

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI BAGIAN PELAYANAN PDAM TIRTA WENING KOTA BANDUNG

THE EFFECTS OF SERVICE QUALITY ON THE CUSTOMERS SATISFACTIONS IN THE SERVICES SECTION PDAM TIRTA WENING KOTA BANDUNG

Angga Prayoga¹, Retno Setyorini, ST MM²

Program Studi S1 Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

Email : 127anggaprayoga@gmail.com , ennosrini@gmail.com

Abstrak

Penduduk Indonesia yang bisa mengakses air bersih untuk kebutuhan sehari-hari, baru mencapai 20 persen dari total penduduk Indonesia. Itupun yang dominan adalah akses untuk perkotaan artinya masih ada 82 persen rakyat Indonesia terpaksa mempergunakan air yang tak layak secara kesehatan. Di kota Bandung kebutuhan air bersih juga menjadi semakin mendesak akibat meningkatnya pertumbuhan penduduk dan pembangunan, berbanding terbalik dengan jumlah ketersediaan air yang tersedia di Kota Bandung. Oleh sebab itu, Pemerintah Daerah Kota Bandung selaku pemilik Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirtawening sampai saat ini masih belum dapat memenuhi kebutuhan seluruh masyarakat Kota Bandung untuk memperoleh layanan air bersih yang memadai baik jumlah maupun kualitasnya. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di bagian pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung baik secara simultan ataupun parsial. Penelitian ini termasuk ke dalam penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang melibatkan 100 pelanggan di bagian pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung sebagai responden, dengan pengambilan sampel menggunakan teknik *incidental sampling*. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis regresi linier berganda yang sebelumnya diuji dengan asumsi klasik yaitu uji normalitas, uji multikolinieritas, uji heteroskedestisitas, uji F, uji-t, koefisien korelasi, koefisien determinasi. Secara simultan dapat disimpulkan bahwa variabel bebas yang terdiri dari *tangible*, *empathy*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* sebesar 16% sedangkan sisanya 84% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Berdasarkan uji t dimensi *emphaty* (X2) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sedangkan dimensi *tangibles* (X1), *reliability* (X3) *responsivness* (X4) dan *assurance* (X5) secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : kepuasan konsumen, kualitas pelayanan

Abstract

Indonesians who have access to clean water for everyday needs, only reached 20 percent of the population indonesia. They dominate is access to urban it means there are still 82 percent of indonesia forced to have water a strange in health. In the greater bandung the need of clean water it became increasingly urged due to the population growth and development, was inversely with the number of the availability of water available in the greater bandung. Therefore, the government the area of bandung the owner of the regional water company PDAM Tirtawening until now still cannot fulfill all residents needs Bandung to receive the services adequate clean water good number and its quality. The purpose of this study is to find the influence of the quality of service for customer satisfaction at the service PDAM Tirtawening Bandung good simultaneously or partial. This study included in research descriptive with the quantitative approach involving 100 customers in services company PDAM Tirtawening Bandung as respondents, with the sample used technique incidental sampling. Analysis techniques the data used the regression analysis linear multiple formerly tested assuming classical namely test normality, multikolinieritas test, heteroskedestisitas test, f test, t test, a correlation coefficient, the coefficients determination. Simultaneously it can be concluded that the variable free consisting of tangible ,empathy ,reliability ,responsiveness ,assurance of 16 % the remaining 84 % described by other variables not investigated in this study. Based on the dimensions t-test emphaty (x₂) a partial influences satisfaction pelanggan while dimensions tangibles (x₁), reliability (x₃), responsivness (x₄) and assurance (x₅) a partial will not affect customer satisfaction

Keywords: customer satisfaction, service quality

1. Pendahuluan

Di Indonesia sendiri, dengan jumlah penduduk mencapai lebih dari 200 juta, kebutuhan air bersih menjadi semakin mendesak. Kecenderungan konsumsi air diperkirakan terus naik hingga 15-35 persen per kapita per tahun. Sedangkan ketersediaan air bersih cenderung melambat (berkurang) akibat kerusakan alam dan pencemaran. Sekitar 119 juta rakyat Indonesia belum memiliki akses terhadap air bersih (*Suara Pembaruan 2011*). Penduduk Indonesia yang bisa mengakses air bersih untuk kebutuhan sehari-hari, baru mencapai 20 persen dari total penduduk Indonesia. Itupun yang dominan adalah akses untuk perkotaan. Artinya masih ada 82 persen rakyat Indonesia terpaksa menggunakan air yang tak layak secara kesehatan (*Forum Hijau Indonesia 2013*).

Di kota Bandung kebutuhan air bersih juga menjadi semakin mendesak akibat meningkatnya pertumbuhan penduduk dan pembangunan, berbanding terbalik dengan jumlah ketersediaan air yang tersedia di Kota Bandung. Oleh sebab itu, Pemerintah Daerah Kota Bandung selaku pemilik Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirtawening sampai saat ini masih belum dapat memenuhi kebutuhan seluruh masyarakat Kota Bandung untuk memperoleh layanan air bersih yang memadai baik jumlah maupun kualitasnya. PDAM Tirtawening sebagai usaha yang melayani kebutuhan air bersih tersebut, perlu meningkatkan kualitas pelayanan agar tercapainya visi dan misi perusahaan untuk membuat citra positif di masyarakat Kota Bandung.

2. Dasar Teori dan Metode Penelitian

2.1 Pemasaran

Menurut Kotler (2008:6) pemasaran adalah proses dimana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan pelanggan, dengan tujuan menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya.

2.2 Jasa

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:224) “*An activity, benefit, or satisfaction offered for sale that is essentially intangible and does not result in the ownership of anything*”.

2.3 Perilaku Konsumen

Menurut Kotler dan Keller (2009:166) yang dialih bahasakan oleh Bob Sabran, perilaku konsumen adalah studi tentang bagaimana individu, kelompok dan organisasi memilih, membeli, menggunakan barang, jasa, idea atau pengalaman untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.

2.4 Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2012:83) definisi pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

2.5 Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Keller (2009:52) Adapun lima dimensi pokok *Service Quality* (SERVQUAL) yang paling menentukan kualitas pelayanan adalah:

1. *Tangibles* (bukti fisik) meliputi bukti fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi serta kendaraan operasional. Contoh: fasilitas reparasi, seragam karyawan, kelengkapan peralatan, dan ruang tunggu yang nyaman.

2. *Empathy* (empati) meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan konsumen. Contoh: seorang dokter mengenal pasiennya dengan baik, mengingat penyakit dan keluhan sebelumnya, bersikap sabar serta menjadi pendengar yang baik.

3. *Reliability* (keandalan) merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan. Contoh: dokter mampu mendiagnosis penyakit pasien dengan akurat.

4. *Responsiveness* (daya tanggap) yaitu sikap tanggap pegawai dalam memberikan pelayanan yang dibutuhkan dan dapat menyelesaikan dengan cepat. Contoh: sistem reservasi dan penanganan bagasi maskapai penerbangan yang cepat.

5. *Assurance* (jaminan) yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki pegawai, bebas dari bahaya, risiko dan keragu-raguan. Contoh: mekanik di bengkel yang berpengetahuan dan berpengalaman luas.

2.6 Kepuasan Pelanggan

Kotler dan Keller (2012:150) mengemukakan pengertian dari kepuasan, yaitu merupakan suatu ungkapan perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekpetasi mereka.

2.7 Harapan Pelanggan

Harapan konsumen diyakini mempunyai peranan yang besar dalam evaluasi kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan konsumen. Harapan konsumen pada dasarnya ada hubungan yang erat antara penentuan kualitas dan kepuasan konsumen (Tjiptono, 2009:28).

2.8 Hubungan Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Pelanggan

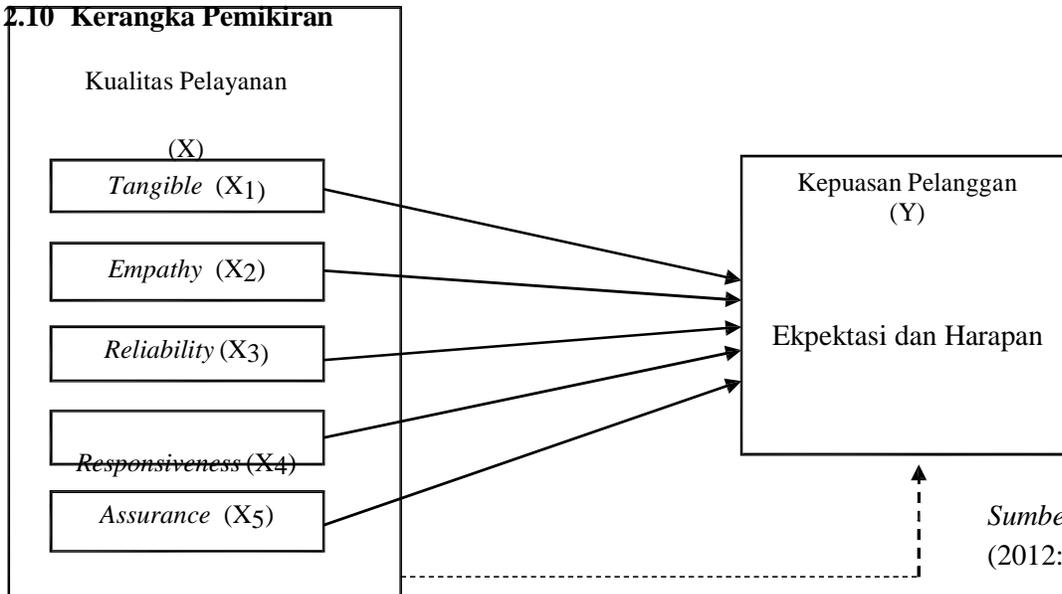
Kotler (2010:96) mengemukakan bahwa menyangkut komponen harapan konsumen dan kinerja/hasil yang dirasakan konsumen.

2.9 Gap Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman et al dalam Alma (2009 : 282) mengungkapkan formulasi model kualitas jasa, yang diperlukan dalam layanan jasa. Dalam model ini dijelaskan ada lima gap yang dapat menimbulkan kegagalan penjualan jasa seperti :

1. Kesenjangan harapan konsumen dengan persepsi manajemen
2. Kesenjangan persepsi manajemen dengan kualitas jasa
3. Kesenjangan kualitas jasa dengan penyampaian jasa
4. Kesenjangan penyampaian jasa dengan komunikasi eksternal
5. Kesenjangan jasa yang dialami dengan jasa yang diharapkan

2.10 Kerangka Pemikiran



Sumber : Kotler dan Keller (2012:150)

Sumber : Kotler dan Keller (2009:52)

Kerangka pemikiran tersebut di atas dapat dijelaskan sebagai berikut: Kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan pendekatan kepuasan pelanggan yang terdiri dari lima dimensi, yaitu *tangible*, *empathy*, *responsiveness*, *reliability* dan *assurance*. Dengan melihat kelima dimensi tersebut akan diketahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di bagian pelayanan PDAM Titawening Kota Bandung.

2.11 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif. Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dengan skala likert. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang complain di bagian pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung yang berjumlah 16.880 pelanggan per tahun 2015. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah *Nonprobability Sampling*, dengan teknik *incidental sampling*. Ukuran sampel dengan menggunakan Metode Slovin, jumlah populasi sebesar 16.880 dengan tingkat kesalahan $\alpha = 10\%$ (0,1) maka sampel yang digunakan peneliti adalah sebesar 90,68 dibulatkan menjadi 100 responden.

3. Pembahasan

3.1 Analisis Deskriptif

3.1.1 Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan

Tabel 1 Analisis Deskriptif Kualitas Pelayanan
 Sumber: Data yang diolah oleh peneliti

No. Item	Sub Variabel	Rata-rata Skor	Rata-rata Persentase
1,2,3,4,5,6	<i>Tangibles</i>	2069	68,8%
7,8,9,10,11,12	<i>Emphaty</i>	2058	68,7%
13,14,15,16	<i>Reliability</i>	1426	71%
17,18,19,20,21	<i>Responsivness</i>	1682	67,4%
22,23,24	<i>Assurance</i>	1010	67,7%
Rata-rata Skor Total			8.245
Rata-rata Persentase			68,72%

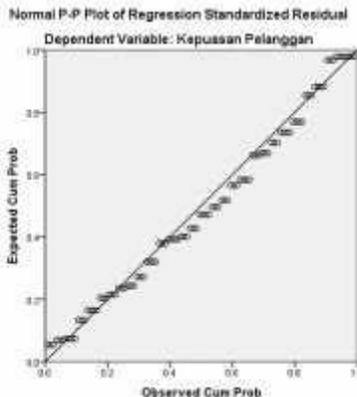
Pada tabel 1 dapat diketahui bahwa rata-rata skor tanggapan responden terhadap item pertanyaan 1,2,3,4,5,6 yang mewakili sub variabel *tangibles* adalah sebesar 2069 atau 68.8% yang dapat diartikan bahwa *tangibles* dari pelayanan pada bagian pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung dalam kategori baik. Item pertanyaan 7,8,9,10,11,12 yang mewakili sub variabel *emphaty* adalah sebesar 2058 atau 68.7% yang dapat diartikan bahwa *emphaty* dari pelayanan pada bagian pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung dalam kategori baik. Item pertanyaan 13,14,15,16 yang mewakili sub variabel *reliability* adalah sebesar 1426 atau 71% yang dapat diartikan bahwa *reliability* dari pelayanan pada bagian pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung dalam kategori baik. Item pertanyaan 17,18,19,20,21 yang mewakili sub variabel *responsivness* adalah sebesar 1682 atau 67.4% yang dapat diartikan bahwa *responsivness* dari pelayanan pada bagian pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung termasuk dalam kategori kurang baik. Item pertanyaan 22,23,24 yang mewakili sub variabel *assurance* adalah sebesar 1010 atau 67.7% yang dapat diartikan bahwa *assurance* dari pelayanan pada bagian pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung termasuk dalam kategori kurang baik. Dapat diinterpretasikan bahwa sub variabel *tangibles*, *empathy*, *reliability* dari kualitas pelayanan pada bagian pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung sudah berjalan baik, sedangkan pada sub variabel *responsiveness* dan *assurance* dari kualitas pelayanan pada bagian pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung masih berjalan kurang baik.

3.1.2 Analisis Deskriptif Kepuasan Konsumen

Berdasarkan hasil pengolahan data, dapat diketahui bahwa jumlah skor dari tanggapan responden adalah sebesar 1112 atau 74.2% mengenai kepuasan yang dirasakan pelanggan pada bagian pelayanan PDAM Tirtawening kota Bandung termasuk dalam kategori baik. Dengan demikian dapat diinterpretasikan bahwa kepuasan pelanggan pada bagian pelayanan di PDAM Tirtawening Kota Bandung berada dalam kategori baik.

3.2 Uji Asumsi Klasik

3.2.1 Uji Normalitas



Gambar 2 Grafik Normal *Probability Plot*
 Sumber: Data yang diolah oleh peneliti

Pada gambar 2 yang ditunjukkan oleh grafik normal *probability plot* menjelaskan bahwa data pada variabel yang digunakan dinyatakan berdistribusi normal. Hal ini dapat dilihat dengan adanya titik-titik data yang menyebar di sekitar garis diagonal, serta penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal. Jika penyebaran garis diagonal mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

3.2.2 Uji Multikolinieritas

Tabel 2 Hasil Uji Multikolinieritas
 Sumber : Data yang diolah oleh peneliti

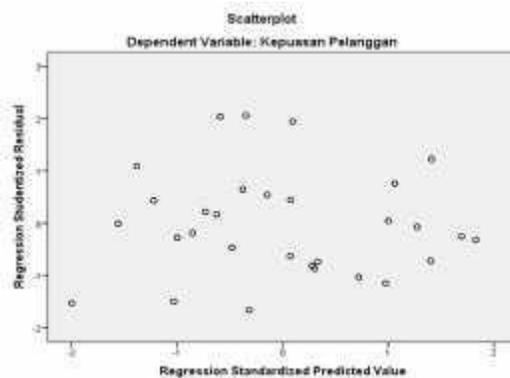
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.419	.372		6.503	.000		
	Tangibles	.028	.276	.019	.100	.921	.247	4.043
	Emphaty	.598	.239	.431	2.501	.014	.301	3.323
	Reliability	-.518	.174	-.402	-2.979	.006	.490	2.041
	Responsivness	.001	.138	.001	.006	.996	.652	1.533
	Assurance	.054	.173	.045	.314	.755	.443	2.257

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pada tabel 2 dapat diketahui bahwa tidak terjadi multikolinieritas karena memiliki Tolerance diatas 0,1 dan VIF dibawah 10.

3.2.3 Uji Heterokedastisitas



Gambar 3 Grafik *Scatterplot*
 Sumber: Data yang diolah oleh peneliti

Berdasarkan Gambar 3 terlihat titik – titik menyebar secara acak serta tersebar baik diatas maupun dibawah angka 0 dan sumbu Y, hal ini dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heterokedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak untuk digunakan dalam melakukan pengujian.

3.3 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 3 Hasil Perhitungan Regresi Berganda
Sumber: Data yang diolah oleh peneliti

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.419	.372		6.503	.000		
	Tangibles	.028	.276	.019	.100	.921	.247	4.043
	Emphaty	.598	.239	.431	2.501	.014	.301	3.323
	Reliability	-.518	.174	-.402	-2.979	.004	.490	2.041
	Responsivness	.001	.138	.001	.006	.996	.652	1.533
	Assurance	.054	.173	.045	.314	.755	.443	2.257

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Dari hasil pengolahan data pada Tabel 3 diatas, dapat digambarkan persamaan regresi seperti dibawah ini:

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

$$Y = 2,419 + 0,028X_1 + 0,598X_2 + (- 0,518X_3) + 0,001X_4 + 0,054X_5$$

Berdasarkan table 3 diatas nilai konstanta yang diperoleh adalah 2,419 menyatakan bahwa apabila variabel independen kualitas pelayanan bernilai nol, diasumsikan kepuasan pelanggan di bagian pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung 2,419. Koefisien regresi *tangibles* sebesar 0,028. Hal ini menyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan *tangibles* maka diperkirakan kepuasan akan meningkat sebesar 0,028 dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya bernilai tetap. Koefisien regresi *emphaty* sebesar 0,598. Hal ini menyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan *emphaty* maka diperkirakan kepuasan akan meningkat sebesar 0,598 dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya bernilai tetap. Koefisien regresi *reliability* sebesar -0,518. Hal ini menyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan *reliability* maka diperkirakan kepuasan akan meningkat sebesar -0,518, dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya bernilai tetap. Koefisien bernilai negatif artinya terjadi hubungan negatif antara *reliability* dengan kepuasan pelanggan, semakin naik *reliability* maka semakin turun kepuasan pelanggan. Koefisien regresi *responsivness* sebesar 0,001. Hal ini menyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan *responsivness* maka diperkirakan kepuasan akan meningkat sebesar 0,001 dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya bernilai tetap. Koefisien regresi *assurance* sebesar 0,054. Hal ini menyatakan bahwa setiap kenaikan satu satuan *assurance* maka diperkirakan kepuasan akan meningkat sebesar 0,054, dengan asumsi bahwa variabel independen lainnya bernilai tetap.

3.4 Pengujian secara Parsial (Uji t)

Tabel 4 Hasil Uji t (Uji Parsial)
 Sumber: Data yang diolah oleh peneliti

Variabel	Standardized Coefficients	Correlations	Besarnya Pengaruh Secara Parsial	Besarnya Pengaruh Secara Parsial (%)
	Beta	Zero-order		
Tangibles (X ₁)	0,019	0,118	0,022	2,2%
Emphaty (X ₂)	0,431	0,241	0,103	10,3%
Reliability (X ₃)	-0,402	-0,114	0,045	4,5%
Responsivness (X ₄)	0,001	0,072	0,000072	0,0072%
Assurance (X ₅)	0,045	0,176	0,00792	0,792%
Pengaruh Total			0,177992	17,7992%

Berdasarkan hasil output pada tabel 4 dapat dilihat bahwa besarnya pengaruh Tangibles sebesar 2,2% besarnya pengaruh Emphaty sebesar 10,3% besarnya pengaruh Reliability sebesar 4,5% besarnya pengaruh Responsivness sebesar 0,0072% dan besarnya pengaruh Assurance sebesar 0,792%. Jadi total secara keseluruhan pengaruh Tangibles, Emphaty, Reliability, Responsivness dan Assurance terhadap kepuasan pelanggan secara bersama-sama sebesar 17,7992%

3.5 Pengujian Secara Simultan (Uji f)

Tabel 5 Hasil Uji f (Uji Simultan)
 Sumber: Data yang diolah oleh peneliti

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	8.209	5	1.642	3.574	.005 ^b
Residual	43.186	94	.459		
Total	51.395	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Assurance, Responsivness, Reliability, Emphaty, Tangibles

Dapat diketahui bahwa $F_{hitung} = 3,574$ sehingga memenuhi kriteria bahwa H_1 diterima jika $F_{hitung} 3,574 > F_{tabel} 2,31$ dan nilai $Sig. 0,005 < 0,05$. Hal ini berarti terdapat pengaruh positif signifikan antara kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan di bagian pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung.

3.6 Koefisien Determinasi

Tabel 6 Koefisien Determinasi
 Sumber: Data yang diolah oleh peneliti

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.400 ^a	.160	.115	.67781	2.001

a. Predictors: (Constant), Assurance, Responsivness, Reliability, Emphaty, Tangibles

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

$$KD = r^2 \times 100\%$$

$$KD = 0,160 \times 100\%$$

$$KD = 16 \%$$

Berdasarkan perhitungan pada tabel 6 koefisien determinasi nilai perolehannya sebesar 16%. Dari nilai tersebut dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh variabel kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangibles* (X_1), *emphaty* (X_2), *reliability* (X_3), *responsiveness* (X_4), dan *assurance* (X_5) adalah sebesar 16%. Sedangkan sisanya sebesar 84% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Kesimpulan dan Saran

4.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil pengolahan analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di bagian pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung, penulis dapat menarik beberapa kesimpulan yang dapat memberikan jawaban terhadap identifikasi masalah dalam penelitian ini, yaitu:

1. Kualitas Pelayanan di Bagian Pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung

Kualitas pelayanan di bagian pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung dimata responden secara keseluruhan berada dalam kategori baik dengan mendapatkan skor sebesar 68,72%. Hal ini menunjukkan bahwa bagian pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung telah menciptakan kualitas pelayanan yang memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan, seperti mempunyai (*tangibles*) ruang bagian pelayanan yang nyaman bagi para pelanggan, mempunyai (*emphaty*) terhadap pelanggan dalam menyediakan *call centre* yang siap melayani pelanggan setiap saat, mempunyai (*reliability*) dalam memenuhi segala kebutuhan pelanggan tanpa adanya kesalahan, pegawai mempunyai (*responsiveness*) dalam menanggapi keluhan pelanggan dan selalu bersikap ramah kepada pelanggan, dan pegawai mempunyai (*assurance*) dalam melaksanakan pekerjaan secara terampil, dan dari kelima dimensi kualitas pelayanan yang mendapat nilai rata-rata persentase tertinggi terdapat pada dimensi *reliability* (kehandalan) dengan mendapatkan skor sebesar 71%. Dari 24 pernyataan kualitas pelayanan yang mendapatkan tanggapan responden paling tinggi yaitu pada dimensi *tangibles* (bukti fisik) (X_1) yaitu pernyataan tentang ruangan di bagian pelayanan nyaman bagi pelanggan dengan mendapatkan nilai 75% dengan hasil tersebut ruangan bagian pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung dirasa sudah sesuai dengan yang pelanggan harapkan.

2. Kepuasan Pelanggan di Bagian Pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung.

Kepuasan pelanggan di bagian pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung secara keseluruhan masuk ke dalam kategori baik dengan mendapatkan skor sebesar 74,2%. Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh bagian pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung. Berdasarkan tanggapan responden pernyataan yang mendapatkan nilai tertinggi yaitu pada pernyataan keinginann untuk merekomendasikan jasa kepada orang lain dengan mendapatkan skor sebesar 77,4% dan yang mendapatkan skor terendah namun masih masuk dalam kategori baik yaitu kualitas jasa pelayanan pada bagian pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang diharapkan pelanggan sebesar 71,63%.

3. Besarnya Pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bagian Pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung.

Kualitas pelayanan yang terdiri dari variabel *Tangibles* (X_1), *Emphaty* (X_2), *Reliability* (X_3), *Responsivness* (X_4), dan *Assurance* (X_5) secara bersama-sama atau simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan di bagian pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung. Besarnya pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan secara simultan adalah sebesar 16% sedangkan sisanya 84% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Besarnya Pengaruh Kualitas Pelayanan Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan di Bagian Pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung.

Berdasarkan uji t dimensi *Emphaty* (X_2) secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sedangkan dimensi *Tangibles* (X_1), *Reliability* (X_3) *Responsivness* (X_4) dan *Assurance* (X_5) secara parsial tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

4.2.2 Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan hasil kesimpulan, terdapat beberapa hal yang ingin disarankan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Perusahaan agar mempertahankan dan lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah dinyatakan baik menurut tanggapan responden, sehingga kedepannya bisa berada dalam kategori sangat baik. Dari kelima dimensi kualitas pelayanan yang mendapatkan tanggapan responden paling rendah yaitu dimensi *responsivness*, dengan pernyataan pegawai ramah terhadap pelanggan serta pegawai bersedia menanggapi keluhan pelanggan, pegawai dapat menindaklanjuti keluhan pelanggan dengan segera dan informasi yang diberikan pegawai kepada pelanggan secara jelas, Sedangkan untuk pernyataan yang mendapatkan nilai terendah dan masuk dalam kategori kurang baik seperti pegawai menyelesaikan setiap keluhan dengan sabar. Perusahaan agar lebih memperhatikan keluhan pelanggan dan sering berkomunikasi dengan pelanggan sehingga membuat pelanggan menjadi puas.
2. Perusahaan agar lebih meningkatkan kepuasan pelanggan yang sudah dianggap baik menurut tanggapan responden sehingga kedepannya bisa berada dalam kategori sangat baik. Pernyataan yang mendapatkan nilai terendah namun masih termasuk dalam kategori baik adalah kualitas jasa pelayanan pada bagian pelayanan yang baik dan sesuai dengan yang

diharapkan pelanggan hal ini menunjukkan bahwa bagian pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung masih perlu ditingkatkan dalam hal kualitas jasa pelayanan terhadap pelanggan.

3. Perusahaan agar menelaah dan meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang nilainya cukup besar. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi diketahui sebesar 84%, pembenahan ini harus dikaitkan dengan visi dan strategi perusahaan dan Perusahaan harus mampu menentukan prioritas pembenahannya.
4. Berdasarkan hasil penelitian dimensi *responsivness* memiliki pengaruh yang paling besar terhadap kepuasan pelanggan. Perusahaan agar meningkatkan *responsivness* pegawai dalam merespon keluhan pelanggan yaitu dengan cara memberikan pelatihan kepada pegawai sehingga kemampuan pegawai dalam merespon keluhan pelanggan dapat diatasi dengan cepat.

4.2.3 Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti ingin mengajukan beberapa saran untuk penelitian selanjutnya dalam rangka pengembangan penelitian pada topik yang sama, antara lain:

1. Dikarenakan penelitian ini hanya meneliti tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di bagian pelayanan PDAM Tirtawening Kota Bandung, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya untuk meneliti juga faktor – faktor lain seperti loyalitas pelanggan.
2. Sebaiknya penelitian selanjutnya menggunakan variabel bauran pemasaran terhadap keputusan penggunaan jasa PDAM, dengan menggunakan analisis yang sama

Daftar Pustaka

- [1] *Annual Report* PDAM Tirtawening Kota Bandung 2015
- [2] Buchory, Henry Ahmad dan Saladin, Djasim. 2010. *Manajemen Pemasaran*. Edisi pertama. Bandung : Linda Karya.
- [3] Forum Hijau Indonesia 2013
- [4] Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. 2013. *Manajemen Pemasara*. Jakarta: PT Indeks.
- [5] Laksana, Fajar. 2010. *Manajemen Pemasaran: Pendekatan Praktis Edisi Pertama*, Yogyakarta, Graha Ilmu
- [6] Suara Pembaharuan 2011
- [7] Zeithaml, Parasuraman, & Berry. 2009. *Service Quality*. Cetakan Ketiga. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.