



EKO BIS

Jurnal Ekonomi dan Bisnis

Pengaruh Variabel Fundamental Terhadap Harga Saham Perusahaan Makanan dan Minuman yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia Tahun 2005-2008

Anis Dwiastanti

Analisis Perbandingan Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Pada Minimarket Indomaret Dengan Alfamart Di Kecamatan Singosari Malang
Analisis Perbandingan Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Pada Minimarket Indomaret Dengan Alfamart Di Kompleks Pesona Anggrek Bekasi

Fathorrahman

Pengaruh Iklim Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Koperasi Serba Usaha Artha Mitra Karya Malang

Sri Harnani

Analisa Dupont System Untuk Menilai Perkembangan Perusahaan Pada Kud Doko Kediri

Anasthasia Triwulan Budisaptorini

Pengaruh Kepemimpinan Dan Motivasi Terhadap Disiplin Kerja Guru SMA Tamansiswa Malang

I Ketut Dartha

Motivasi Mahasiswa Untuk Berkarir Sebagai Wirausaha

Darpujiyanto

Pengaruh Aspek-Aspek Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PDAM Kabupaten Malang

Harinoto

Diterbitkan oleh Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jaya Negara Malang
Terbit dua kali setahun pada bulan Maret dan September

KETUA EDITOR

Prof. Drs. R. Budi prawoto,SH,Msi

WAKIL KETUA EDITOR

DR. Diah Rusminingsih,MS

EDITOR PELAKSANA

Dra. Eni Lestari W,MM

Dra. Meinarti Puspaningtyas, MM

Dra. Anis Dwi Astanti,MM

Drs. Harinoto,MM

Drs. Bambang Hadi Prabowo,MS

EDITOR AHLI

Prof. Dr. M. Yusuf Imam Sujai,MS

DR. Abdul Malik, SE,MS

DR. Nehrudin, MS

SEKRETARIS EDITOR

Sri Harnani,SE,MM

Gusnar Mustapa,SE,MM

Dra. Anasthasia TB, MM

Dra. Rachmawati Rachman, MM

ALAMAT REDAKSI

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Jaya Negara Malang
Jl. Citandui no 46 Telp. (0341)491154, fax (0341) 498335
Website: www.stiekn.ac.id

Redaksi menerima sumbangan tulisan yang belum pernah diterbitkan dalam jurnal lain. Naskah ditulis dengan format yang sesuai dengan pedoman penulisan jurnal yang tercantum pada halaman belakang.

DAFTAR ISI

Volume 2 Nomor 1	EKOBIS Jurnal Ekonomi dan Bisnis	Maret 2011
Pengaruh Variabel Fundamental Terhadap Harga Saham Perusahaan Makanan dan Minuman yang Go Publik di Bursa Efek Indonesia Tahun 2005-2008 Anis Dwiastanti		1 - 15
Analisis Perbandingan Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Pada Minimarket Indomaret Dengan Alfamart Di Kecamatan Singosari Malang Analisis Perbandingan Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Pada Minimarket Indomaret Dengan Alfamart Di Kompleks Pesona Anggrek Bekasi Fathurrahman		16 - 22
Pengaruh Iklim Organisasi Terhadap Kepuasan Kerja Karyawan Pada Koperasi Serba Usaha Artita Mitra Karya Malang Sri Barnani		23 - 36
Analisa Dupont System Untuk Menilai Perkembangan Perusahaan Pada Kud Doko Kediri Anasthasia Triwulan Budisaptorini		37 - 51
Pengaruh Kepemimpinan Dan Motivasi Terhadap Disiplin Kerja Guru SMA Tamansiswa Malang Ketut Dartha		52 - 64
Motivasi Mahasiswa Untuk Berkarir Sebagai Wirausaha Darpujianto		65 - 73
Pengaruh Aspek-Aspek Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PDAM Kabupaten Malang Harimoto		74 - 84

PENGARUH ASPEK-ASPEK KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PDAM KABUPATEN MALANG

Oleh .Harinoto

Abstraksi:

Tujuan penelitian ini dimaksudkan untuk menganalisis, (1) Pengaruh secara parsial Pengaruh aspek-aspek kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Di Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Malang, (2) Pengaruh secara simultan Pengaruh aspek-aspek kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, (3) melihat pengaruh yang dominan terhadap pencapaian kepuasan pelanggan.

Hasil Penelitian menyatakan bahwa Aspek-aspek kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti fisik, keandalan, jaminan dan empati secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kualitas pelayanan variabel daya tanggap secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Aspek-aspek kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Malang, sehingga untuk dapat memberikan kepuasan pelanggan, diperlukan adanya kualitas pelayanan yang sebaik mungkin. Bukti fisik dengan indikator kualitas pipa memiliki mutu yang bagus, kondisi fasilitas/tempat pelayanan bersih, penataan ruangan rapi dan sarana parkir memberikan rasa aman. Variabel kehandalan dengan indikator catat meter, sikap simpatik kadang menyelesaikan masalah secara cepat, mampu menyediakan informasi yang dibutuhkan, variabel jaminan dengan indikator etika pelayanan yang baik, bersikap ramah dalam pelayanan, memiliki kredibilitas dan tanggungjawab yang tinggi serta memiliki kemampuan yang baik dalam berkomunikasi, variabel empati dengan indikator memahami kebutuhan pelanggan, bertindak adil dalam memberikan pelayanan, penyampaian informasi produk mudah dipahami, dan adanya perhatian kepada pelanggan, yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan, adalah variabel jaminan dan empati.

Kata-kata kunci : aspek-aspek kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan

1. Latar Belakang Masalah

Air sebagai sumber kehidupan makhluk hidup terutama manusia yang berkembang dengan berbagai macam kebutuhan dasar manusia (*basic human need*). Air menjadi kebutuhan primer yang diperlukan untuk kebutuhan sehari-hari seperti minum, masak, mandi sampai kebutuhan pengolahan industri, sehingga fungsi air tidak hanya terbatas untuk menjalankan fungsi ekonomi saja, namun juga sebagai fungsi sosial. Fungsi sosial ini erat berkaitan dengan kondisi air yang sehat, jernih dan bersih sehingga sangat penting dipahami oleh semua pihak dalam

rangka menjaga dan meningkatkan kesehatan masyarakat.

Secara umum kondisi air baku yang digunakan pada sistem air bersih di Kabupaten Malang ini cukup potensial karena wilayah seputar kabupaten ini banyak terdapat sumber mata air, yang kualitasnya sangat baik, sehingga untuk mengeksploitasinya tidak membutuhkan biaya yang besar. Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) sebagai perusahaan penyedia layanan publik di bidang air bersih bagi pelanggan di daerahnya perlu terus memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanannya. Kepuasan pelanggan pelang

gan sangat ditentukan oleh kualitas layanan yang diterimanya dari penyedia jasa layanan. Sejalan dengan otonomi daerah yang diikuti oleh semakin besarnya kewenangan dan desentralisasi fiskal dari Pemerintah Pusat kepada Pemerintah Daerah, maka tuntutan terhadap peningkatan kuantitas dan kualitas layanan publik termasuk jasa air bersih oleh PDAM juga akan semakin meningkat.

Sampai saat ini jangkauan layanan PDAM meliputi hampir 65% dari seluruh penduduk Kabupaten Malang (Sumber: PDAM Kabupaten Malang, 2009). Sebagai *agen of development* dari pemerintah Kabupaten Malang, PDAM dari tahun ke tahun terus berusaha meningkatkan jangkauan pelayanan demi ikut serta meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup masyarakat Kabupaten Malang. Semakin luas jangkauan layanan yang diberikan PDAM Kabupaten Malang, maka semakin banyak pengguna air yang dikelola oleh PDAM. Hal ini menjadi suatu kewajiban bagi PDAM untuk selalu meningkatkan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat sebagai pengguna air bersih.

Parasuraman, *et al* (1988) menemukan bahwa terdapat lima aspek-aspek kualitas pelayanan yaitu :

1. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan para staf memberikan pelayanan yang dijanjikan dan memberikan pelayanan dengan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para konsumen.

Parasuraman, *et.al* (1988) mengatakan jika pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, dan jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan

dipersepsikan ideal, sebaliknya apabila pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

2. Perumusan Masalah

1. Bagaimanakah aspek-aspek kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kabupaten Malang?
2. Bagaimanakah aspek-aspek kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kabupaten Malang?
3. Diantara aspek-aspek kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati, manakah yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PDAM Kabupaten Malang?

3. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh secara simultan aspek-aspek kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Malang.
2. Untuk mengetahui pengaruh secara parsial aspek-aspek kualitas layanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Malang.
3. Untuk mengetahui variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Malang.

4. Kajian Teori

a. Penelitian Terdahulu

Penelitian yang pernah dilakukan oleh Suharto dan Anita Widayanti (2004) melakukan penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom Kantor Cabang Tulungagung. Aspek-aspek kualitas pelayanan yang digunakan adalah bukti fisik, keandalan, daya tanggap,

jaminan dan empati. Dengan menggunakan analisis regresi linier berganda, hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek-aspek kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keadilan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom Kantor Cabang Tulungagung.

Jonathan (2005) melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sektor Publik di Kabupaten dan Kota di Propinsi Kalimantan Timur. Aspek-aspek kualitas pelayanan yang digunakan adalah bukti fisik, keadilan, daya tanggap, kepedulian dan jaminan. Hasil penelitiannya adalah secara simultan variabel bukti fisik, keadilan, daya tanggap, kepedulian dan jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada sektor publik di Kabupaten dan Kota Provinsi Kalimantan Timur. Sedangkan secara parsial jaminan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan variabel bukti fisik, keadilan, daya tanggap dan kepedulian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada sektor publik di Kabupaten dan Kota Provinsi Kalimantan Timur.

b. Kualitas Pelayanan

Secara umum kualitas pelayanan (*service quality*) adalah sikap atau penilaian global tentang keunggulan dari jasa, (Robinson, 1999:54). Menurut Kotler (1997:413) kualitas layanan merupakan suatu kualitas yang harus dimulai dari kebutuhan konsumen dan berakhir pada persepsi konsumen. Kualitas pelayanan sering kali dikonseptualisasikan sebagai perbandingan harapan dengan persepsi kinerja sesungguhnya dari jasa (Parasuraman. *et.al*, 1996). Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukanlah berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang pada persepsi konsumen. Konsumenlah yang mengkonsumsi dan menikmati jasa perusahaan sehingga konsumen yang seharusnya menentukan kualitas jasa. Persepsi konsumen terhadap kualitas merupakan penilaian menyeluruh atas keunggulan suatu jasa. Namun perlu diperhatikan bahwa kinerja jasa seringkali tidak konsisten, sehingga konsumen menggunakan isyarat instrinsik dan ekstrinsik sebagai acuan.

Menurut Tjiptono (2004:88) ada delapan strategi dalam meningkatkan kualitas layanan yang perlu diperhatikan antara lain.

1. Mengidentifikasi determinan Utama Jasa, dilakukannya riset untuk mengidentifikasi determinan jasa yang paling penting, lalu memperkirakan penilaian yang diberikan bagi pasar sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan determinan tersebut.
2. Mengelola harapan konsumen, dimana perusahaan harus mengetahui dan memenuhi harapan konsumen.
3. Mengelola bukti (*evidence*) kualitas jasa, hal ini memperkuat persepsi konsumen selama dan sesudah jasa diberikan.
4. Mendidik konsumen tentang jasa, dimana konsumen lebih terdidik untuk dapat mengambil keputusan secara lebih baik, sehingga kepuasan konsumen dapat tercipta lebih tinggi.
5. Mengembangkan budaya kualitas, hal ini bisa dilakukan melalui pengembangan suatu program yang terkoordinasi yang diawali dari seleksi dan pengembangan karyawan dimana merupakan asset utama perusahaan dalam rangka memenuhi kebutuhan serta demi kepuasan konsumen.
6. Menciptakan *Automating Quality*, perusahaan perlu melakukan penelitian untuk menentukan bagian mana yang membutuhkan sentuhan manusia atau memerlukan otomatisasi.
7. Menindaklanjuti jasa, perusahaan perlu mengantisipasi untuk menghubungi sebagian atau semua konsumen dalam mengetahui tingkat kepuasan mereka terhadap jasa yang diberikan.
8. Pengembangan sistem informasi kualitas jasa dengan cara pendekatan riset mengumpulkan serta menyebarluaskan informasi kualitas jasa guna mendukung dalam pengambilan keputusan.

Menurut Tjiptono (2004:28) ada tiga kunci dalam memberikan layanan unggul, yaitu.

1. Kemampuan memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan, termasuk didalamnya memahami tipe pelanggan.
2. Mengembangkan database yang lebih akurat dan pada pesaing (mencakup data kebutuhan dan

keinginan setiap segmen pelanggan dan perubahan kondisi persaingan).

3. Pemanfaatan informasi yang diperoleh dari riset pasar dalam suatu kerangka strategi.

Di dalam tingkat operasional, riset pada kualitas jasa telah didominasi oleh instrumen SERVQUAL, didasarkan pada apa yang dikenal dengan *gap model*. Ide utama pada model ini adalah bahwa kualitas jasa merupakan sebuah fungsi dari perbedaan skor atau *gap* antara harapan (*expectations*) dan persepsi (*perceptions*) (P-E). Telah diajukan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu konsep multiaspek-aspek (Parasuraman *et al*, 1988).

Gronroos (1998) berpendapat bahwa kualitas jasa didasarkan pada tiga aspek-aspek. Aspek-aspek tersebut adalah:

1. *The technical quality of outcome*. Dalam hal ini dapat digunakan untuk mengetahui hasil akhir sesungguhnya dari *service encounter*. Hasil akhir jasa seringkali dapat diukur oleh konsumen dalam sebuah pengertian subyektif. Sebagai contoh hasil akhir jasa, pada kasus bengkel reparasi mobil, merupakan ketersediaan mobil pada waktu yang telah disetujui, kerapian, dan kondisi secara mekanik.
2. *The functional quality of the service encounter*. Elemen "kualitas" ini diperhatikan dengan interaksi antara penyedia dan penerima sebuah jasa dan seringkali dipersepsikan dalam pengertian subyektif. Contoh pengembalian pada bengkel perbaikan mobil, elemen kualitas jasa ini diperhatikan dengan rasa hormat yang ditunjukkan pada konsumen, keadaan-keadaan yang berkaitan dengan fisik dari area penerimaan, sejumlah penjelasan yang diberikan pada bentuk-bentuk apa yang perlu dilakukan, menghubungi konsumen jika mobil tidak siap pada waktu yang disepakati, atau jika pekerjaan tambahan yang mahal diperlukan, dan lain-lain.
3. *The corporate image*. Hal ini memperhatikan persepsi konsumen dari organisasi jasa. Citra (*image*) bergantung pada kualitas secara teknis dan fungsional, harga, komunikasi eksternal, lokasi fisik, penampilan tempat, dan kompetensi dan perilaku karyawan perusahaan jasa.

Pelayanan sesuai dengan kebutuhan pelanggan adalah penting untuk membuat suatu standar aspek-aspek kualitas pelayanan. Parasuraman, *et al* (1988) menemukan bahwa sepuluh aspek-aspek yang ada dapat dirangkum menjadi hanya lima aspek-aspek. Kelima aspek-aspek pokok tersebut adalah :

1. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. Keandalan (*reliability*), yaitu kemampuan para staf memberikan pelayanan yang dijanjikan dan memberikan pelayanan dengan memuaskan.
3. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para konsumen.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan (*customer satisfaction*) merupakan indikator penting kemampuan perusahaan berkompetisi di pasar dan menghadapi berbagai macam perkembangan dan perubahan yang terjadi dalam lingkungan bisnis. Karena itu kepuasan pelanggan merupakan inti pencapaian profitabilitas jangka panjang bagi perusahaan. Kemampuan perusahaan memberikan layanan berkualitas terhadap pelanggan menentukan tercapainya kepuasan pelanggan sekaligus menciptakan loyalitas pelanggan. Mengelola loyalitas merupakan tantangan manajerial yang tidak ringan.

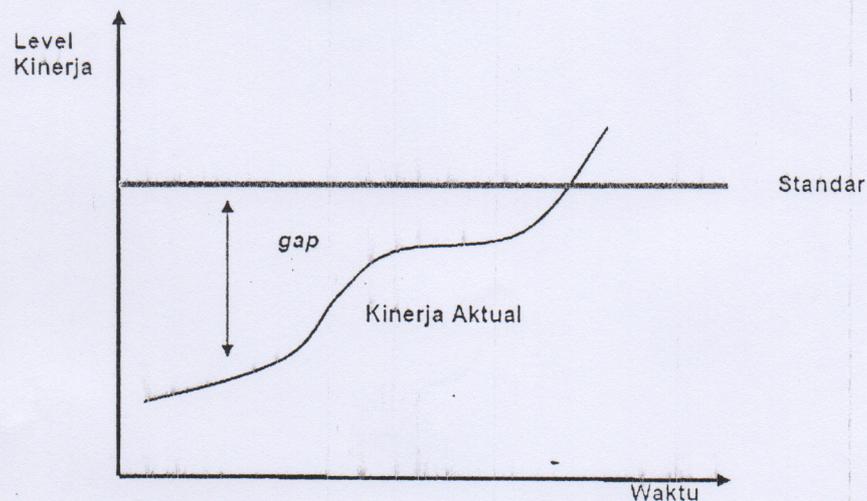
PDAM merupakan perusahaan yang menghasilkan layanan jasa berupa produk air bersih bagi pelanggan. Air bersih adalah barang publik yang bersifat strategis karena merupakan hajat hidup orang banyak dan sangat mempengaruhi tercapainya tujuan membangun pelanggan yang sejahtera. Tersedianya air bersih yang cukup dan berkualitas sangat menentukan capaian tingkat kesehatan pelanggan dan kualitas sumberdaya manusia bangsa Indonesia. Sebagai perusahaan jasa, PDAM selalu berupaya

memberikan kualitas layanan terbaik dan bermutu. Untuk itu perbaikan kualitas layanan agar dapat memenuhi harapan pelanggan pelanggannya selalu harus diutamakan sebagai prioritas. Sebagai gambaran diketengahkan gambar kinerja aktual untuk kepuasan pelanggan

terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Malang.

- c. Aspek-aspek kualitas pelayanan dalam bentuk Jaminan dan empati, merupakan variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Malang

Gambar 2
Pengukuran Kinerja



Gambar 1. Model Expected dan Perceived Service Quality
Sumber : Parasuraman Zeithami dan Berry (1988).

Parasuraman, *et.al* (1988) mengemukakan bahwa jika pelayanan yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, dan jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan ideal, sebaliknya apabila pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

5. Hipotesis Penelitian

- a. Aspek-aspek kualitas pelayanan dalam bentuk bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Malang.
- b. Aspek-aspek kualitas pelayanan dalam bentuk bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara parsial berpengaruh signifikan

6. Metode Penelitian

a. Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PDAM Kabupaten Malang, sedangkan teknik pengambilan sampel atau suatu cara dipergunakan untuk menentukan ukuran sampel penelitian, menurut Ferdinand (2006) dalam penelitian multivaria (termasuk yang menggunakan analisis regresi multivariat) besarnya sampel ditentukan besarnya sampel sebanyak 25 kali variabel independen.

Memperhatikan jumlah pelanggan yang relatif banyak, maka sistem sampel dengan memilih uraian analisis terkecil yaitu tipe pelanggan PDAM menurut kelas atau golongannya, yang terdiri dari rumah tangga institusi sosial, perdagangan dan industri. Sehingga untuk menetapkan homogenitas responden maka sampel diambil dari kelas niaga sebanyak 1434. Untuk merespon sebanyak itu, digunakan perwakilan masing-masing area (wilayah utara, selatan, tengah

barat dan timur) masing-masing sebanyak 25 pelanggan. Sehingga 25×5 wilayah = 125 responden.

Setelah ditentukan jumlah sampel sebesar 125 responden, maka pemilihan responden berdasarkan teknik *accidental sampling* (sampling berdasarkan kemudahan). Dalam teknik ini, responden yang dijadikan sampel adalah para pelanggan yang mudah ditemui pada saat melakukan pembayaran rekening di kantor PDAM Kabupaten Malang.

b. Metode Analisis data

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini secara sistematis ditentukan sebagai berikut: a. untuk menguji instrument digunakan uji validitas dan reliabilitas, b. Untuk melihat apakah variable penelitian mengalami penyimpangan/ residu antar variable dilakukan analisis uji asumsi klasik (uji multikolinieritas, uji heteroskedastisitas dan normalitas). c. berikut dilakukan analisis diskriptif secara global dengan melihat distribusi frekuensinya, d. uji regresi berganda. Metode ini digunakan untuk melihat pengaruh aspek-aspek kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Malang. Model persamaan dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

7. Hasil Analisis Penelitian

Perusahaan Daerah Air Minum sebagai perusahaan milik pemerintah daerah merupakan salah satu alat kelengkapan otonomi daerah.

- a. Perusahaan Daerah Air Minum atas dasar azas ekonomi perusahaan dalam kesatuan system pembinaan ekonomi Indonesia berdasarkan Pancasila yang menjamin kelangsungan demokrasi ekonomi yang berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.
- b. Perusahaan Daerah Air Minum dipimpin oleh suatu direksi di bawah pengawasan badan pengawas.
- c. Perusahaan daerah air minum mempunyai tugas pokok menyelenggarakan pengelolaan air minum untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat

yang mencakup aspek sosial, kesehatan dan pelayanan umum.

Susunan Organisasi PDAM Kabupaten Tingkat II Malang

- a. Bupati Malang
- b. Badan pengawas dipimpin oleh seorang Ketua Badan Pengawas yang dalam melaksanakan tugasnya berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Bupati.
- c. Direktur Utama dalam melaksanakan tugasnya berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Bupati.
- d. Masing-masing direktur dalam melaksanakan tugasnya berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Direktur Utama.
- e. Masing-masing Manajer dalam melaksanakan tugasnya berada di bawah dan bertanggung jawab kepada Direktur.
- f. Bidang Penelitian dan Pengembangan dan Satuan Pengawasan Internal dipimpin oleh seorang Kepala Bidang Penelitian dan Pengembangan dan Kepada Satuan Pengawasan Internal yang dalam melaksanakan tugasnya berada dibawah dan bertanggung jawab kepada Direktur Utama.

a. Karakteristik Responden

Responden yang menjadi pelanggan PDAM Kabupaten Malang 75 orang berjenis kelamin pria dan 50 orang berjenis kelamin wanita. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata kepala keluarga mendaftarkan namanya sebagai pelanggan PDAM Kabupaten Malang. Berikut berdasarkan umur, maka kondisinya sebagai berikut berusia 20-30 tahun sebanyak 38 orang, 31-40 tahun sebanyak 47 orang, 41-50 tahun sebanyak 34 orang dan lebih dari 50 tahun sebanyak 6 orang. Hasil tersebut menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan PDAM Kabupaten Malang berusia 31-40 tahun. Berikut berdasarkan tingkat pendidikan adalah berpendidikan SMP sebanyak 27 orang, SMU/SMK sebanyak 58 orang dan sarjana sebanyak 40 orang. Berdasarkan data tersebut, maka mayoritas pelanggan PDAM Kabupaten Malang berpendidikan SMU/SMK.

b. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

Suatu item dinyatakan valid jika indeks korelasi *product moment* pearson (r) r_{xy} hitung $>$ r_{xy} tabel, dengan $df-2 : 0.114$. Berdasarkan hasil uji validitas yang dilakukan terhadap item instrumen yang digunakan dalam penelitian, menunjukkan bahwa semua item instrumen penelitian dapat dikatakan valid, karena telah memenuhi kriteria pengujian validitas item instrumen yang digunakan yaitu nilai indeks korelasi *product moment* pearson (r) hitung lebih besar dari 0.1114

Demikian pula uji reliabilitas, alat ukur dikatakan memiliki reliabilitas apabila instrumen yang digunakan beberapa kali untuk mengukur obyek yang sama, akan menghasilkan data yang sama. Berarti memenuhi keajekan. Hal ini berarti reliabilitas berhubungan dengan konsistensi, akurasi atau ketepatan peramalan dari hasil riset. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai *Alpha Cronbach* lebih besar atau sama dengan 0,600. Setelah dilakukan uji instrumen yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa semua item instrumen penelitian dapat dikatakan reliabel, karena telah memenuhi kriteria pengujian reliabilitas item instrument yang digunakan.

c. Uji analisis deskriptif

Untuk mengetahui distribusi frekwensi dari jawaban responden terhadap hasil angket (kuesioner) yang disebarakan. Hasil angket tersebut meliputi variabel bebas bukti fisik (X_1) keandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4), dan empati (X_5) serta variabel terikat kepuasan pelanggan (Y) PDAM Kabupaten Malang.

- Berdasarkan hasil rata-rata bahwa untuk variabel bukti fisik secara keseluruhan diperoleh nilai 4.0380, hal ini berarti kualitas pelayanan dalam aspek-aspek bukti fisik pada kantor pelayanan PDAM Kabupaten Malang kategori baik.
- Berdasarkan hasil rata-rata bahwa untuk variabel kehandalan secara keseluruhan diperoleh nilai 4.0300, hal ini berarti kehandalan karyawan PDAM Kabupaten Malang ditanggapi oleh pelanggan kategori baik. Sehingga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasai guna perbaikan ke arah yang lebih baik.

- Berdasarkan hasil rata-rata bahwa untuk variabel kehandalan secara keseluruhan diperoleh nilai 4.0000, hal ini berarti daya tanggap karyawan PDAM Kabupaten Malang ditanggapi oleh pelanggan baik.
- Berdasarkan hasil rata-rata bahwa untuk variabel jaminan secara keseluruhan diperoleh nilai 3.888 hal ini berarti kualitas pelayanan dalam hal jaminan karyawan PDAM Kabupaten Malang ditanggapi oleh pelanggan kategori baik.
- Berdasarkan hasil rata-rata bahwa untuk variabel jaminan secara keseluruhan diperoleh nilai 3.964 hal ini berarti kualitas pelayanan dalam hal emp karyawan PDAM Kabupaten Malang ditanggapi oleh pelanggan baik.
- Berdasarkan hasil rata-rata bahwa untuk variabel kepuasan pelanggan secara keseluruhan diperoleh nilai 4.0415, hal ini berarti pelanggan PDAM Kabupaten Malang puas atas pelayanan yang ada. Hal ini dapat dijadikan sebagai bahan evaluasai guna perbaikan ke arah yang lebih baik.

d. Uji Asumsi klasik

Pengujian multikolinearitas dalam penelitian ini akan menggunakan nilai *varian inflation factor* (VIF) yang diperoleh dari pengujian hipotesis. Kriteria terjadinya multikolinearitas adalah apabila nilai VIF lebih besar dari 10 berarti terjadi masalah yang berkaitan dengan multikolinearitas. Ternyata hasilnya nilai *varian Inflation Factor* (VIF) adalah dibawah batas kriteria tentang adanya masalah multikolinearitas, yaitu 10. Dengan demikian, data tersebut dapat memberikan informasi yang berbeda untuk setiap variabel independennya.

Heteroskedastisitas dalam penelitian ini diuji dengan metode Korelasi Spearman's rho antara nilai residu (*disturbance error*) dari hasil regresi dengan masing-masing variabel independennya. Apabila nilai korelasi Spearman's rho dibawah 0,7 berarti model regresi menunjukkan tidak adanya permasalahan heteroskedastisitas (Gujarati,2000). Ternyata antara varian pengganggu (*unstandardized residua*) dengan setiap variabel independen tidak ada yang menunjukkan nilai diatas 0,7.

e. Uji Regresi Linier berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh aspek-aspek kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Malang. Tabel berikut adalah hasil perhitungan dari uji regresi berganda dengan bantuan *Statistical Package for Social Science (SPSS) 11.0 for windows*

Tabel 1. Hasil analisis Regresi Berganda

Variabel	Beta	t	Sig. t	Keterangan
Bukti Fisik	0.215	2.039	0.044	Signifikan
Keandalan	0.273	2.115	0.037	Signifikan
Daya Tanggap	0.016	0.141	0.888	Tidak Signifikan
Jaminan	0.283	2.309	0.023	Signifikan
Empati	0.265	2.389	0.018	Signifikan
Constant	: -0.653			
α	: 5 %			
R	: 0.644			
R Square	: 0.414			
F hitung	: 16.836			
Sig. F	: 0.000			
T table	: 1.6630			
F Tabel	: 3.9532			

Sumber : Data Primer Diolah

Model regresi selengkapnya dari pengujian tersebut adalah sebagai berikut:

$$Y = -0.653 + 0.215 X_1 + 0.273 X_2 + 0.016 X_3 + 0.283 X_4 + 0.265 X_5 + e$$

- Konstanta (α) = -0.653, artinya ketika aspek kualitas pelayanan menunjukkan nilai 0, maka tingkat kepuasan pelanggan -0.653
- koefisien untuk bukti fisik adalah 0.215, mempunyai makna bahwa jika bukti fisik naik 1 %, maka kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Malang akan meningkat sebesar 21.50%.
- koefisien untuk keandalan adalah 0.273%, mempunyai makna bahwa jika keandalan naik 1

%, maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 27.30%

- koefisien untuk daya tanggap adalah 0.016, mempunyai makna bahwa jika daya tanggap naik 1 %, maka kepuasan pelanggan akan bertambah dan pertambahannya sebesar 1.60%.
- koefisien untuk jaminan adalah 0.283, mempunyai makna bahwa jika jaminan naik 1 %, maka kepuasan pelanggan akan bertambah dan pertambahannya sebesar 28.30%.

- koefisien untuk empati adalah 0.265, mempunyai makna bahwa jika empati naik 1 %, maka kepuasan pelanggan akan bertambah dan pertambahannya sebesar 26.50%
- Besarnya nilai koefisien korelasi berganda (R) adalah 0.644 hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh aspek-aspek kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) dengan kepuasan pelanggan sebesar 64.40%.
- Besarnya nilai koefisien determinasi (R^2) R Square adalah 0.414 hal ini menunjukkan bahwa besarnya pengaruh aspek-aspek kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) dengan kepuasan pelanggan sebesar 41.40% dan sisanya sebesar 58.60% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Asumsi peneliti kepuasan pelanggan disamping dipengaruhi oleh 5 (lima) variabel penelitian ini, juga dipengaruhi oleh *leadership, disiplin kerja, komitmen dan konsisten, dan kecerdasan pegawai dll*

- nilai F hitung sebesar 16.836 lebih besar dari F tabel 3.9532 dan nilai sig. F sebesar 0.000. Nilai sig. tersebut lebih kecil dari nilai alpha (α) dalam penelitian ini adalah sebesar 5% (0,05). Hasil ini menunjukkan bahwa aspek-aspek kualitas pelayanan yang terdiri bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Malang
- analisis pengaruh secara parsial aspek-aspek kualitas bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 2.039 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.044, dan lebih kecil dari nilai α sebesar 5 %. Hal ini menunjukkan bahwa aspek-aspek kualitas pelayanan bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- aspek-aspek kualitas pelayanan keandalan terhadap kepuasan pelanggan, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2.115 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.037 dan lebih kecil dari nilai α sebesar 5 %. Hal ini menunjukkan bahwa aspek-aspek kualitas pelayanan keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- aspek-aspek kualitas pelayanan daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 0.141 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.888 dan lebih besar dari nilai α sebesar 5 %. Hal ini menunjukkan bahwa aspek-aspek kualitas pelayanan daya tanggap *tidak berpengaruh* terhadap kepuasan pelanggan
- aspek-aspek kualitas pelayanan jaminan terhadap kepuasan pelanggan, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2.309 dengan tingkat signifikansi sebesar 0.023 lebih kecil dari nilai α sebesar 5 %. Hal ini menunjukkan bahwa aspek-aspek kualitas pelayanan jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan
- aspek-aspek kualitas pelayanan dalam bentuk empati terhadap kepuasan pelanggan, diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 2.389 dengan tingkat

signifikansi sebesar 0.018 dan nilai signifikan tersebut lebih kecil dari nilai α sebesar 5 %. Hal ini menunjukkan bahwa aspek-aspek kualitas pelayanan empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan

- hasil analisis regresi berganda ditemukan bahwa kualitas pelayanan yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan, ternyata jaminan kepastian air selalu siap, tidak sering mati dst, dengan nilai koefisien jaminan (0.283)

f. Pembahasan Hasil Penelitian

- Temuan hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dikemukakan oleh Suharto dan Ani Widayanti (2004) yang menyatakan bahwa aspek-aspek kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Telkom Kantor Cabang Tulungagung. Demikian juga penelitian Jonathan (2005) yang melakukan penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sektor Publik di Kabupaten dan Kota Propinsi Kalimantan Timur.
- Namun apabila di analisis satu per satu terhadap variabel aspek-aspek kualitas pelayanan bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Artinya kepuasan ini terwujud karena kualitas pipa memiliki mutu yang bagus, kondisi fasilitas tempat pelayanan bersih, penataan ruangan rapi dan sarana parkir memberikan rasa aman. Hasil penelitian ini mendukung penelitian yang dilakukan oleh Suharto dan Anita Widayanti (2004) dan Jonathan (2005) yang menemukan bukti bahwa kualitas pelayanan dalam bentuk bukti fisik mempengaruhi kepuasan
- kualitas pelayanan kehandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Artinya kepuasan pelanggan terpenuhi oleh tingkat kehandalan dan karyawannya, dimana karyawan dalam mencatat meteran dan bersikap simpatik serdadang kala menyelesaikan masalah secara cepat selain itu, karyawan mampu menyediakan informasi yang dibutuhkan pada saat diminta.

- kualitas pelayanan daya tanggap *tidak mempengaruhi* kepuasan pelanggan. Artinya kepuasan pelanggan tidak terwujud karena kurangnya daya tanggap dan cekatan dalam mengantisipasi keluhan, seringkali keluhan yang dihadapi pelanggan kurang direspon dengan baik. saat adanya kebocoran pada pipa air. Selain itu, karyawan tidak segera menindaklanjuti apabila terjadi kesalahan yang dilakukan oleh karyawan dan adanya kurangnya memenuhi semua permintaan yang diinginkan pelanggan.
- kualitas pelayanan jaminan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Artinya kepuasan pelanggan terwujud karena pengetahuan karyawan tentang etika pelayanan tinggi. karyawan bersikap ramah dalam memberikan pelayanan, memiliki kredibilitas dan tanggungjawab yang tinggi dan memiliki kemampuan yang baik dalam berkomunikasi.
- kualitas pelayanan empati mempengaruhi kepuasan pelanggan. Artinya kepuasan pelanggan terwujud karena karyawan memiliki kemauan untuk memahami kebutuhan pelanggan, karyawan senantiasa bertindak adil dalam memberikan pelayanan, penyampaian informasi tentang produk dengan mudah dipahami, dan adanya perhatian secara individual kepada para pelanggan.
- kualitas pelayanan jaminan merupakan variabel yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan. Artinya kepuasan pelanggan terwujud karena pengetahuan karyawan tentang etika pelayanan tinggi, dimana karyawan bersikap ramah kepada semua pelanggan dan memiliki tanggung jawab serta kemampuan yang baik dalam berkomunikasi. Sehingga air yang menjadi bidang garapannya bisa dijamin dengan baik (secara kualitas dan kuantitasnya, tidak sering mati dst).

8. Kesimpulan dan Saran

- a. Aspek-aspek kualitas pelayanan yang terdiri bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten

Malang, sehingga untuk dapat memuaskan kepuasan pelanggan diperlukan adanya kualitas pelayanan yang sebaik mungkin.

- b. Secara parsial kualitas pelayanan yang terdiri bukti fisik, keandalan, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan daya tanggap secara parsial *tidak berpengaruh* terhadap kepuasan pelanggan.
- c. Yang dominan mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah variabel jaminan. Hal ini menunjukkan komitmen dan konsistensi leadership senantiasa terus meningkatkan kualitas pelayanan dalam menjamin kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Malang, baik yang menyangkut etika pelayanan, bersikap ramah, memiliki kredibilitas dan tanggungjawab yang tinggi serta kemampuan berkomunikasi, memahami kebutuhan pelanggan, bertindak adil. penyampaian informasi yang mudah dipahami, dan perhatian kepada pelanggan.

Saran bagi karyawan dalam mendukung *performance* PDAM Kabupaten Malang, untuk selalu lebih tanggap dalam memberikan pelayanan kepada konsumennya, cekatan dalam mengantisipasi keluhan, dan menindaklanjuti apabila terjadi kesalahan atau keluhan pelanggan. bagi pencatat meteran agar lebih teliti dalam mencatat angka yang ada pada meteran.

Pustaka

- Arikunto, S. 2006. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Asdi Mahasatya
- Alma, Buchari. 2000. **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Cetakan Kelima. Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Berry, L.L. 1995. **On Great Service: A Framework For Action**. The Free Press, New York
- Cristobal, E, Carlos Flavian and Miguel Guinaliu. 2007. Perceived E-Service Quality (Pesq) Measurement Validation And Effects On Consumer Satisfaction And Web Site Loyalty. *Managing Service Quality* Vol. 17 No. 3, pp. 317-340
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi Kedua, Universitas Diponegoro, Semarang.

- Ghobadian, Abby, Simon Speller, S., and Matthew Jones. 1994. Service quality concepts and models. *International Journal of Quality & Reliability Management*. Vol. 11, No. 9, 43-66.
- Gronroos, Christian. 1998. Marketing Services: The Case of a Missing Product. *Journal of Business & Industrial Marketing*. Vol. 13, No. 4/5, 322-338.
- Gujarati, Damodar. 2000. *Essentials of Econometrics*, International Editon, McGraw-Hill.
- Hutabarat, Jemsly., 2000. Visi Kualitas Jasa: "Membahagiakan Pelanggan", Kunci Sukses Bisnis Jasa. *Manajemen & Usahawan Indonesia*. Vol. 26, No. 5
- Husein, Umar. 2003. **Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa**. Penerbit: Ghalia Indonesia, Jakarta
- Irawan, Handi. 2003. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Elek Media Komputindo. Jakarta
- Jonathan, L.C.A. Robin. 2005. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sektor Publik di Kabupaten dan Kota di Propinsi Kalimantan Timur. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*, Tahun IX, No. 2. hal. 409-418
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Edisi Bahasa Indonesia, Jilid I, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Edisi Bahasa Indonesia, Jilid II, Prenhallindo, Jakarta.
- Malhotra, K. 1993. *Marketing Research An. Aplied Orientation, Prestise Hall International Edition*.
- Morrone, dan Schutz. 2003. *Five Theories of Achievement*. <http://www.sch-psych.net/archives/000605.php>.
- Parasuraman, A., Valerre A. Zeithmal and Leonard Berry. 1988. Servqual : A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perseptions of Service Quality, *Journal of Refailing*. Vol. 64, Spring, pp. 12-40.
- Parasuraman, A. Valerre A. Zeithmal and Leonard Berry., 1996. The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing*. Vol. 60, April, 31-46.
- Pent, Haryoto., 2002, Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Pengguna Jasa Pelayanan Publik (Kajian tentang Kebijakan Perijinan Model Samsat di Kota Malang). *Tesis*, Program Pasca Sarjana Universitas Gajayana Malang
- Peter, J Paul dan Jerry C.Olson. 1996. *Consumer Behavior and Marketing Strategy*, Edisi Keempat, Boston:McGraw-Hill
- Parasuraman. 1994. **Reassessment of Expectation as A Comparison Standart in Measuring Service Quality: Implication For Future Research**. *Journal of Marketing*, Vol. 58 (January), p. 111-124.
- Rangkuti, Freddy. 2003. *Measuring Customer Satisfaction*. Cetakan kedua, Edisi pertama, PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Robinson, Steward. 1999. Measuring service quality: current thinking and future requirements. *Marketing Intelligence Planning*. Vol. 17, No. 1, 21-32.
- Rambat, Lupiyoadi. 2001. **Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek**; Edisi Pertama. Salemba Empat, Jakarta.
- Suharto dan Anita Widayanti. 2004. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Pelanggan PT. Telkom Kantor Cabang Tulungagung). *Jurnal Arthavidya*, Tahun 5, Nomor 3. hal. 690-699
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. LP3ES. Jakarta.
- Supranto, Johannes. 2003. **Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan**. Rineka Cipta, Jakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Manajemen Jasa*, Andy Offset, Yogyakarta
- Yamit, Yulian. 2002. **Manajemen Kualitas Produk dan Jasa**; Edisi Pertama, Cetakan Kedua. Penerbit: Ekonosia, Yogyakarta.