

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM BANJARMASIH KOTA BANJARMASIN

Hendry Riset Himawan¹, H. Basuki MD², Arfie Yasrie³

¹Mahasiswa, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) Banjarmasin

²Dosen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) Banjarmasin

³Dosen, Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen Indonesia (STIMI) Banjarmasin

Kata kunci : Kualitas pelayanan, Kepuasan pelanggan

Abstrak :

Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan jasa, pada akhirnya akan memperoleh penilaian yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Perusahaan akan selalu menyadari pentingnya faktor pelanggan, oleh karena itu ada beberapa hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu produk, kualitas jasa, kegiatan penjualan, pelayanan setelah penjualan, nilai-nilai perusahaan. Hal utama yang perlu diperhatikan oleh perusahaan daerah air minum ini adalah meningkatkan kualitas jasa maupun barang yang lebih baik kepada para pelanggan karena keberadaan pelanggan tersebut sangat menentukan kelangsungan hidup perusahaan. Studi ini diadaptasi dari model *SERQUAL* sebagai kerangka utama untuk menganalisis kualitas pelayanan. Penelitian ini dilaksanakan pada Perusahaan Daerah Air Minum Bandarmasih Kota Banjarmasin. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PDAM Bandarmasih Kota Banjarmasin khususnya di Wilayah Kota Banjarmasin Timur yang berjumlah sebanyak 40.000 pelanggan. Dari populasi berjumlah 40.000 orang, maka diambil sampel secara Simple Random Sampling sebanyak 50 orang pelanggan. Sedangkan teknik pengambilan sampel adalah menggunakan accidental sampling. Analisa regresi berganda digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semua item layanan adalah prediktor yang baik dari kepuasan pelanggan.

1. PENDAHULUAN

Salah satu unsur penting untuk mendapatkan perhatian adalah kepuasan pelanggan, pentingnya memahami kepuasan pelanggan didasarkan pada kenyataan bahwa pelanggan yang menjadi sasaran produk. Hal utama yang perlu diperhatikan oleh perusahaan daerah air minum ini adalah meningkatkan kualitas jasa maupun barang yang lebih baik kepada para pelanggan, karena keberadaan pelanggan tersebut sangat menentukan kelangsungan hidup perusahaan. Seluruh kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan jasa, pada akhirnya akan memperoleh penilaian yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Perusahaan akan selalu menyadari

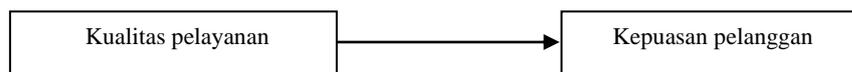
pentingnya faktor pelanggan, oleh karena itu ada beberapa hal yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu produk, kualitas jasa, kegiatan penjualan, pelayanan setelah penjualan, nilai-nilai perusahaan. Kualitas pelayanan juga merupakan hal yang sangat penting untuk diperhatikan, karena kualitas suatu pelayanan akan mempengaruhi kepuasan bagi pelanggan pengguna jasa tersebut. Kepuasan pelanggan merupakan suatu bentuk penilaian dari sudut pandang pelanggan dengan membandingkan kinerja yang telah dilaksanakan dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

Secara teoritis banyak dukungan yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan. Fandy Tjiptono (2005:259), mengatakan bahwa pada

prinsipnya kualitas jasa/pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Selanjutnya, Menurut Zeithaml dan Binter (2005), yang dikutip oleh Etta dan Sopiah (2013:180), menyatakan kepuasan konsumen pada produk dan jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan produk dan jasa yang ditawarkan. Hal yang senada, Robbin (2006:26), kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk dan jasa dengan harapan-harapannya. Sementara itu, Rangkuti (2005:30), kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakannya setelah pemakaian. Selanjutnya Rangkuti (2005) menyatakan bahwa salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi jasa yaitu: Ketanggapan (*Responsiveness*), Keandalan (*Realibility*) Empati (*Empaty*), Jaminan (*Assurance*), Bukti Langsung (*Tangibles*). Demikian juga Lamb, Hair, Mc Daniel (2000), yang dikutip Payne (2000:215), bahwa konsumen menilai kualitas jasa melalui lima faktor sebagai berikut : Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Empati (*Empathy*), Keyakinan (*Confidence*), Bukti Langsung (*Tangibles*).

Secara empiris juga banyak dukungan yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Carma (1990) dalam Tybus, Kumar dan Klassen (2000) telah melakukan

penelitian tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan mahasiswa di *College of Business Administration and Economics at CSUN*, dengan menggunakan 5 dimensi kualitas pelayanan yaitu : bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dengan cara membandingkan dengan persepsi. Hasil penelitian membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa. Hal yang senada, Karatepe (2011) dalam penelitiannya tentang *Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: The Moderating Role of Gender*, *Service Quality* diukur 20 item dengan skala 4 dimensi sebagai hasil pengembangan dari *SERVQUAL* meliputi: pengaruh lingkungan pelayanan, kualitas interaksi, empati dan kehandalan, sedangkan kepuasan diukur dengan empat item pada setiap dimensi kualitas layanan dan lima item dari Zeithaml *et al.* (1998) digunakan untuk mengoperasionalkan loyalitas pelanggan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebagai mediator dan ditambahkan gender sebagai variabel moderator berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan. Demikian juga, Agyapong (2010), dalam penelitiannya menguji pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam industri utilitas (telekomunikasi). Studi ini diadaptasi dari model *SERVQUAL* sebagai kerangka utama untuk menganalisis kualitas pelayanan. Analisa regresi linier sederhana digunakan untuk menguji pengaruh antara variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa semua item layanan adalah prediktor yang baik dari kepuasan pelanggan.



Gambar 1. Kerangka konsep

2. DEFINISI OPERASIONAL VARIABEL

Dalam penelitian ini, faktor-faktor yang dianalisa didefinisikan sebagai berikut :

2.1. Kualitas Pelayanan (X)

Kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh. Rangkuti (2005:30), menyatakan bahwa kualitas jasa/pelayanan berfokus pada lima dimensi. Dimensi-dimensi tersebut adalah:

1. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan untuk melakukan pelayanan sesuai yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
2. Ketanggapan (*Responsiveness*), yaitu kemampuan untuk menolong pelanggan dan ketersediaan untuk melayani pelanggan dengan baik.
3. Empati (*Empaty*), yaitu rasa peduli untuk memberikan perhatian secara individual kepada pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan, serta kemudahan untuk dihubungi.
4. Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanan petugas

serta sifat yang dapat dipercaya sehingga pelanggan terbebas dari resiko.

5. Bukti Langsung (*Tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan karyawan, dan sarana komunikasi.

2.2. Kepuasan Pelanggan (Y)

Menurut Kotler (2005), yang dikutip oleh Etta dan Sopiah (2013:180), mengatakan kepuasan adalah sejauh mana suatu tingkatan produk dipersepsikan sesuai dengan harapan pembeli. Kepuasan konsumen diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima oleh konsumen.

Dalam penelitian ini kepuasan pelanggan meliputi:

1. Cepat tanggap petugas pelayanan dalam memberikan pelayanan.
2. Kemampuan dan keterampilan petugas pelayanan.
3. Penjelasan prosedur layanan yang diberikan petugas pelayanan dan
4. Kerapian, kenyamanan, keamanan dan kebersihan lingkungan

Untuk lebih jelasnya rincian mengenai variabel, indikator dan item penelitian adalah sebagaimana Tabel berikut:

Tabel 1.
Variabel, Indikator, Item

Variabel	Idikator	Item
Kualitas Pelayanan	1. Reliability	- Petugas Pelayanan selalu memberikan informasi pelayanan. - Petugas Pelayanan selalu memberikan informasi/prosedural - Petugas Pelayanan selalu memberikan pelayanan yang terbaik
	2. Responsiveness	- Petugas Pelayanan selalu cepat tanggap terhadap pengaduan/ keluhan - Petugas Pelayanan selalu merespon terhadap saran dari para pelanggan. - Petugas Pelayanan selalu memberikan pelayanan kepada pelanggan secara Profesional.

	3. Empaty	<ul style="list-style-type: none">- Petugas Pelayanan selalu memberikan perhatian khusus- Kepedulian petugas pelayanan terhadap pelanggan- Petugas Pelayanan senantiasa memahami kebutuhan pelanggan.
	4. Assurance	<ul style="list-style-type: none">- Petugas Pelayanan dapat dipercaya dalam melaksanakan tugas / aktivitasnya- Petugas Pelayanan selalu membina kerjasama yang baik terhadap pelanggan.- Petugas Pelayanan selalu menjaga nilai-nilai kesopanan
	5. Tangibles	<ul style="list-style-type: none">- Petugas Pelayanan mempunyai ruang tunggu yang nyaman bagi para pelanggan.- Penampilan Petugas Pelayanan selalu menggunakan seragam atau atribut lainnya- Petugas Pelayanan sudah mempunyai alat-alat dan teknologi yang canggih
Kepuasan Pelanggan	Kepuasan Terhadap Dimensi Kualitas Pelayanan	<ul style="list-style-type: none">- Cepat tanggap petugas pelayanan dalam memberikan pelayanan- Kemampuan dan keterampilan petugas pelayanan- Penjelasan prosedur layanan yang diberikan petugas pelayanan- Kerapian, kenyamanan, keamanan dan kebersihan lingkungan kantor

Sumber : Data Primer diolah tahun 2014.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan pada Perusahaan Daerah Air Minum Bandarmasih kota Banjarmasin, dimana yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah pelanggan yang datang dan melakukan transaksi pembayaran maupun melaporkan keluhan yang dirasakan pelanggan PDAM Bandarmasih kota Banjarmasin untuk wilayah banjar timur yang berjumlah sekitar \pm 40.000 orang sebagai populasi dalam penelitian ini. Sementara sampel yang ditetapkan sebanyak 50 orang responden, terdiri dari 18 responden atau 36% berjenis kelamin wanita dan sebanyak 32 responden atau 64% berjenis kelamin pria. 15 responden atau 30% berusia kurang dari 30 tahun, 7 responden atau 14% berusia antara 31 tahun sampai 35 tahun, 12 responden atau 24% berusia antara 36 tahun sampai 40 tahun, 7

responden atau 14% berusia antara 41 tahun sampai 45 tahun, 3 responden atau 6% berusia antara 46 tahun sampai 50 tahun, dan 6 responden atau 12% umurnya lebih dari 51 tahun, dengan tingkat pendidikan sebanyak 1 responden atau 2% berpendidikan pasca sarjana, 12 responden atau 24% tingkat pendidikan sarjana, 37 responden atau 74% berpendidikan SMA.

Untuk membuktikan apakah data yang telah didapatkan lapangan dapat mengukur variabel yang ingin diukur dan dapat dipercaya, maka instrumen penelitian perlu diuji terlebih dahulu, untuk itu perlu dilakukan uji validitas dan uji Reliabilitas. Uji validitas dilakukan dengan teknik Korelasi *Product Moment* dari masing-masing item terhadap nilai total faktor (Singarimbun dan Effendi, 1995). Untuk membuktikan valid tidaknya suatu item instrumen penelitian, sebagaimana ketentuan dalam syarat minimum dianggap memenuhi syarat

adalah apabila $r > 0,30$. Dengan demikian bila korelasi antar butir dengan skor total $< 0,30$, maka butir dalam instrument penelitian tersebut dinyatakan tidak valid (Sugiono, 1999). Sejumlah 19 item instrumen penelitian yang disertakan dalam pengujian

validitas dalam penelitian ini yaitu variabel kualitas pelayanan sebanyak 15 item, sedangkan variabel kepuasan pelanggan sebanyak 4 item. Hasil uji validitas kesemua item variabel penelitian tersebut dapat disajikan pada Tabel berikut :

Tabel 2
Hasil Uji Validitas Instrument Penelitian

Variabel Kualitas Pelayanan (X)		
Item Pertanyaan	Nilai Koef. Korelasi	Keterangan
X1.1 Petugas Pelayanan selalu memberikan informasi pelayanan	0,348	Valid
X1.2 Petugas Pelayanan selalu memberikan informasi	0,554	Valid
X1.3 Petugas Pelayanan selalu memberikan pelayanan	0,394	Valid
X1.4 Petugas Pelayanan selalu cepat tanggap terhadap pengaduan	0,393	Valid
X1.5 Petugas Pelayanan selalu merespon terhadap saran	0,434	Valid
X1.6 Petugas Pelayanan selalu memberikan pelayanan	0,514	Valid
X1.7 Petugas Pelayanan selalu memberikan perhatian khusus	0,640	Valid
X1.8 Kepedulian petugas pelayanan terhadap pelanggan	0,500	Valid
X1.9 Petugas Pelayanan senantiasa memahami kebutuhan pelanggan	0,464	Valid
X1.10 Petugas Pelayanan dapat dipercaya	0,308	Valid
X1.11 Petugas Pelayanan selalu membina kerjasama	0,569	Valid
X1.12 Petugas Pelayanan selalu menjaga nilai-nilai kesopanan	0,376	Valid
X1.13 Petugas Pelayanan mempunyai ruang tunggu	0,344	Valid
X1.14 Penampilan Petugas Pelayanan selalu menggunakan seragam	0,320	Valid
X1.15 Petugas Pelayanan sudah mempunyai alat-alat/teknologi canggih	0,420	Valid
Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)		
Y1.1 Cepat tanggap petugas pelayanan dalam memberikan pelayanan	0,532	Valid
Y1.2 Kemampuan sudah memenuhi keinginan pelanggan	0,749	Valid
Y1.3 Penjelasan prosedur layanan memudahkan bagi pelanggan.	0,781	Valid
Y1.4 Kerapian, lingkungan kantor membuat para pelanggan merasa nyaman.	0,324	Valid

Sumber : Data Lampiran 3. Diolah, 2014.

Berdasarkan Tabel 2 tersebut di atas menunjukkan bahwa untuk Uji Validitas instrument penelitian variabel kualitas pelayanan (X) sebanyak 15 item pertanyaan semuanya adalah valid, karena nilai yang diisyaratkan dari hasil korelasi $r > 0,30$.

Selanjutnya untuk Uji Validitas instrument penelitian variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan jumlah sebanyak 4 item pertanyaan semuanya juga valid, karena nilai yang diisyaratkan dari hasil korelasi $r > 0,30$.

Reliabilitas menunjukkan keterpercayaan suatu alat ukur. Alat ukur yang dimaksud menunjukkan sejauhmana alat ukur itu dapat dipercaya, reliabel (keterhandalan). Untuk menguji reliabilitas instrumen penelitian dipergunakan Skala bertingkat (*rating scale*) dengan formulasi Alpha Cronbach (Uma Sakaran 1992) dengan membandingkan standar kecukupan koefisien reliabilitas berdasarkan jumlah butir item dengan nilai koefisien

reliabilitas nilai Alpha (Ebel, Robert L & Frisbie, David A, 1991). Berdasarkan dari Uji reliabilitas instrument penelitian

hasilnya dapat dilihat sebagaimana Tabel berikut .

Tabel 3
Hasil Uji Reliabilitas Instrument Penelitian

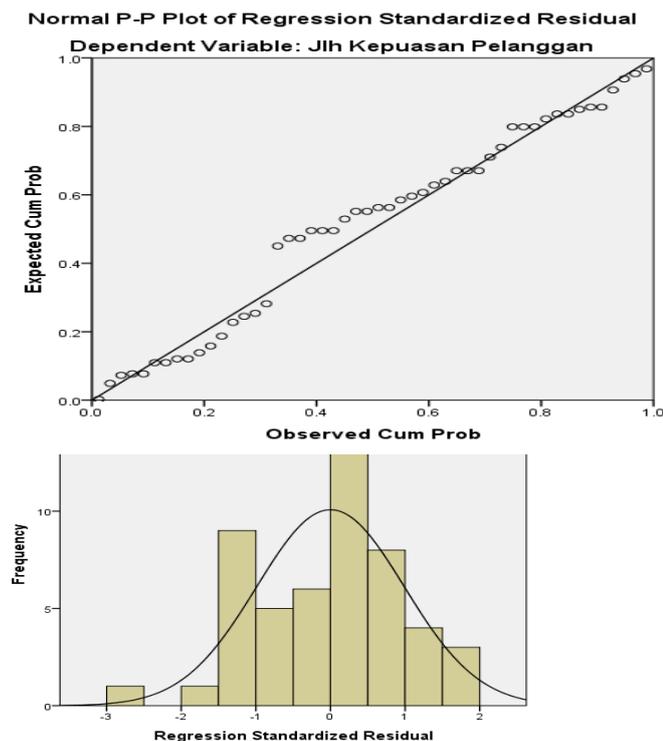
Variabel	Jumlah Item	Standar Kecukupan Koefisien Rehabilitas (Ebel dkk (1991)	Koefisien Reliabel (Cronbach's Alpha)	Kesimpulan
Kualitas Pelayanan (X)	15	0,33	0,708	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	4	0,20	0,718	Reliabel

Sumber : Data Lampiran 3. Diolah, 2014.

Berdasarkan Tabel 3 tersebut di atas menunjukkan bahwa dengan membandingkan standar kecukupan koefisien reliabilitas berdasarkan jumlah butir item dengan nilai koefisien reliabilitas *Alpha Cronbach*, bahwa nilai *Alpha Cronbach* lebih besar dari nilai standar kecukupan koefisien reliabilitas. Dengan demikian dapat dikatakan hasil pengujian reliabilitas instrumen penelitian adalah reliabel. Untuk menggunakan analisis model

regresi ada beberapa persyaratan asumsi klasik yang harus dipenuhi yaitu asumsi normalitas data, asumsi Heteroskedastisitas, asumsi Multikolinieritas serta autokorelasi. Dalam penelitian ini asumsi normalitas data diuji dengan menggunakan Grafik Normal Probabilitas Plot dan Grafik Histogram di mana hasilnya menunjukkan bahwa data-data dalam penelitian ini dalam keadaan berdistribusi normal sebagaimana pada Gambar Grafik 2 berikut

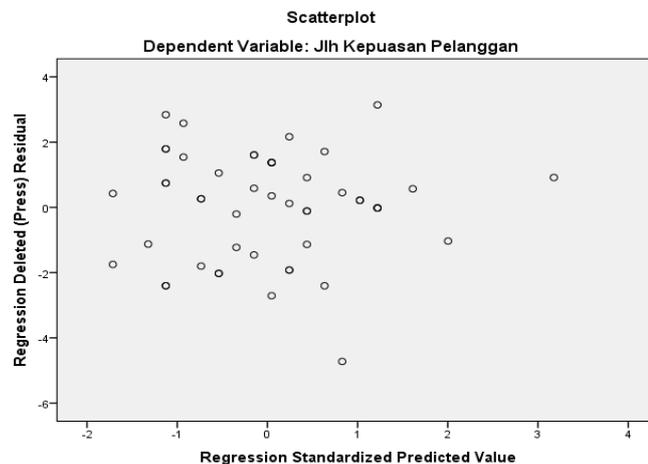
Grafik 2.
Normalitas Data Normal P-P Plot



Sedangkan pada uji Heterskedastisitas dengan menggunakan analisa Scatterplot.

Hasil uji asumsi heteroskidastisitas dapat dikatakan memenuhi syarat untuk tidak terjadinya heteroskidastisitas, ini dapat dilihat Grafik Scatterplot berikut

Grafik .3.
Scatterplot



Untuk menentukan multikolinieritas suatu variabel bebas dapat dilihat dari nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Apabila nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) Menunjukkan nilai < 10 maka tidak terjadi multikolinieritas. Sebaliknya, apabila *Variance Inflation Factor* (VIF) menunjukkan nilai > 10 maka telah terjadi multikolinieritas diantara variabel bebas. Berdasarkan hasil uji multikolinieritas

variabel Independen Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Dependen Kepuasan Pelanggan (Y), di mana nilai koefisien *Variance Inflation Factor* (VIF) maupun nilai koefisien *Tolerance* masing-masing, untuk nilai *Variance Inflation Factor* (VIF) 1,00 dan untuk nilai *Tolerance* 1,00 telah memenuhi syarat untuk tidak terjadinya Multikolinieritas sebagaimana Tabel 4 sebagai berikut.

Tabel 4.
Hasil Uji Asumsi Klasik Multikolinieritas

Variabel-Variabel	Variance Inflation Factor (VIF)	Tolerance
Kualitas Pelayanan (X)	1,00	1,00

Sumber : Data Lampiran 6. Diolah, 2014

Autokorelasi diasumsikan sebagai terjadinya korelasi diantara data pengamatan, dimana munculnya suatu data dipengaruhi oleh data sebelumnya (Gujarat, 1991:400). Jika ada autokorelasi maka dapat

dikatakan bahwa koefisien korelasi yang dipengaruhi kurang akurat.

Berdasarkan hasil data yang diperoleh dari 50 responden yang telah memberikan jawabannya, terlihat bahwa

frekuensi dari item-item variabel kualitas pelayanan adalah sebagaimana tampak pada

Tabel 5 berikut :

Tabel 5
Deskripsi Variabel Kualitas Pelayanan

Item	Skor Jawaban Responden										Rerata Skor (Mean)
	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X1.1 Petugas Pelayanan selalu memberikan informasi pelayanan	-	-	1	2.00	9	18.00	30	60.00	10	20.00	3,98
X1.2 Petugas Pelayanan selalu memberikan informasi	-	-	1	2.00	16	32.00	19	38.00	14	28.00	3,92
X1.3 Petugas Pelayanan selalu memberikan pelayanan	-	-	2	4.00	12	24.00	25	50.00	11	22.00	3,90
X1.4 Petugas Pelayanan selalu cepat tanggap terhadap pengaduan	-	-	2	4.00	17	34.00	21	42.00	10	20.00	3,78
X1.5 Petugas Pelayanan selalu merespon terhadap saran	-	-	2	4.00	19	38.00	18	36.00	11	22.00	3,76
X1.6 Petugas Pelayanan selalu memberikan pelayanan	-	-	1	2.00	15	30.00	23	46.00	11	22.00	3,88
X1.7 Petugas Pelayanan selalu memberikan perhatian khusus	-	-	1	2.00	24	48.00	16	32.00	9	18.00	3,66
X1.8 Kepedulian petugas pelayanan terhadap pelanggan	-	-	1	2.00	15	30.00	27	54.00	7	14.00	3,80
X1.9 Petugas Pelayanan senantiasa memahami kebutuhan pelanggan	-	-	-	-	19	38.00	21	42.00	10	20.00	3,82
X1.10 Petugas Pelayanan dapat dipercaya	-	-	-	-	17	34.00	21	42.00	12	24.00	3,90
X1.11 Petugas Pelayanan selalu membina kerjasama	1	2.00	1	2.00	10	20.00	24	48.00	14	28.00	3,98
X1.12 Petugas Pelayanan selalu menjaga nilai-nilai kesopanan	-	-	-	-	8	16.00	25	50.00	17	34.00	4,18
X1.13 Petugas Pelayanan mempunyai ruang tunggu	-	-	-	-	9	18.00	26	52.00	15	30.00	4,12
X1.14 Penampilan Petugas Pelayanan selalu menggunakan seragam	1	2.00	1	2.00	9	18.00	23	46.00	16	32.00	4,04
X1.15 Petugas Pelayanan sudah mempunyai alat-alat/teknologi canggih	-	-	-	-	12	24.00	24	48.00	14	28.00	4,04

Rerata Skor Variabel Kualitas Pelayanan (X) = 3,91

Sumber : Data lampiran 5. Diolah , 2014.

Pada Tabel 5 di atas dapat diketahui dari jawaban 50 responden berdasarkan item-item pertanyaan dari variabel kualitas pelayanan secara keseluruhan jawaban dari 50 responden terhadap item-item pertanyaan hal ini menunjukkan bahwa kecenderungan responden menyatakan kualitas pelayanan yang diberikan oleh

variabel kualitas pelayanan (X) dengan skor rata-rata item berkisar antara 3,66 sampai dengan 4,18 sedangkan dilihat dari skor rata-rata variabel adalah sebesar 3,91, petugas pelayanan PDAM Bandarmasih Kota Banjarmasin sudah baik.

Tabel 6
Deskripsi Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Item	Skor Jawaban Responden										Rerata Skor (Mean)
	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y1.1 Cepat tanggap petugas pelayanan dalam memberikan pelayanan	1	2.00	3	6.00	8	16.00	28	56.00	10	20.00	3,86
Y1.2 Kemampuan sudah memenuhi keinginan pelanggan	-	-	3	6.00	12	24.00	24	48.00	11	22.00	3,86
Y1.3 Penjelasan prosedur layanan memudahkan bagi pelanggan.	-	-	1	2.00	14	28.00	22	44.00	13	26.00	3,94
Y1.4 Kerapian, lingkungan kantor membuat para pelanggan merasa nyaman.	-	-	1	2.00	14	28.00	22	44.00	13	26.00	3,94
Rerata Skor Variabel Kepuasan Pelanggan (Y) = 3,9											

Sumber : Data Lampiran 5. Diolah, 2014

Pada Tabel 6 di atas dapat diketahui jawaban dari 50 responden berdasarkan item-item pertanyaan dari variabel kepuasan pelanggan secara keseluruhan jawaban dari 50 responden terhadap item-item pertanyaan variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan skor rata-rata item berkisar antara 3,86 sampai dengan 3,94 sedangkan dilihat dari skor rata-rata variabel adalah sebesar 3,90, hal ini menunjukkan bahwa kecenderungan

responden menyatakan kepuasan mereka sudah terpenuhi dengan baik.

Untuk membuktikan adanya dugaan berpengaruh atau tidak berpengaruh secara signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dilakukan dengan uji regresi sederhana. Hasil uji regresi sederhana dapat disajikan dalam Tabel 7 berikut.

Tabel 7
Hasil Uji Regresi Sederhana Variabel Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Variabel	Koefisien Regresi (B)	Sig.t	T _{tabel}	r ²
Kualitas Pelayanan (X)	0,22	0,000	5,066	0,348
Multi R = 0,590				

R Square (R^2)	= 0,348
F_{hitung}	= 25,661
Sig.F	= 0,000
α	= 0,05

Sumber : Data Lampiran 6. Diolah, 2014

Model regresi yang digunakan pada statistik inferensial sudah dapat dikatakan memenuhi syarat sebagai model penelitian, karena berbagai persyaratan telah dipenuhi pengujian model linearitas klasik, seperti berbagai uji asumsi klasik. Berdasarkan uji asumsi klasik yaitu uji Normalitas data, uji Heteroskedastisitas dan uji Multikolinearitas tidak terdapat penyimpangan Model penelitian Penegasan ini juga di dukung dari Uji Anova atau F_{tes} diperoleh nilai F_{hitung} sebesar 25,661 dengan tingkat $sig.F = 0,000$. Karena nilai $sig.F (probabilitas) = 0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi Kepuasan Pelanggan.

Berdasarkan hasil analisis data dengan regresi sederhana menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan, di mana nilai $sig.t (p) = 0,000 < \alpha = 0,05$ dan nilai koefisien regresi (R) 0,227 bersifat positif, sedangkan nilai koefisien determinasi parsial (r^2) = 0,384 yang berarti bahwa kontribusi variabel Kualitas Pelayanan dalam membentuk variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 38,40%. Karena nilai koefisien regresi yang diperoleh adalah positif, maka dapat diinterpretasikan bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh petugas pelayanan baik dalam bentuk berwujud maupun tidak berwujud maka semakin tinggi pula tingkat Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Bandarmasih Kota Banjarmasin.

Secara teoritis, Kepuasan Pelanggan selain dipengaruhi oleh Kualitas Pelayanan, dapat pula dipengaruhi oleh variabel-variabel yang lain misalnya budaya pelayanan, pengembangan sumber daya manusia, evaluasi prosedur pemasaran internal (Aburoub et al., 2011). Bahkan banyak lagi variabel-variabel lain yang berpengaruh di luar variabel yang diteliti ini, karena variabel Kualitas Pelayanan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan sebesar 34,80%, sedangkan variabel lainnya di luar

penelitian ini berpengaruh pada kepuasan pelanggan sebesar 65,20%.

Hal yang dapat diungkapkan dari hasil penelitian bahwa penelitian ini memperkuat pernyataan Zeithaml dan Binter (2005), yang dikutip oleh Etta dan Sopiah (2013:180), bahwa konsumen yang merasa puas pada produk/jasa yang dibeli dan digunakannya akan kembali menggunakan jasa/produk yang ditawarkan. Nilai koefisien regresi yang diperoleh adalah positif, maka dapat diinterpretasikan bahwa semakin baik Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh petugas pelayanan maka semakin tinggi pula tingkat Kepuasan Pelanggan.

Penelitian ini mendukung hasil kajian empiris Carmain (1990) dalam Tybus, Kumar dan Klassen (2000) yang menyatakan bahwa dimensi kualitas pelayanan yaitu: bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dengan cara membandingkan dengan persepsi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa di *College of Business Administration and Economics at CSUN*. Hasil penelitian ini juga mendukung kajian empiris yang dilakukan oleh Karatepe (2011) dalam penelitiannya tentang *Service Quality, Customer Satisfaction and Loyalty: The Moderating Role of Gender*, *Service Quality* diukur 20 item dengan skala 4 dimensi sebagai hasil pengembangan dari *SERVQUAL* meliputi: pengaruh lingkungan pelayanan, kualitas interaksi, empati dan kehandalan, yang membuktikan bahwa dimensi kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan sebagai mediator dan ditambahkan gender sebagai variabel moderator berpengaruh positif secara signifikan terhadap loyalitas dan kepuasan pelanggan.

Selanjutnya penelitian ini juga mendukung hasil kajian empiris Agyapong (2010), yang menguji pengaruh antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dalam industri utilitas (telekomunikasi), hasilnya menunjukkan bahwa semua item

layanan adalah prediktor yang baik dari kepuasan pelanggan.

4. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa petugas pelayanan Perusahaan Air Minum Bandarmasih Kota Banjarmasin dalam memberikan pelayanan sudah dilaksanakan dengan baik. Kepuasan pelanggan Perusahaan Air Minum Bandarmasih Kota menjelaskan brosur-brosur, keluhan-keluhan pelanggan maupun tidak berwujud maka semakin tinggi pula tingkat Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Bandarmasih Kota Banjarmasin.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dikemukakan beberapa saran bagi para praktisi maupun para pimpinan organisasi. Adanya temuan yang menunjukkan bahwa beberapa item indikator kualitas pelayanan yang direspon masih rendah oleh pelanggan, sebaiknya Pimpinan Perusahaan Daerah Air Minum Bandarmasih Kota Banjarmasin perlu memperbaiki pelayanan, agar selalu cepat tanggap terhadap pengaduan. Agar Kualitas Petugas pelayanan selalu unggul dalam persaingan, pihak Pimpinan perusahaan hendaknya selalu meningkatkan kemampuan karyawan baik melalui pendidikan maupun pelatihan-pelatihan. Dengan adanya temuan yang menunjukkan bahwa bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Maka Pimpinan perusahaan perlu mengevaluasi pelaksanaan indikator kualitas pelayanan yang selama ini diberikan untuk terus diperbaiki dan ditingkatkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Agyapong, KQ, Gloria, 2010, *The Effect of Service Quality on Customer Satisfaction in The Utility Industry--- A Case of Vodanfon (Gana)*, *Internasional Journal of Business and Management*, Vol. 6, No. 5, pp 203-210.
- Arikunto, Suharsimi, 2006, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, Rineka Cipta, Jakarta.

Banjarmasin dapat lebih meningkat, apabila kualitas pelayanan lebih ditingkatkan, karena hasil analisis uji regresi sederhana menunjukkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan dan positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan. Ini artinya semakin baik Kualitas Pelayanan yang diberikan oleh Petugas pelayanan baik dalam bentuk berwujud misalnya pelayanan,

- Karatepe, Osman, M, 2011, *Service Quality, Costumer Satisfaction and Loyalty: The Moderating Role Of Gender*, *Journal Of Business Economics and Management*, Vol. 12(2) pp. 278-300.
- Kotler, Philip, 2008, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan Implementasi dan Pengendalian*, Terjemahan, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Keller Kevin Lane, 2006, *Manajemen Pemasaran Edisi 12*, PT. Indeks, Jakarta.
- Lamb Hair. Mc Daniel, et al, 2000, *Pemasaran, Buku 1*, Salemba Empat, Jakarta.
- Lupiyadi Rahmat dan Hamdani A, *Manajemen Pemasaran Jasa Salemba Empat*, Jakarta.
- Nasution, 2004, *Manajemen Jasa Pemasaran*, Ghalia Indonesia, Bojonegara.
- Rangkuti, Freddy, 2008, *Measuring Customer Satisfaction (Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan)*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rangkuti Freddy, 2005, *Measuring Customer Satisfaction (Teknik Mengukur dan strategi meningkatkan kepuasan pelanggan)*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Robbins, Stephen P, 2006, *Perilaku Organisasi*, Pustaka, Jakarta.

Volume 1, September 2015

Sangadji, Etta M, Sopiah, 2013, Prilaku Konsumen, Penerbit Andi, Yogyakarta

Sumarsono, 2006, Pengetahuan Perbankan Umum, BRI Urusan Pendidikan dan latihan, Jakarta.

Tjiptono, Fandy, 2000, Pemasaran Jasa, Bayu Media, Jakarta.

-----, 2005, Pemasaran Jasa, Bayu Media, Jakarta.

Trybus, E, Kumar, R, dan Klassen K,2000, Improving Service Quality: A Study Of Parking Satisfaction at A University Campus, Procceding of the 12th Annul SCU-POM Conference California Statet University, Sacramento. February 25-26.