

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM)

Gledis Liensky¹ & Jondry A. Hetharie²

^{1,2}Universitas Kristen Indonesia Maluku

jondryub@rocketmail.com

Abstract: *This research entiled the effect of service quality on customer satisfaction at PDAM Dobo city. Based on problems related to customer satisfaction in this case related to the quality of service that has not been optimal. The aim of this study is to determine the effect of tangible, responsiveness, reliability, assurance, dan empathy on user satisfaction of PDAM kota Dobo. The population oh this research are all customers of PDAM Dobo City with a total sample of 76 respondents. The data collection method is the questionnaire method. The validity unit uses total correlation, while the reliability test uses Cronbach alpha. The classical assumption test includes the normality test, the linearity test, the multicollinearity test, and the heteroscedasticity test, test t and test F. The results of this study indicate that tangibles, responsiveness, reliability, assurance and empathy have a positive and significant effect on customer satisfaction in PDAM Dobo city.*

Keywords: *tangible, responsiveness, reliability, assurance, empathy, customer satisfaction.*

Abstract: Penelitian yang berjudul pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PDAM kota Dobo. Didasarkan pada permasalahan yang menyangkut kepuasan pelanggan dalam hal ini terkait dengan kualitas pelayanan yang belum optimal. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh tangibles, responsiveness, reliability, assurance, dan empathy terhadap kepuasan pengguna PDAM Kota Dobo. Populasi penelitian ini adalah semua pelanggan PDAM kota Dobo dengan jumlah sampel 76 responden. Metode pengumpulan data dengan metode kuesioner. Uji validitas menggunakan total correlation, sedangkan uji reliabilitas menggunakan cronbach alpha. Uji asumsi klasik meliputi uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas, Uji t dan uji f. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *tangibles, responsiveness, reliability, assurance* dan *emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM kota Dobo.

Kata Kunci: *tangible, responsiveness, reliability, assurance, empathy, kepuasan pelanggan.*

Pendahuluan

Dalam kehidupan sehari-hari manusia selalu membutuhkan konsumsi untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, terutama dalam mengkonsumsi air, karena tanpa air manusia tidak akan dapat bertahan hidup. Air merupakan sumber daya mineral yang sangat dibutuhkan semua makhluk hidup dan sangat bermanfaat disetiap kegiatan makhluk hidup di muka bumi ini termasuk manusia. Maka dari itu pengolahannya dilakukan sedemikian rupa sehingga harus dimanfaatkan secara efektif dan efisien. Air adalah sumber nasional yang menyangkut hajat hidup orang banyak yang pengelolaannya harus diatur oleh pemerintah. Untuk menjaga dan mengelola sumber daya air yang dimiliki negara kesatuan Republik Indonesia dibentuklah dasar hukum tentang sumber daya air yaitu dalam Undang-Undang Nomer 7 Tahun 2004.

Salah satu lembaga organisasi perangkat daerah adalah Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). BUMD dibentuk berdasarkan Undang-Undang No 5 Tahun 1962 tentang Perusahaan Daerah yang memiliki tujuan melaksanakan pembangunan daerah melalui pelayanan jasa kepada masyarakat, penyelenggaraan kemanfaatan umum dan meningkatkan penghasilan pemerintah daerah. Salah satu

perusahaan daerah yang tergabung dalam Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dan mengelola sumber daya air di setiap daerah adalah Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM). Hal ini dilakukan mengingat kebutuhan masyarakat akan air bersih merupakan satu hal yang sangat urgen. Undang-undang Nomor 1 tahun 1974 dan aturan pelaksanaannya dalam Peraturan Pemerintah Nomor. 22 Tahun 1982 pada Pasal 13 ayat (1) menetapkan bahwa "Air untuk keperluan minum merupakan prioritas utama di atas segala keperluan lainnya". Kepuasan pelanggan, perasaan senang atau kecewa yang dirasakan konsumen atau pelanggan setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya dan kenyataan yang ada (Kotler & Keller, 2007), Untuk menciptakan keunggulan layanan, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan pelanggan, erat kaitannya dengan dimensi kualitas jasa sebagai alat ukur kualitas layanan demi meningkatkan kepuasan pelanggan. perlu diperhatikan oleh PDAM Kota Dobo karena kepuasan pelanggan dapat menjadi kunci keberhasilan suatu perusahaan dalam meningkatkan pendapatan.

Kepuasan pelanggan PDAM Kota Dobo sangat penting karena air menjadi kebutuhan primer (air minum) maupun sekunder (mandi, mencuci, memasak, dsb) yang diperlukan untuk kebutuhan sehari-hari dan seiring berjalannya waktu kebutuhan akan air juga semakin meningkat sejalan dengan pertambahan jumlah penduduk. Ketersediaan air bersih dan layak minum menjadi masalah yang kian serius saat ini karena sumber daya air bersih untuk minum yang seharusnya dapat dinikmati dengan mudah oleh masyarakat pada kenyataannya kini makin sulit ditemui.

Berdasarkan kondisi yang peneliti dapatkan dari hasil observasi dan wawancara dengan pelanggan PDAM terdapat banyak keluhan yang disampaikan oleh pelanggan PDAM Kota Dobo yang belum terlayani hak-haknya yaitu seperti tidak mendapatkan air sementara jarum di meteran air berjalan terus sebagaimana pemakaian ketika air keluar dari kran, keluhan lain yakni air yang keluar warnanya keruh atau berlumpur, dan berbagai keluhan lainnya yang dirasa sangat mengganggu pelanggan. Pada saat musim hujan pelanggan mendapati pihak PDAM mematikan aliran air dan juga pihak PDAM menyalurkan air 2-3 hari dalam seminggu tanpa adanya pemberitahuan. Setelah pelanggan menyampaikan keluhannya mengenai pemberhentian air, pihak PDAM merespon hal tersebut namun responnya tidak begitu jelas dan tidak sesuai dengan fakta yang ada. Pelanggan juga sering menyampaikan keluhannya baik secara tertulis maupun secara lisan kepada pihak PDAM kota Dobo. Kondisi di atas dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh PDAM masih kurang memuaskan karena, kurang tanggapnya pegawai PDAM dalam menanggapi keluhan-keluhan dari pelanggan serta kualitas air yang tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Kondisi tersebut menyebabkan pelanggan merasa tidak puas, dan ketidakpuasan tersebut akan terungkap dalam bentuk keluhan, pengaduan, protes. Para peneliti pemasaran mengidentifikasi lima dimensi prinsip yang digunakan pelanggan untuk menilai kualitas pelayanan (Fitzsimmons, 2011), yaitu; Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Keyakinan (*Assurance*), Empati (*Empaty*) dan Bukti Fisik (*Tangibles*).

Tabel 1. Data Pelanggan PDAM Aru Tahun 2016 – 2020

2016		2017		2018		2019		2020	
Uraian	Jumlah Pel.	Uraian	Jumlah Pel.	Uraian	Jumlah Pel.	Uraian	Jumlah Pel.	Uraian	Jumlah Pel.
Wilayah 1	1967	Wilayah 1	2750	Wilayah 1	3013	Wilayah 1	3071	Wilayah 1	3139
Wilayah 2	879	Wilayah 2	1110	Wilayah 2	1133	Wilayah 2	1138	Wilayah 2	1153

Wilayah 3	1040	Wilayah 3	1447	Wilayah 3	1674	Wilayah 3	1832	Wilayah 3	1860
Grand Total	3886		5307		5820		6042		6152

Sumber; Laporan data pengguna PDAM Aru, (2016-2020)

Berdasarkan tabel di atas tentunya terjadi peningkatan setiap tahun dari setiap wilayah, hal tersebut terjadi karena air merupakan kebutuhan utama manusia, tentunya air di perlukan untuk memenuhi setiap kebutuhan sehari-hari manusia seperti yang kita tahu air digunakan untuk memasak, mencuci, mandi dan untuk seluruh aktifitas manusia, seiring dengan berjalannya waktu kebutuhan akan air semakin meningkat sejalan dengan pertambahan penduduk. Agar dapat memuaskan pelanggan yang setiap tahun meningkat pelayanan yang baik dalam menanggapi keluhan pelanggan dan meningkatkan kualitas pelayanan dari PDAM dan berbagai aspek sehingga kebutuhan pelanggan terpenuhi

Kajian Teori

Dimensi-dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman et al., (1998) bahwa terdapat lima dimensi kualitas pelayanan antara lain sebagai berikut;

1. *Reliability* (Kehandalan)

Keandalan atau kemampuan mewujudkan janji yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja perusahaan harus sesuai dengan harapan pelanggan berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa ada kesalahan, dan sikap yang simpatik dari pihak perusahaan. Contohnya petugas penyedia jasa air bersih harus bekerja sesuai dengan visi misinya perusahaan yaitu memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, ketika ada pelanggan yang menyampaikan keluhan mengenai berhentinya aliran air petugas penyedia jasa air bersih mampu untuk menangani keluhan tersebut.

2. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Ketanggapan dalam memberikan pelayanan (*responsiveness*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan jasa dengan tanggap, kesediaan penyedia jasa dalam membantu pelanggan untuk memenuhi kebutuhan, dan merespon permintaan pelanggan secara cepat. Dimensi ini menekankan pada sikap penyedia jasa yang penuh perhatian, cepat dan tepat dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, keluhan dan masalah konsumen. Contohnya ketika pelanggan mengeluhkan aliran air yang berwarna keruh dan berbau petugas penyedia jasa air bersih dengan tanggap dalam memperbaiki pipa air.

3. *Assurance* (Jaminan dan Kepastian)

Keyakinan atau kemampuan memberikan jaminan pelayanan yaitu kemampuan penyedia jasa untuk membangkitkan rasa percaya dan keyakinan diri konsumen bahwa pihak penyedia jasa terutama karyawannya mampu untuk memenuhi kebutuhan konsumennya mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para



karyawan. Contohnya ketika ada pelanggan yang tidak paham mengenai pembayaran tagihan air secara *online*, petugas penyedia jasa air bersih menjelaskan langkah-langkah pembayaran secara *online* dengan sabar.

4. *Empathy* (Empati)

Empati atau memahami keinginan konsumen yaitu perhatian secara individual terhadap pelanggan seperti kemudahan untuk berkomunikasi yang baik dengan para karyawan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan. Contohnya ketika ada pelanggan yang bingung dalam memahami rekening air, petugas penyedia jasa air minum bersedia menjelaskan mengenai rekening tersebut.

5. *Tangibles* (Tampilan Fisik Pelayanan)

Tampilan fisik pelayanan (*tangibles*) yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak luar. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perubahan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Contohnya saat melakukan pembayaran tagihan air, perusahaan air bersih menyediakan tempat duduk yang nyaman dan pendingin ruangan untuk para pelanggan yang sedang melakukan pembayaran tagihan air.

Definisi Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Keller, (2007) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan konsumen atau pelanggan setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya dan kenyataan yang ada. Kotler dan Armstrong, (2001) mengemukakan kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli. Bitner dan Zeithaml (Bharwana, Bashir & Mohsin, 2013) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah perkiraan pelanggan terhadap suatu layanan atau produk baik yang memenuhi harapan dan kebutuhannya.

Engel, dkk., dalam Tjiptono, (2005) juga menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) yang sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Puspita, (2012) mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah penilaian pelanggan terhadap penampilan dan kinerja barang atau jasa itu sendiri, apakah dapat memenuhi keinginan, hasrat dan tujuan pelanggan. Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang suatu produk anggapannya (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Jika produk tersebut sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tersebut puas. Jika produk tersebut melebihi ekspektasi, pelanggan tersebut akan senang (Kotler & Keller, 2009).

Menurut Danang Sunyoto, (2015) kepuasan konsumen merupakan salah satu alasan dimana konsumen memutuskan untuk berbelanja pada suatu tempat. Apabila konsumen merasa puas dengan suatu produk, mereka cenderung akan terus membeli dan menggunakannya serta memberitahukan orang lain tentang pengalaman mereka yang menyenangkan dengan produk tersebut. Menurut Sangadji dan Sopiah, (2013) kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima konsumen. Jika produk tersebut memenuhi harapan, konsumen akan puas.

Terdapat banyak sekali kajian empiris tentang dampak kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian terdahulu oleh Nunik Anggreini, (2016) menjelaskan bahwa *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *emphaty* berpengaruh signifikan dan positif terhadap

kepuasan pelanggan. Peneliti lainnya Bambang Sumantri, (2017) juga menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat dilihat dari bukti langsung (*tangibles*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM kabupaten Sragen. Hasil kajian diatas juga didukung oleh Herri Afandi, (2017); Muhamad RP, (2019) dan Rusdi dkk., (2021) yang seluruhnya menyatakan bahwa *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance* dan *emphaty* berpengaruh signifikan dan positif terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan kajian literatur dan studi empiris yang dikemukakan maka hipotesis yang diajukan peneliti sebagai berikut;

H1 : Diduga *tangibles* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H2 : Diduga *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan

H3 : Diduga *reliability* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H4 : Diduga *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H5 : Diduga *emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Metode Penelitian

Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori yang tujuannya untuk menjelaskan dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan PDAM kota Dobo. Sampel penelitian yang diambil dalam penelitian ini adalah pelanggan PDAM di Kota Dobo sejumlah 6.121 pelanggan. Kemudian peneliti menggunakan rumus slovin untuk menentukan sampel : $n = N / (1 + (N \times e^2))$

Keterangan :

n = Ukuran sampel/jumlah responden

N = Ukuran Populasi

e = Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolelir; e=0,1

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut;

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah 10-20 % dari populasi penelitian.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 6121 pelanggan.

Sehingga presentase kelonggaran yang digunakan adalah 10% dan hasil perhitungan dapat dibulatkan untuk mencapai kesesuaian. Maka untuk mengetahui sampel penelitian dengan perhitungan sebagai berikut;



$$n = 6121 / (1 + 6121 \times (10\%)^2)$$

$$n = 6121 / (1 + 6121 \times (0,1)^2)$$

$$n = 6121 / (1 + 6121 \times (0,01))$$

$$n = 6121 / (1 + 6121)$$

$$n = 6121 / 62,21 = 98,4;$$

disesuaikan menjadi 98 responden.

Metode analisis yang digunakan adalah analisis inferensial dengan menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Hasil dan Pembahasan

Hasil Penelitian

Pengujian analisis data penelitian dalam kajian ini dimulai dengan melakukan pengujian instrumen penelitian yakni pengujian validitas dan reliabilitas. Pengujian validitas menggunakan korelasi *product moment* dengan tingkat signifikan sebesar 0.05 yang berarti bahwa jika koefisien hasil korelasi lebih kecil dari 0.05 maka instrumen dinyatakan valid. Pengujian reliabilitas menggunakan besarnya nilai *alpha cronbach* dengan taraf signifikan sebesar 0.06 yang berarti jika koefisien korelasi lebih besar dari 0.06 maka instrumen dinyatakan reliabel. Hasil kedua pengujian tersebut terlihat dibawah ini.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Item Total Statistik			
<i>Tangibles (X1)</i>			
	r Hitung	r Tabel	Keterangan
P1	.894	.1654	Valid
P2	.918	.1654	Valid
P3	.917	.1654	Valid
P4	.810	.1654	Valid
<i>Responsiveness (X2)</i>			
P5	.867	.1654	Valid
P6	.917	.1654	Valid
P7	.883	.1654	Valid
P8	.822	.1654	Valid
<i>Reliability (X3)</i>			
P9	.873	.1654	Valid
P10	.908	.1654	Valid
P11	.826	.1654	Valid
P12	.865	.1654	Valid
<i>Assurance (X4)</i>			
P13	.870	.1654	Valid
P14	.890	.1654	Valid
P15	.803	.1654	Valid
P16	.762	.1654	Valid
<i>Emphaty (X5)</i>			
P17	.890	.1654	Valid
P18	.918	.1654	Valid

Item Total Statistik			
<i>Tangibles (X1)</i>			
P19	.912	.1654	Valid
P20	.848	.1654	Valid
<i>Kepuasan (Y)</i>			
P21	.823	.1654	Valid
P22	.791	.1654	Valid
P23	.808	.1654	Valid
P24	.843	.1654	Valid

Sumber; Hasil pengolahan data penelitian, (2022)

Pada tabel diatas diketahui bahwa uji validitas dimensi-dimensi pada variabel *tangibles*, *responsiveness*, *reliability*, *assurance*, *emphaty* dan kepuasan pelanggan menunjukkan valid. Kevalidan ini ditunjukkan dengan nilai r hitung $>$ r tabel dan pada tabel di atas menunjukkan semua pernyataan valid, dengan demikian dapat dipakai dalam penelitian.

.Selanjutnya pengujian dilanjutkan dengan pengujian asumsi klasik antara lain; uji normalitas, multikolinieritas dan uji heterokedastisitas. Hasil pengujian normalitas menunjukkan bahwa data penelitian ini dapat dikatakan telah memenuhi kaidah normalitas karena terlihat bahwa data pada grafik *probability plot* telah menyebar mengikuti garis diagonal, penyebarannya secara acak dan tidak membentuk pola tertentu. Pengujian heterokedastisitas dilakukan dengan melihat hasil gambar *charts scatterplot*. Hasilnya menunjukkan bahwa data Penelitian bebas heterokedastisitas karena titik-titik data menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y. Pengujian selanjutnya adalah uji multikolinieritas dengan berpatokan pada besarnya nilai *tolerance* nilai *Variance Inflation Faktor* (VIF). Hasil uji menunjukkan bahwa nilai *tolerance* mendekati 1 dan nilai VIF berada dibawah 10 yang berarti tidak terjadi multikolinieritas antar variabel independen dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil uji asumsi klasik maka dapat dikatakan bahwa model ini layak untuk dilanjutkan ke tahapan pengolahan data selanjutnya.

Pengujian selanjutnya adalah analisis regresi linier berganda dengan hasil seperti yang terlihat berikut ini.

Tabel 3. Hasil Uji t & F

t	Sig.	F	Sig.
2.752	.007		
2.224	.029		
2.558	.012	128.858	.000 ^b
3.549	.001		
2.756	.007		

Sumber; Hasil pengolahan data penelitian, (2022)

Pembahasan

Berdasarkan uji Hipotesis dengan Uji t menunjukkan bahwa bukti fisik (*tangibles X1*) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM kota Dobo. Sesuai dengan hasil uji T pada dimensi *tangibles* dengan hasil 2.752 tingkat signifikan t sebesar 0.007 lebih kecil dari 0,05 ($0.007 < 0,05$) dengan tingkat signifikan t sebesar mengindikasikan bahwa *tangibles* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga hipotesis pertama yang



menyatakan terdapat pengaruh tangibles secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan didukung.

Berdasarkan uji Hipotesis dengan Uji t menunjukkan bahwa daya tanggap (*responsiveness* X2) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM kota Dobo. Sesuai dengan hasil uji T pada dimensi Responsiveness dengan hasil 2.224 tingkat signifikan t sebesar 0.029 lebih kecil dari 0,05 ($0.029 < 0,05$) mengindikasikan bahwa *responsiveness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan terdapat pengaruh *responsiveness* secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan didukung.

Berdasarkan uji Hipotesis dengan Uji t menunjukkan bahwa kehandalan (*reliability* X3) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM kota Dobo. Sesuai dengan hasil uji T pada dimensi *reliability* dengan hasil 2.558 dengan tingkat signifikan t sebesar tingkat signifikan t sebesar 0.012 lebih kecil dari 0,05 ($0.012 < 0,05$) mengindikasikan bahwa *reliability* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan terdapat pengaruh *reliability* secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan didukung.

Berdasarkan uji Hipotesis dengan Uji t menunjukkan bahwa jaminan (*assurance* X4) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM kota Dobo. Sesuai dengan hasil uji T pada dimensi *assurance* dengan hasil 3.549 tingkat signifikan t sebesar 0.001 lebih kecil dari 0,05 ($0.001 < 0,05$) mengindikasikan bahwa *assurance* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan terdapat pengaruh *assurance* secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan didukung.

Berdasarkan uji Hipotesis dengan Uji t menunjukkan bahwa empati (*emphaty* X5) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM kota Dobo. Sesuai dengan hasil uji T pada dimensi *emphaty* dengan hasil 2.756 tingkat signifikan t sebesar 0.007 lebih kecil dari 0,05 ($0.007 < 0,05$) mengindikasikan bahwa *emphaty* berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga hipotesis pertama yang menyatakan terdapat pengaruh *emphaty* secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan didukung.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian seperti yang telah diuraikan pada bab sebelumnya dapat ditarik kesimpulan yaitu; Semakin baik dan memadai setiap layanan yang diberikan dalam bentuk nyata maka dapat mempengaruhi Kepuasan Pelanggan, begitu pula jika pelayanan yang diberikan tidak memadai maka pelanggan merasa tidak puas. Semakin baik dan cepat respon yang dilakukan perusahaan maka dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, begitu pula jika perusahaan tidak tanggap dalam merespon pelanggan maka tentunya pelanggan merasa tidak puas. Jika perusahaan handal dalam memenuhi tugasnya maka dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, begitu pula jika perusahaan tidak handal dalam bekerja tentunya pelanggan merasa tidak puas. Perusahaan juga harus bertanggung jawab dan memenuhi tugas-tugasnya untuk melayani pelanggan dengan baik dan merata maka tentunya dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, begitu pula jika perusahaan tidak melayani dan bertanggung jawab atas tugasnya maka pelanggan akan merasa tidak puas dan perusahaan harus memberikan rasa adil dan perhatian bagi setiap pelanggan yang mengajukan keluhan-keluhan mereka dengan baik hal ini tentunya dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, begitu pula jika perusahaan

tidak melayani keluhan-keluhan pelanggan maka tentunya pelanggan akan kecewa dan merasa tidak puas akan pelayanan yang diberikan.

Saran

Adapun saran yang diberikan penulis yang berkaitan dengan kesimpulan yang telah dipaparkan serta untuk membangun pelayanan yang lebih baik kedepannya, yaitu;

1. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan sehingga petugas PDAM kota Dobo perlu mempertahankan kualitas pelayanan sehingga pelanggan merasa puas dan senang terhadap pelayanan yang diberikan.
2. Perusahaan harus menyediakan aplikasi pembayaran yang mudah dan dapat dipahami oleh pelanggan sehingga pelanggan tidak lagi pergi membayar di kantor PAM dan kantor pos melainkan dapat dengan mudah untuk melakukan pembayaran air melalui *handphone*.

Daftar Pustaka

- Anandar, A. P. (2015). Pengaruh kualitas pelayanan jasa PDAM Tirta Kencana kota Samarinda terhadap kepuasan pelanggan di wilayah kelurahan Sungai Pinang dalam kecamatan Sungai Pinang. *Ejournal Administrasi Negara*, 3(4), 1103-1114.
- Assauri, S. (1999). *Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep dan Strategi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ghozali, Imam. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang: UNDIP.
- Hartono. 2011. *Analisis Data Statistika dan Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Indriantoro N, 200, *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*, BPFE, Jakarta.
- Kereta. (2014). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Flores Timur, *Jurnal Administrasi Publikdan Birokrasi Vol. 1 No. 3*
- Kotler, P. & Keller, K. N. (2007). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.
- Nugroho, Bhuono Agung. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Lupiyoadi, R. (2001). *Manajemen pemasaran jasa*. Edisi Pertama. Jakarta : Salemba Empat
- Lupiyoadi, Rahmat. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit Salemba Empat. Jakarta
- Parasuraman, Zeithmal, dan Berry, 1998. *SERVQUAL : A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality*. *Journal of Retailing. Marketing Science Institute*. 1(64): h; 12-40
- Parasuraman , A. V. (2001). *Delivering Quality Service (terjemahan)*. New york : The Free Press



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©2022 by author.

- Phiri, M. A., & Mewabe, T. (2013). Customer's expectations and perception of service quality: the case of pick n pay supermarket stores in Pietermaritzburg Area, South Africa. *International Journal of Research In Social Sciences*, 3(1), 96-104
- Puspita, R. N (2012). Perbedaan kepuasan pelanggan Indomaret dan Alfamart. *Journal of Social and Industrial Psychology*, I(1), 61-67
- Ramseook-Munhurrun, P., Lukea-Bhiwajee, S. D., & Naidoo, P. (2010). Service quality in the public service. *International journal of Management and Marketing Research*, 3(1), 37-50
- Sangadji, E.M., dan sopiah. 2013. Prilaku Konsumen: Pendekatan Ptaktis disertai:Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Riyasa. (2007). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Terhadap pelayanan Pdam Kota Denpasar, *Journal ISSN1410-4628*
- Sangadji, E.M., dan Sopiah, 2013. Prilaku konsumen: Pendekatan Praktis Disertai:Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: penerbit Andi.
- Setyo, Purnomo Edwin, 2017, Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Best Autoworks, *Jurnal Manajemen dan Start-up Bisnis*, Vol 1, No. 6, hal. 755-764
- Siagian, Y.M. (2005). Aplikasi SCM dalam bisnis. Jakarta : Grasindo
- Sugiyono, 2009, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D, Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono (2011). Metode peneltian kuantitatif kualitatif dan R&D. Alfabeta
- Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, F. (2002). Strategi Pemasaran, Edisi-2. Yogyakarta: ANDI. Tjiptono, F. (2005). Strategi Bisnis. Yogyakarta: ANDI Tjiptono, Fandy. 2010. Strategi Pemasaran. Edisi Ketiga. Yogyakarta : Andi Yenita. (2008). Persepsi terhadap petugas pemberi jasa layanan : efek dari kepuasan konsumen. *Journal of Psychology*, 10(2), 170-180