.5.13	0,309	0,196	VALID
X1.5.14	0,233	0,196	VALID
X1.5.15	0,233	0,196	VALID
<b>Variabel Y</b>			
Y.1	0,709	0,196	VALID
Y.2	0,599	0,196	VALID
Y.3	0,827	0,196	VALID

## WI REALIBILITAS

Variabel	Nilai Cronbach's alpha	Keterangan
X	0,593	Reliabel
Y	0,528	Reliabel

## UJI VALIDITAS

## Correlations

X1	TOT													
X1.	.1.	X1.	.2.	.2.	.2.	.3.	.3.	X1.	4.1	4.1	4.1	5.1	5.1	5.1
1.1	2	1.3	4	5	6	7	8	3.9	0	1	2	3	4	5

X1	Pearson Correlation	1	.33	.48	.41	.12	-	-	-	.48	1.0	-	-	.00	.03	-	.520
1.1			5**	7**	8**	1	.30	.14	.17	7**	00**	.10	.26	0	3	.01	**
							0**	7	3			4	5**			1	
	Sig. (2-tailed)		.00	.00	.00	.23	.00	.14	.08	.00	.00	.30	.00	1.0	.74	.91	.000
			1	0	0	0	2	3	6	0	0	3	8	00	7	7	
	N		10	10	10	10	10	10	10	10	100	100	100	100	100	100	100
			0	0	0	0	0	0	0	0							
X1	Pearson Correlation	.33	1	.75	.54	-	-	-	-	.75	.33	.11	-	-	.08	.15	.582
1.2		5**		5**	2**	.04	.18	.04	.07	5**	5**	8	.17	.02	6	8	**
						0	4	5	0			9	6				
	Sig. (2-tailed)		.00	.00	.00	.69	.06	.65	.48	.00	.00	.24	.07	.80	.39	.11	.000
			1	0	0	2	7	3	8	0	1	3	5	0	6	6	
	N		10	10	10	10	10	10	10	10	100	100	100	100	100	100	100
			0	0	0	0	0	0	0	0							
X1	Pearson Correlation	.48	.75	1	.53	.12	-	-	-	1.0	.48	.02	-	-	.07	.08	.655
1.3		7**	5**	5**	2	.23	.01	.08	.00	7**	6	.22	.08	5	9		**
						0	2	3				6	9				
	Sig. (2-tailed)		.00	.00	.00	.22	.02	.90	.41	.00	.00	.79	.02	.38	.46	.38	.000
			0	0	0	6	1	6	4	0	0	9	4	0	1	1	
	N		10	10	10	10	10	10	10	10	100	100	100	100	100	100	100
			0	0	0	0	0	0	0	0							
X1	Pearson Correlation	.41	.54	.53	1	.14	-	.00	-.53	.41	.06	-	-	.07	.04	.497	**
2.4		8**	2**	5**		1	.22	3	.13	5**	8	3	.23	.14	4	7	**
						8		8				9	5				
	Sig. (2-tailed)		.00	.00	.00	.16	.02	.97	.17	.00	.00	.53	.01	.15	.46	.64	.000
			0	0	0	0	3	4	1	0	0	2	6	0	3	0	

		N															
		10	10	10	10	10	10	10	10	10	100	100	100	100	100	100	100
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
X1	Pearson Correlation	.12	-	.12	.14	1	-	.28	.18	.12	.12	.16	.01	-	-	-	.368
2.5		1	.04	2	1		.03	8	6	2	1	2	.9	.01	.06	.00	
								0					3	1	6		
	Sig. (2-tailed)	.23	.69	.22	.16		.76	.00	.06	.22	.23	.10	.85	.89	.54	.95	.000
		0	2	6	0		8	4	3	6	0	8	0	6	5	4	
		N															
		10	10	10	10	10	10	10	10	100	100	100	100	100	100	100	
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
X1	Pearson Correlation	-	-	-	-	-	1	.16	.18	-	-	-	.82	.35	.03	-	.216
2.6		.30	.18	.23	.22	.03		4	6	.23	.30	.02	1	9	5	.02	
			0**	4	0	8*	0			0*	0**	3				6	
	Sig. (2-tailed)	.00	.06	.02	.02	.76		.10	.06	.02	.00	.82	.00	.00	.73	.80	.031
		2	7	1	3	8		3	4	1	2	4	0	0	2	0	
		N															
		10	10	10	10	10	10	10	10	100	100	100	100	100	100	100	
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
X1	Pearson Correlation	-	-	-	.00	.28	.16	1	.11	-	-	.19	.09	.15	-	-	.284
3.7		.14	.04	.01	3	8**	4		6	.01	.14	0	7	8	.02	.02	
		7	5	2						2	7				2	4	
	Sig. (2-tailed)	.14	.65	.90	.97	.00	.10		.25	.90	.14	.05	.33	.11	.82	.81	.004
		3	3	6	4	4	3		2	6	3	9	9	7	6	2	
		N															
		10	10	10	10	10	10	10	10	100	100	100	100	100	100	100	
		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
X1	Pearson Correlation	-	-	-	-	.18	.18	.11	1	-	-	.09	.20	.12	.00	.08	.219
3.8		.17	.07	.08	.13	6	6	6		.08	.17	9	1	4	7	1	
		3	0	3	8					3	3						
	Sig. (2-tailed)	.14	.65	.90	.97	.00	.10		.25	.90	.14	.05	.33	.11	.82	.81	.004
		3	3	6	4	4	3		2	6	3	9	9	7	6	2	



X1	Pears	-	-	-	-	.01	.82	.09	.20	-	-	.02	1	.33	.12	.05	.251
4.12	on	.26	.17	.22	.23	.9	1	7	1	.22	.26	0					
	Corre	5	9	6	9					6	5						
	lation																
	Sig.	.00	.07	.02	.01	.85	.00	.33	.04	.02	.00	.84		.00	.22	.58	.012
	(2-	8	5	4	6	0	0	9	5	4	8	5		1	9	3	
	tailed																
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100	100	100	100	100	100	100
		0	0	0	0	0	0	0	0	0							
X1	Pears	.00	-	-	-	.35	.15	.12	-	.00	.02	.33	1	-	-	-	.309
5.13	on	0	.02	.08	.14	.01	9	8	4	.08	0	9	1	.03	.05		
	Corre	6	9	5	3					9				1	9		
	lation																
	Sig.	1.0	.80	.38	.15	.89	.00	.11	.21	.38	1.0	.77	.00		.75	.56	.002
	(2-	00	0	0	0	6	0	7	9	0	00	6	1		8	1	
	tailed																
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100	100	100	100	100	100	100
		0	0	0	0	0	0	0	0	0							
X1	Pears	.03	.08	.07	.07	-	.03	-	.00	.07	.03	.03	.12	-	1	.29	.233
5.14	on	3	6	5	4	.06	5	.02	7	5	3	1	1	.03		3	
	Corre					1		2						1			
	lation																
	Sig.	.74	.39	.46	.46	.54	.73	.82	.94	.46	.74	.76	.22	.75		.00	.020
	(2-	7	6	1	3	5	2	6	6	1	7	2	9	8		3	
	tailed																
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100	100	100	100	100	100	100
		0	0	0	0	0	0	0	0	0							
X1	Pears	-	.15	.08	.04	-	-	-	.08	.08	-	.07	.05	-	.29	1	.233
5.15	on	.01	8	9	7	.00	.02	.02	1	9	.01	6	6	.05	3		
	Corre	1				6	6	4			1			9			
	lation																
	Sig.	.91	.11	.38	.64	.95	.80	.81	.42	.38	.91	.45	.58	.56	.00		.020
	(2-	7	6	1	0	4	0	2	5	1	7	4	3	1	3		
	tailed																
	N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	100	100	100	100	100	100	100
		0	0	0	0	0	0	0	0	0							

	10 0	100 0													
TOT	.52	.58	.65	.49	.36	.21	.28	.21	.65	.52	.26	.25	.30	.23	.23
Pearson Correlation	0**	2**	5**	7**	8**	6*	4*	9*	5**	0**	8**	1*	9**	3*	3*
Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.03	.00	.02	.00	.00	.00	.01	.00	.02	.02
N	10 0	100 0													

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

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

### Correlations

	Y.1	Y.2	Y.3	TOTALY	
Y.1	Pearson Correlation	1	.077	.418**	.709**
	Sig. (2-tailed)		.447	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.077	1	.293**	.599**
	Sig. (2-tailed)	.447		.003	.000
	N	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.418**	.293**	1	.827**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.000
	N	100	100	100	100
TOTALY	Pearson Correlation	.709**	.599**	.827**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

UJI R ILITAS

VAR EL X

**Case Processing Summary**

Case	N	%
Valid	100	100.0
Excluded <sup>a</sup>	0	.0
Total	100	100.0

a. List deletion based on all variables in the procedure

**Reliability Statistics**

Reliability Coefficient	N of Items
.593	15

VAR EL Y

**Case Processing Summary**

Cases	N	%
Valid	100	100.0
Excluded <sup>a</sup>	0	.0
Total	100	100.0

a. List deletion based on all variables in the procedure

**Reliability Statistics**

Reliability Coefficient	N of Items
.528	3

UJI R KESI SEDERHANA

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant) 5.183	1.283			4.041	.000
	TOTALX .122	.023	.476		5.361	.000

a. Dependent Variable: TOTALLY

### UJI KOEFISIEN DETERMINAN

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R	Std. Error of the
			Square	Estimate
1	.476 <sup>a</sup>	.227	.219	.972

a. Predictors: (Constant), TOTALX

### UJI HIPOTESIS (UJI T)

Model	Coefficients <sup>a</sup>					Sig.
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant) 5.183	1.283			4.041	.000
	TOTALX .122	.023	.476		5.361	.000

a. Dependent Variable: TOTALLY

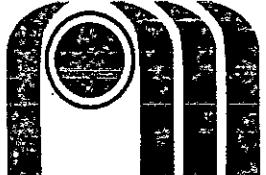
## **BIOGRAFI PENULIS**

Ahmad Risal lahir di Campalagian pada tanggal 27 Januari 1996 dari pasangan suami istri, bapak Hasanuddin dan Ibu Ramalia, S.pd i. Peneliti adalah anak kedua dari 4 bersaudara. Peneliti sekarang bertempat tinggal di Jl. Teduh Bersinar Perumahan Bosowa Indah Blok 18 M, Makassar, Sulawesi Selatan.

Pendidikan yang telah ditempuh oleh peneliti yaitu SD. INPRES 12 Pellatoang lulus tahun 2008, SMP NEGERI 4 SENDANA lulus tahun 2011, SMA NEGERI 1 SENDANA lulus tahun 2014 dan mulai tahun 2015 mengikuti program S1 Manajemen di Universitas Muhammadiyah Makassar sampai sekarang. Sampai dengan penulisan Skripsi ini peneliti masih terdaftar sebagai mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Makassar.



PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM  
KABUPATEN GOWA  
“TIRTA JENEBERANG”



Jl. Alternatif Swadaya Telp. (0411) 880 546 Fax : (0411) 822 0242 Gowa TIRTA JENEBERANG

pada

Ketua LP3M UNISMUH  
Makassar

kassar

nomor : UM.027/PDAM-GW/I/2020  
ihal : Permohonan Izin Penelitian

Dengan Hormat,

Menindak lanjuti surat izin penelitian nomor : 070/132/BKB.P/2020

Tanggal 29 Januari 2020 atas nama Sebagai berikut :

Nama : AHMAD RIZAL  
Tempat/Tanggal Lahir : Campalagian, 27 Januari 1996  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Pekerjaan : Mahasiswa (S1)  
Alamat : Perumahan Bosowa Indah Blok M No. 18  
Judul : **“ ANALISIS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM (PDAM) TIRTA JENEBERANG KABUPATEN GOWA.”**

Pada prinsipnya kami mengizinkan untuk melakukan penelitian, sesuai dengan disiplin ilmu yang di milikinya.

Demikianlah disampaikan untuk menjadi bahan seperlunya.

Sungguminasa, 30 Januari 2020

A.n Direktur Utama,

Ditulis Bagian Umum



H. Syaiful Indar, S.Sos., M.Si

NIK : 219 961 002

mbusan Yth :

1. Arsip