

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PERUMDA AIR MINUM TIRTA BUMI WIBAWA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY OF TIRTA BUMI WIBAWA REGIONAL DRINKING WATER COMPANY TOWARDS CUSTOMER SATISFACTION

Anisa Anwar^{1*}, Ike Rachmawati², Tuah Nur³

^{1,2,3}Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi dan Humaniora
Universitas Muhammadiyah Sukabumi, Jl. R. Syamsudin, SH No. 50, Cikole, Kota Sukabumi,
Jawa Barat 43133

*Korespondensi: Anisa anwar. Email: annisaanwar0227@gmail.com

(Diterima: 15-03-2023; Ditelaah: 10-03-2023; Disetujui: 31-03-2023)

ABSTRACT

The research is entitled "The Influence of Service Quality of Tirta Bumi Wibawa Regional Drinking Water Company towards Customer Satisfaction in Sukabumi City". The research was aimed at determining the partial influence of variable (X) Service Quality towards variable (Y) Customer Satisfaction. The research method used was associative method with quantitative approach. The techniques of collecting data applied were in the form of distributing questionnaires and interviews. The research sample used random sampling technique by applying the Slovin formula with a precision level of 10%, so that the number of samples obtained was 100 respondents from a population of 11,178 people. In order to measure the variable of service quality, researchers used the theory of Parasuraman, et al (1988:12-40) including the dimensions of Tangibles (Direct Evidence), Reliability, Responsiveness, Assurance, and Empathy. Meanwhile, in order to measure the customer satisfaction variable, the theory of Irawan (2008:39) that included the dimensions of Product Quality and Price, was applied. Based on the results of statistical calculations obtained, the results of the influence of service quality towards customer satisfaction is equal to 86.2%, while the remaining 13.8% is influenced by other factors not examined.

Keywords: Service, Quality, Customer Satisfaction.

ABSTRAK

Penelitian berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Perumda Air Minum Tirta Bumi Wibawa Terhadap Kepuasan Pelanggan Dikota Sukabumi". Penelitian bertujuan untuk mengetahui pengaruh secara parsial antara variabel (X) Kualitas Pelayanan terhadap variabel (Y) Kepuasan Pelanggan. Metode penelitian yang dipakai yakni metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data berupa membagikan angket/kuesioner dan wawancara. Sampel dalam penelitian memakai Teknik *Random Sampling* dengan memakai rumus slovin dengan tingkat presisi 10%, sehingga didapat jumlah sampel yaitu 100 responden dari populasi sebanyak 11.178 orang. Untuk mengukur variabel kualitas pelayanan peneliti memakai teori Parasuraman, et al (1988:12-40) dengan dimensi *Tangibles* (Bukti Langsung), *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya Tanggap), *Assurance* (Jaminan), *Empthy* (Empati). Sementara untuk mengukur variabel kepuasan pelanggan menggunakan teori Irawan (2008:39) dengan dimensi Kualitas Produk dan Harga. Berdasarkan hasil perhitungan statistik diperoleh hasil ditemukannya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 86,2%, sedangkan sisanya sebesar 13,8% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci: Kualitas, Kepuasan Pelanggan, Pelayanan.

PENDAHULUAN

Menurut UUD 1945 Pasal 33 Ayat, negara dapat menguasai bumi, kekayaan alam maupun air yang berada di dalamnya serta dapat mempergunakan sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat. Seiring dengan berjalannya waktu dan sejalan dengan pertumbuhan penduduk kebutuhan air pasti akan semakin meningkat. Tak bisa disangkal bahwa air adalah elemen penting dalam kehidupan manusia karena air adalah satu sumber daya alam yang diandalkan oleh makhluk hidup di bumi untuk bertahan hidup.

Sesuai Peraturan Daerah Kota Sukabumi Nomor 5 Tahun 2019 tentang Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Bumi Wibawa (PDAM TBW) Kota Sukabumi yang kemudian berubah nama menjadi Perusahaan Umum Daerah Air Minum Tirta Bumi Wibawa (PERUMDA AM TBW), yakni perusahaan yang beroperasi pada sektor pelayanan air bersih untuk masyarakat yang wilayahnya dilalui jaringan pipa secara optimal. PERUMDA AM TBW Kota Sukabumi ialah satu dari sekian Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang berdiri dengan tujuan serta maksud diantaranya:

1. Menyediakan air minum yang bersih
2. Membina dan mendorong perluasan ekonomi daerah
3. Sebagai sarana penghasil Pendapatan Asli Daerah (PAD) pada Kota Sukabumi.

Berdasarkan data IKM (Indeks Kepuasan Masyarakat) kinerja unit pelayanan atau mutu pelayanan pada PERUMDA AM TBW Kota Sukabumi dapat dikategorikan baik, Dengan nilai indeksnya yaitu **76,713**, berikut ditampilkan tabelnya:

Tabel 1
Nilai Indeks Kepuasan Masyarakat di
PERUMDA AM TBW Kota Sukabumi
Tahun 2020

Nilai Persepsi	Nilai Interval IKM	Nilai Interval Konversi IKM	Mutu Pelayanan	Kinerja Unit Pelayanan
1	1,00 - 2,599 6	25 - 64,99	D	Tidak baik
2	2,600 - 3,064	43,76 - 76,60	C	Kurang baik
3	3,064 - 3,532	62,51 - 88,30	B	Baik
4	3,532 - 4,000	81,26 - 100,00	A	Sangat Baik

Sumber : PERUMDA AM TBW Kota Sukabumi Tahun 2020

Namun yang terjadi di PERUMDA AM TBW terdapat masalah dimana ketersediaan air kurang karena pipa yang digunakan sering terjadi kebocoran, ditambah dengan harga yang mahal menjadikan masalah ini cukup serius, karena seharusnya masyarakat bisa mendapatkan air yang cukup namun kenyataannya malah sulit. Paham pada kebutuhan pelanggan dan kemauan pelanggan ialah hal utama yang membuat dampak pada perusahaan, pelanggan yang puas adalah aset yang amat berharga karena dapat membuat pelanggan merasa tidak salah pilih dalam menggunakan jasa PERUMDA AM TBW. Karena kualitas lebih dipersepsikan dari sudut pandang pelanggan, di mana perusahaan mengetahui bahwa kelangsungan hidup perusahaan bergantung dari pelanggan, oleh sebab itu masalah kualitas menjadi penting dan memerlukan perhatian. Secara Empirik, peneliti menemukan fenomena masalah bahwa PERUMDA AM TBW Kota Sukabumi masih jauh dari harapan dalam

hal memberikan pelayanan kepada pelanggan, hal berikut tampak dari banyaknya keluhan yang disampaikan oleh pelanggan baik melalui media online maupun offline, berikut fenomena permasalahan di PERUMDA AM TBW Kota Sukabumi yang mempunyai hubungan dengan ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang disajikan yaitu:

- a. Pelanggan mengeluh tidak memperoleh air, ini terlihat saat pelanggan ingin menggunakan air namun saat keran dinyalakan air kerap kali tidak keluar bahkan jika keluar hanya sedikit dan harus menunggu lama untuk penuh.
- b. Pelanggan mengeluhkan bahwa sering terjadinya kebocoran pipa dinas sehingga secara langsung air tidak dapat didistribusikan ke pelanggan, tentu hal ini mengganggu pelanggan dalam menggunakan air.
- c. Pelanggan mengeluh dengan harga yang tiba-tiba melonjak tinggi diluar perkiraan pelanggan, sehingga pelanggan sering meminta kepada bagian hubungan langganan untuk diberikan keringanan pembayaran.

Berikut rekapitulasi data jenis gangguan/pengaduan pelanggan di PERUMDA AM TBW Kota Sukabumi pada tahun 2020 yaitu:

Tabel 2
Data Jenis Gangguan/Pengaduan Pelanggan Di PERUMDA AM TBW Kota Suakabumi Tahun 2020

Jenis gangguan	Januari – Desember 2020				
	Suka bumi 1	Suka bumi 2	Suka bumi 3	Suka bumi 4	Jumlah
Tidak Dapat Air	170	174	121	172	637
Bocor	130	34	151	97	412

Pipa Dinas					
Harga	104	168	78	158	508
Jumlah	404	376	350	427	1557

Sumber: PERUMDA AM TBW Kota Sukabumi Tahun 2020

Dilihat dari tabel diatas mengenai jenis gangguan/pengaduan pelanggan di tahun 2020 dengan jumlah sebanyak 1557 menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan mengenai kualitas pelayanan yang disajikan PERUMDA AM TBW masih kurang memuaskan. Sehingga, penelitian berikut bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan PERUMDA AM TBW terhadap kepuasan pelanggan di Kota Sukabumi.

MATERI DAN METODE

Menurut Kasmir dalam Pasolong (2020:153), mengungkapkan bahwa kapasitas seseorang untuk memberikan layanan yang memuaskan pelanggan sesuai dengan kriteria yang ditetapkan disebut sebagai pelayanan yang baik. Sedangkan menurut Iqbal (2007:62) mendefinisikan bahwa pelayanan adalah kesadaran seseorang untuk menyediakan atau melayani segala sesuatu demi orang lain yang diikuti dengan rasa empati, penuh perhatian dan inisiatif dalam maksud usaha untuk melakukan perbaikan dan berpandangan ke masa depan serta bertujuan untuk melakukan evaluasi.

Adapun menurut pasolong (2020:147) mengemukakan bahwa pelayanan adalah aktivitas yang dilakukan langsung maupun tidak langsung oleh seseorang, sekelompok atau organisasi dengan maksud tujuan memenuhi kebutuhan orang lain.

Saat mengevaluasi kualitas berdasarkan karakteristik produk, kualitas dapat didefinisikan dari perspektif produk

sebagai fungsi tertentu dengan berbagai variabel pengukuran. Menurut pengguna, kualitas yakni apa yang diinginkannya. Dari perspektif nilai, kualitas adalah korelasi antara kesenangan pelanggan atau manfaat dengan harga (Evans dan Lindsay dalam Priansa, 2017). Sedangkan menurut Parasuraman *et al* (1988:12-40) Berikut lima dimensi yang dipergunakan untuk mengukur kualitas layanan:

- a. *Tangibles*: Perlengkapan, fasilitas fisik, maupun penampilan pegawai sebagai indikator kualitas pelayanan.
- b. *Reliability*: Kesanggupan untuk memberikan layanan yang dijanjikan secara tepat serta bisa diandalkan.
- c. *Responsiveness*: Kesiapan untuk menolong klien maupun menawarkan layanan cepat.
- d. *Assurance*: Kapasitas pegawai untuk memenangkan pelanggan dengan keramahan, kesopanan, dan kemampuan.
- e. *Empathy*: Perhatian pribadi yang diberikan kepada klien oleh pegawai.

Adapun ciri-ciri pelayanan menurut Priansa (2017:61) sebagai berikut:

- a) Efektif: Pelayanan harus bersifat efektif dalam suatu perusahaan dengan mengutamakan pencapaian yang sebelumnya telah ditetapkan menjadi sasaran maupun tujuan.
- b) Efisiensi: Layanan organisasi harus efektif. Efisiensi didefinisikan dalam hal kebutuhan layanan, yang terbatas pada subjek yang secara langsung relevan dengan pencapaian tujuan layanan, namun tetap mempertimbangkan integrasi kebutuhan dan produk layanan terkait serta dalam hal prosedur pengabdian kepada masyarakat suatu pekerjaan/instansi lain yang terkait, maka pemenuhan kewajiban tersebut dilarang diulang.

- c) Sederhana: Dalam memberikan pelayanan prosedur atau tata caranya dapat mudah dilaksanakan dan mudah dipahami, tidak berbelit-belit, lancar, cepat serta tepat bagi masyarakat yang memperoleh pelayanan.
- d) Kejelasan dan kepastian: Mencakup jadwal kapan layanan akan selesai, persyaratan layanan teknis dan administratif, proses layanan, rincian biaya/tarif layanan dan metode pembayaran dan unit dan otoritas pemberian layanan yang diberi wewenang dan akuntabel.
- e) Keterbukaan: Baik masyarakat bertanya atau tidak, prosedur/persyaratan untuk unit kerja, langkah-langkah/ pejabat yang bertugas memberikan layanan, rincian tarif, waktu penyelesaian, maupun beberapa hal lain yang relevan dengan proses layanan harus tersedia untuk umum.
- f) Ketepatan waktu: Saat pelaksanaan pelayanan kepada masyarakat, perusahaan harus dapat menyelesaikan waktu harus menyesuaikan dengan standar yang sudah ditentukan.
- g) Responsif: Dalam memenuhi kebutuhan dan menangani keluhan perusahaan harus memberikan pelayanan yang cepat tanggap.
- h) Adaptif: Pelayanan yang ditawarkan mampu memenuhi keinginan serta ambisi publik yang dilayani yang senantiasa bersifat dinamis.

Kepuasan pelanggan yakni faktor penting yang harus dipertahankan perusahaan. Kepuasan pelanggan, menurut Kotler dan Armstrong (2006:16), yakni sejauh apa kinerja dari produk yang bisa dipakai memenuhi harapan dari para pembeli. Jika kinerja dari produk jauh dibandingkan harapan, pelanggan berarti tidak puas begitupun sebaliknya.

Adapun menurut Lukman (2000:19), kepuasan ialah tingkat perasaan seseorang

setelah membuat perbandingan perasaan seseorang tentang kinerja (hasil) mereka dengan harapan mereka. Tjiptono (1996:54) selanjutnya mengatakan bahwa kepuasan pelanggan yang didapat dari perusahaan akan menciptakan kesetiaan dan loyalitas pelanggan.

Menurut Irawan (2008:38) kepuasan pelanggan dapat diukur melalui:

- a. Kualitas produk: Pelanggan akan senang jika temuan evaluasi mengungkapkan bahwa barang yang mereka pakai memiliki kualitas yang sangat baik.
- b. Harga : Pelanggan akan menerima nilai lebih dari produk dengan kualitas yang sangat baik tetapi label harga sedang. Jelas bahwa aspek yang signifikan yakni harga ketika menentukan tingkat kepuasan pelanggan.

Sedangkan menurut Kotler dan Keller dalam Priansa (2017), kepuasan pelanggan dapat diukur dengan hal-hal berikut yaitu:

1. Adanya mekanisme saran dan pengaduan
Korporasi menawarkan kotak saran dan mendapatkan kritik serta keluhan dengan melihat kartu informasi dan hotline pelanggan untuk mengantisipasi dan menanggapi kritik dan saran dengan lebih cepat
2. Survei kepuasan dari pelanggan
Riset tentang kepuasan konsumen sering dilakukan melalui telepon, surat, atau wawancara langsung, namun perusahaan juga dapat mengirimkan survei kepada beberapa orang tertentu.
3. Pembeli spekulatif
Korporasi menginstruksikan individu tertentu untuk membeli barang dari bisnis lain agar pembeli anonim ini melaporkan kekuatan dan kurangan perusahaan.

4. Analisis peralihan konsumen
Bisnis yang kehilangan konsumen berusaha untuk berhubungan dengan pelanggan tersebut dan mendorong mereka untuk bertahan daripada melakukan bisnis dengan orang lain, dll. Dengan menerapkan data yang telah mereka kumpulkan, bisnis dapat meningkatkan kepuasan dari konsumen dan dengan demikian meningkatkan kinerja.

Menurut Wibowo dan Priansa (2017:67) beberapa tahapan yang perlu diperhatikan dalam menangani keluhan pelanggan yaitu:

- a) Mendengar
Mendengar dengan efektif dan baik mengenai keluhan pelanggan adalah hal yang perlu dilakukan, dengan begitu pelanggan akan merasa dipahami. Selain itu tidak memotong pembicaraan pelanggan apalagi dengan memberikan pembelaan yang menurut pelanggan tidak masuk di logika.
- b) Mengklarifikasi
Setelah mendengar dengan baik, maka perlu adanya klarifikasi dengan cara melalui pertanyaan pendalaman terhadap masalah utama yang dikeluhkan oleh pelanggan, hal ini tentu sangat penting untuk menjamin kekeliruan pemahaman pelanggan terhadap permasalahan yang terjadi.
- c) Menjelaskan
Mengikuti pemahaman tentang masalah utama yang dihadapi oleh pelanggan, kemudian perlu adanya penjelasan mengenai persoalan penyebab yang sebenarnya. Dalam situasi berikut, pembelaan diri harus dihindari, terutama sampai menyalahkan dan melemparkan kata-kata yang membuat pelanggan tersudut.

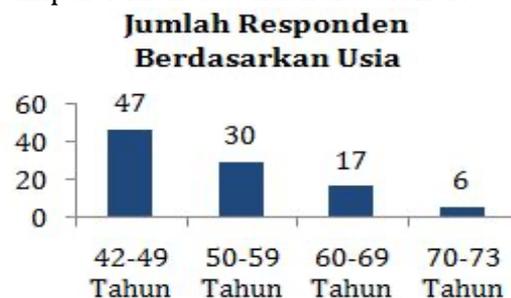
- d) Permintaan maaf
Permintaan maaf sangat penting disampaikan oleh pelanggan, terlebih dalam meminta maaf mengenai keluhan pelanggan. Hal ini dikatakan bukan berarti perusahaan mengakui kekurangannya, justru permintaan maaf yang tulus akan meningkatkan simpati dari pelanggan.
- e) Solusi
Setelah akar permasalahan ditemukan dan permintaan maaf disampaikan, maka perusahaan perlu menawarkan solusi terbaik kepada pelanggan, sehingga klien mendapatkan pemahaman penuh tentang layanan keamanan yang ditawarkan oleh perusahaan.
- f) Persetujuan
Jalan keluar yang telah diberikan oleh perusahaan pun tentunya harus mendapat persetujuan dari pelanggan. Namun dibutuhkan juga menyatakan alternatif jalan keluar dengan segala pendapatnya. Hal ini bertujuan untuk memberikan solusi yang terbukti menguntungkan untuk kedua pihak atau disebut *win-win solution*.
- g) Mengambil tindakan
Ini ialah tahap terakhir akibat dari hasil perjanjian antara perusahaan dan pelanggan. Baiknya tanggapan dari pelanggan tergantung dari cepatnya tindakan yang dilakukan.

Metode yang dipergunakan yakni metode asosiatif dengan pendekatan kuantitatif serta teknik pengumpulan data dengan membagikan angket/kuesioner dan wawancara. Sampel penelitian memanfaatkan Teknik *Random Sampling* dengan rumus slovin pada tingkat presisi 10%, sehingga didapat jumlah sampel yaitu 100 responden dari populasi sebanyak 11.178 orang. Pengolahan data menerapkan bantuan dari SPSS 26 *For Windows* untuk mengetahui analisis data,

reliabilitas, koefisien korelasi, koefisien determinasi, analisis regresi dan besarnya dampak secara parsial antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan melalui pengujian hipotesis Uji t.

HASIL DAN PEMBAHASAN

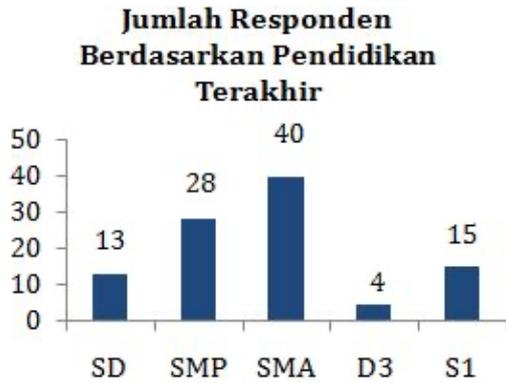
Pada penelitian, 100 peserta diberikan kuesioner dengan 18 item pertanyaan, dengan pembagian 10 item pernyataan untuk variabel (X) kualitas pelayanan dan 8 item pertanyaan untuk variabel (Y) kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian ini disajikan ke dalam dua bagian, yaitu bagian pembahasan masing-masing butir pertanyaan untuk variabel X (kualitas pelayanan) dan Y (kepuasan pelanggan). Karakteristik responden yang diuraikan dalam penelitian didasarkan pada jenis kelamin, usia, maupun pendidikan terakhir dan terakhir pekerjaan. Berikut identitas responden yang tampak pada gambar 1 sampai 4 menurut hasil kuesioner:



**Gambar 1 Karakteristik Responden
Berdasarkan Usia**

Berdasarkan gambar 1 diatas, bisa diketahui bahwa mayoritas responden paling banyak mengisi angket/kuesioner berusia sekitar 42-49 yang berjumlah 47 dengan persentase 47% sedangkan paling sedikit berkisar 70-73 yang berjumlah 6 dengan persentase 6%.

Berdasarkan gambar 2, bisa dilihat bahwa responden terbanyak mengisi angket/kuesioner dengan jenis kelamin laki-laki, yaitu sebanyak 57 dengan persentase 57%. Sedangkan perempuan berjumlah 43 dengan persentase 43%.



Gambar 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

Berdasarkan gambar 3 diatas, bisa diketahui bahwa mayoritas responden yang mengisi angket berpendidikan SMA yaitu dengan jumlah 40 dengan persentase 40%. Sedangkan paling sedikit yaitu berpendidikan D3 dengan jumlah 4 atau dengan persentase 4%.



Gambar 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pada Gambar 4, sebagian besar pekerjaan responden paling banyak berasal dari seorang pedagang, ibu rumah tangga, ojek online dan lainnya yaitu sebanyak 32 dengan persentase 32%. Sedangkan paling sedikit bekerja sebagai pegawai negeri sipil (PNS) dengan jumlah 8 atau dengan persentase 8%.

Uji Validitas

Validitas kuesioner dievaluasi dengan memakai uji validitas. Kondisi minimal yang dianggap layak menurut Sugiyono (2015:134) adalah $r = 0,3$ untuk item yang mempunyai korelasi yang kuat dan korelasi positif dengan kriteria (skor total). Berikut temuan dari uji validitas.

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X)

Variabel	No Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	1	0,606	0,3	Valid
	2	0,541	0,3	Valid
	3	0,617	0,3	Valid
	4	0,749	0,3	Valid
	5	0,666	0,3	Valid
	6	0,622	0,3	Valid
	7	0,612	0,3	Valid
	8	0,615	0,3	Valid
	9	0,449	0,3	Valid
	10	0,420	0,3	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2022

Dari uji validitas, dapat diketahui masing-masing item kuesioner mempunyai $r_{tabel} 0,3$. Kuesioner berarti valid saat r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Hal berikut memperlihatkan 10 item pertanyaan dari variabel Kualitas Pelayanan (X) yaitu valid

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	No Item	R _{hitung}	R _{tabel}	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	1	0,559	0,3	Valid
	2	0,718	0,3	Valid
	3	0,704	0,3	Valid
	4	0,651	0,3	Valid
	5	0,690	0,3	Valid
	6	0,793	0,3	Valid
	7	0,626	0,3	Valid
	8	0,525	0,3	Valid

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2022

Dari uji validitas, dapat diketahui masing-masing item kuesioner mempunyai r_{tabel} 0,3. Kuesioner berarti valid saat r_{hitung} lebih besar dari r_{tabel} . Hal berikut memperlihatkan 8 item pertanyaan pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) yaitu valid.

Uji Reliabilitas

Setelah lulus uji validitas, bisa dilanjutkan ke langkah berikutnya yakni uji reliabilitas sebagai alat ukur dalam penelitian. Uji reliabilitas menerapkan Cronbach's Alpha, yang menyatakan bahwa jika suatu alat ukur mengandung nilai Cronbach's Alpha (lebih besar dari) $> 0,60$, maka bisa dipercaya dan bisa dilanjutkan pada tahap selanjutnya, sedangkan jika alat ukur tersebut mempunyai nilai Cronbach's Alpha (kurang dari) $< 0,60$ maka tidak mampu diandalkan.

Tabel 5
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	R_{tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	0,794	$>0,60$	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,815	$>0,60$	Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2022

Berdasarkan tabel diatas, nilai Cronbach's Alpha variabel Kualitas Pelayanan (X) sebesar 0,794, karena lebih besar dari 0,60 maka bisa dikatakan bahwa instrument pada Kualitas Pelayanan (X) ialah reliabel. Dan tampak pula nilai Cronbach's Alpha variabel Kepuasan Pelanggan (X) sebesar 0,815, karena lebih besar dari 0,60 maka bisa dikatakan bahwa instrument pada Kepuasan Pelanggan (Y) ialah reliabel.

Uji Koefisien Korelasi

Mengikuti pedoman dalam tabel berikut, hasil perhitungan kemudian bisa

dipakai untuk menginterpretasikan signifikansi pada hubungan:

Tabel 6
Uji Koefisien Kolerasi Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.928 ^a	.862	.861	1.28831

a. Predictors: (Constant), X

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2022

Hasil tabel menunjukkan bahwa angka R sebesar 0,928 dengan derajat kepercayaan 95% dan tingkat signifikan $\alpha=0,05$, nilai tersebut berada pada kategori 0,80-1,000. Hal berikut menunjukkan bahwa ditemukan hubungan yang amat kuat antara Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi adalah komponen dari total variabilitas variabel terikat Y (variabel terpengaruh atau terikat) yang dapat dijelaskan atau dipertanggung jawabkan oleh variabel bebas X (variabel dipengaruhi atau bebas). Koefisien determinasi memiliki nilai 0 (nol) sampai dengan 1 (satu).

Tabel 7
Hasil Uji Koefisien Determinasi
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.928 ^a	.862	.861	1.28831

a. Predictors: (Constant), X

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2022

Dari tabel ditunjukkan bahwa R^2 (R Square) dalam penelitian yakni 0,862 atau 86,2% yang berarti sumbangan pengaruh variabel bebas tersebut sebesar

86,2%, dan sisanya sebesar 13,8% dipengaruhi oleh beberapa faktor yang tidak diteliti.

Analisis Regresi

Persamaan regresi linier adalah suatu metode untuk menyusun persamaan yang mengaitkan variabel tetap (Y) dan variabel bebas (X) sekaligus menghitung nilai dugaan. Berikut hasil yang didapatkan:

Dengan melihat pada analisis regresi linier berganda, berikut persamaannya:

$$Y = a + b X$$

$$Y = 1.011 + 0,787 X$$

Persamaan regresi linier diatas diinterpretasikan bahwa, koefisien regresi variabel validitas sebesar 0,787 yang berarti setiap kenaikan 1 (satu) poin variabel validitas maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,787 kali lipat.

Uji T

Uji berikut dirancang untuk menentukan apakah kualitas layanan berpengaruh pada kepuasan pelanggan. Mengenai temuan pemeriksa data, diketahui bahwa temuan uji t disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 9
Hasil Uji t
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Error Std.			
1 (Constant)	1.011	1.283		.788	.433
X	.787	.032	.928	24.753	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil Pengolahan Data Kuesioner, 2022

Berdasarkan tabel uji-t yang dipergunakan untuk menilai variabel

kualitas pelayanan, $df = n - k - 1$, $df = 100 - 2 - 1$, dan tingkat signifikansi ditetapkan sebesar $\alpha = 0,05$. Rumus $= TINV (0.05, 97)$ pada program Microsoft Excel diterapkan untuk membandingkan nilai t_{hitung} dengan nilai t_{tabel} , menghasilkan angka resultan sebesar 1,98472. Dari hasil berikut, nilai t_{hitung} lebih besar daripada t_{tabel} yaitu $24,753 > 1,98472$. Pada tabel 8 memperlihatkan t_{hitung} dari variabel kualitas pelayanan (X) sebesar $24,753 > t_{tabel} 1,98472$, maka H_1 diterima dan H_0 ditolak, berarti kualitas pelayanan berdampak signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi $0,000 < (lebih\ kecil) 0,05$. Maka diketahui pengaruh kualitas pelayanan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Berikut kesimpulan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Perumda Air Minum Tirta Bumi Wibawa Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kota Sukabumi:

1. Dimensi *Tangibles* (bukti langsung) yang mencakup aspek kelengkapan dan kelayakan sarana dan prasarana serta penampilan petugas yang rapi dan profesional sudah termasuk dalam kategori baik. Hal tersebut memperlihatkan bahwa fasilitas yang diberikan PERUMDA AM TBW cukup bagus dan memadai, hanya saja dari sisi sarana dan prasarana lebih ditingkatkan lagi agar semakin lebih baik.
2. Dimensi *Reliability* (keandalan) yang menggabungkan unsur keandalan petugas untuk memberi layanan yang disebut secara benar serta tepat waktu serta keandalan petugas dalam menjalankan prosedur dan teknis pelayanan secara baik sudah termasuk dalam kategori baik. Hanya saja dari sisi ketepatan waktu lebih ditingkatkan lagi, agar keluhan-keluhan pelanggan dapat dengan cepat teratasi.

3. Dimensi *Responsiveness* (daya tanggap) yang mencakup aspek kemampuan petugas untuk cepat tanggap terhadap permasalahan yang muncul dan menangani keluhan pelanggan dengan baik keduanya termasuk dalam kategori baik. Hal berikut memperlihatkan kemampuan petugas untuk bereaksi secara tepat dan cepat dalam menghadapi keluhan pelanggan dan menghadapi persoalan yang timbul.
4. Dimensi *Assurance* (jaminan) yang mencakup aspek kemampuan petugas dalam memberikan kepercayaan kepada pelanggan dan petugas memiliki komunikasi yang aktif terhadap pelanggan sudah termasuk dalam kategori baik. Hal tersebut memperlihatkan bahwa petugas mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan melalui komunikasi yang terjalin erat dengan pelanggan.
5. Dimensi *Empthy* (empati) yang mencakup pelanggan bisa dengan cepat menghubungi petugas, dan mereka memperlakukan pelanggan dengan sopan dan ramah termasuk dalam kategori baik. Tetapi masih perlu adanya peningkatan, khususnya mengenai petugas mudah dihubungi pelanggan, agar kedepannya lebih *fast respon* dan sigap ketika dihubungi dan dibutuhkan pelanggan.
6. Kualitas Produk yang mencakup Aspek daya tahan (*durability*), estetika (*aesthetics*), kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*) dan kinerja (*performance*) sudah termasuk dalam kategori baik. Hal tersebut memperlihatkan bahwa dari segi produk PERUMDA AM TBW telah mampu memberikan produk yang berkualitas untuk pelanggan.
7. Harga, yang mempertimbangkan aspek seperti harga yang

ditawarkan setara dengan kualitas harga dan juga produk yang ditawarkan sesuai dengan keuntungan yang diterima pelanggan, proses meminta permohonan keringanan pembayaran prosesnya mudah dan tidak ribet serta penetapan harga yang cenderung murah akan memberi nilai yang lebih besar di mata pelanggan sudah termasuk dalam kategori baik. Hanya saja terkait proses permohonan keringanan pembayaran untuk kedepannya lebih ditingkatkan lagi terutama dari segi waktu.

Implikasi

1. Diharapkan PERUMDA AM TBW untuk bisa membuat peningkatan lagi pada kualitas pelayanannya agar menjadi lebih baik lagi, terutama terkait petugas yang sulit dihubungi pelanggan, agar kedepannya petugas lebih *fast respon* dan cepat tanggap lagi jika dihubungi pelanggan.
2. Diharapkan PERUMDA AM TBW untuk dapat memperhatikan terkait kondisi pipa yang sering terjadi kebocoran, agar dapat diganti dengan yang lebih baik, dan tidak terus menggunakan pipa zaman dulu yang sudah keropos dan tidak layak pakai.
3. Diharapkan PERUMDA AM TBW untuk dapat meningkatkan kualitas air yang keruh dan bau, agar lebih layak dikonsumsi.
4. Diharapkan PERUMDA AM TBW untuk lebih sigap dan cepat lagi dalam menangani proses permohonan keringanan pembayaran yang diajukan pelanggan, agar pelanggan tidak harus menunggu lama.

DAFTAR PUSTAKA

- Irawan, Handi. 2008. *Membedah Strategi Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: PT Gramedia.
- Iqbal, Muhammad. 2007. *Pelayanan Yang Memuaskan*. Jakarta: Alex Media Komputindo.
- Kotler, P dan Amstrong Gary. 2006. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Lukman, Sampara. 2000. *Manajemen Kualitas Pelayanan*. Jakarta: STIA-LAN Press.
- Parasuraman, A., Berry, Leonard L, and Zeithmal, Valerie A. 1988. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*. Vol 64 12-40.
- Pasolong, Harbani. 2020. *Teori Administrasi Publik*. Bandung : Alfabeta.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Manajemen Pelayanan Prima*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. 1996. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Wibowo, Lili dan Adi dan Priansa, Donni, Juni. 2017. *Manajemen Komunikasi dan pemasaran*. Bandung: Alfabeta.

PERATURAN

- Peraturan Daerah (PERDA) Kota Sukabumi Tanggal 8 Juli 2019 Nomor 5 Tahun 2019 Tentang Perusahaan Umum Daerah Air Minum Tirta Bumi Wibawa Kota Sukabumi.
- Undang-undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 33 Ayat 3