

## **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA PERUSAHAAN PDAM MUAL NA TIO KABUPATEN TAPANULI UTARA**

**Mega Ria Ratna S Sianturi<sup>1</sup>, Hotlin Siregar<sup>2</sup>, Talenta Marbun<sup>3</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli  
email: megasianturi73@gmail.com

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli  
email: hotlinsiregar04@gmail.com

<sup>3</sup>Fakultas Ekonomi, Universitas Sisingamangaraja XII Tapanuli  
email: talentaemma@yahoo.co.id

**Abstract** –Service quality is the main basis for knowing the level of consumer satisfaction. This research aims to find out how service quality influences consumer satisfaction at the PDAM Mual Na Tio Company, North Tapanuli Regency. The population in this study was 12,368 PDAM Company Consumers using the SPSS 22.0 computer program with a sample of 99 people.

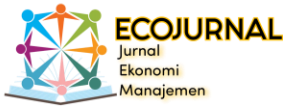
Public service or often called public service, community service or public service is one of the government activities that always attracts public attention. This type of research is quantitative research, namely research on data collected and expressed in the form of variable numbers. Data collection was carried out using questionnaires and observations. The analytical method used is simple linear regression analysis with the equation  $Y = 11.950 + 0.695X$ . This research uses a significance level of 5%. The results of simple correlation analysis research  $r_{count} > r_{table}$  show that Service Quality (0.166) and Consumer Satisfaction have a positive and significant relationship. The coefficient of determination (Rsquare) is 0.407 or 40.7%, meaning that Service Quality can be explained as having an influence on Consumer Satisfaction and the remaining 59.3% is another independent variable. The t test result is 8.152. Then this value is compared with the t table with an error level of 5%  $df = n-2 = 97$ . The t table value is 1.984. In accordance with the hypothesis testing requirements that  $t_{count} (8.152) > t_{table} (1.984)$ , it can be concluded that Service Quality (X) has a positive and significant influence on Consumer Satisfaction (Y) at the PDAM Mual Na Tio drinking water company, North Tapanuli Regency.

**Keywords:** Service Quality, Consumer Satisfaction.

### **1. PENDAHULUAN**

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 perusahaan daerah yang tergabung dalam Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dan mengelola sumber daya air di setiap daerah adalah Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) (Anandar & Putri, 2015). Kualitas pelayanan apabila dikelola dengan tepat, akan berkontribusi positif terhadap kepuasan dan loyalitas

konsumen. Ikatan emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan konsumen. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan jumlah konsumen dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman konsumen yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman yang kurang menyenangkan. Berikut ini ada beberapa keluhan yang sering diajukan konsumen kepada perusahaan PDAM Mual Na Tio, antara lain: penyaluran air yang belum maksimal dan merata sehingga masyarakat kekurangan air bersih kinerja dan pelayanan yang masih tidak professional, kinerja teknisi pihak PDAM yang



tidak cepat tanggap merespon keluhan yang konsumen ajukan. Maka dengan hal ini kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dari itu maka penulis menetapkan judul yaitu “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada PDAM Muall Na Tio Kabupaten Tapanuli Utara**”

## 2. TINJAUAN PUSTAKA PRODUK

### Kualitas Pelayanan

Kotler dalam Panjaitan (2016), mengungkapkan bahwa “Kualitas Pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan”.

Definisi kualitas seperti terdapat pada Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) dimaknai sebagai tingkah baik buruknya sesuatu. Maka untuk mengetahui sesuatu setiap orang memiliki persepsi yang berbeda-beda dalam mengartikannya. Kualitas memiliki arti yang berbeda-beda tergantung penempatan kosakata yang digunakan atau tergantung istilah apa yang digunakan. Konsep kualitas itu sendiri sering dianggap sebagai ukuran relative suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian.

Sebagaimana dikemukakan oleh Gotes dan Davis (2005) bahwa “Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi dan melebihi harapan”. Menurut Philip Kotler (2019), “Kualitas Pelayanan adalah landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen”. Meskipun kata kualitas memiliki banyak definisi yang diterima secara universal (Wardani, 2017). “Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berpengaruh dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan”.

### Kepuasan Konsumen

Menurut Kotler & Keller (2009) dalam Arya (2014), “Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesan terhadap kinerja atau hasil suatu produk dan harapan-harapannya”. Sedangkan menurut Rangkuti (2015), “Kepuasan Konsumen adalah respon atau reaksi terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan atau pemakaian”.

Kepuasan (Satisfaction) berasal dari bahasa latin yaitu satis yang berarti enough atau cukup dan facio yang berarti to do atau melakukan, sehingga kepuasan dapat diartikan sebagai upaya pemenuhan sesuatu atau membuat sesuatu memadai. Sebuah kepuasan juga bisa didefinisikan sebagai persepsi terhadap sesuatu yang telah memenuhi harapannya. Oleh karena itu, seseorang tidak akan puas apabila mempunyai persepsi bahwa harapannya belum terpenuhi. Menurut Fandy Tjiptono (2015:45), “Kepuasan Konsumen adalah tingkat perasaan konsumen setelah melakukan perbandingan antara apa yang dia terima dengan apa yang dia harapkan”.

### Indikator Kualitas Pelayanan

Ada lima jenis indikator dalam kualitas pelayanan atau servis menurut Lupiyoadi dan Hamdani (2011:182) dalam Jauhari (2014), yakni sebagai berikut:

#### a. Bukti Fisik (Tangible)

Suatu bentuk kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya terhadap konsumen atau pihak eksternal. Bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa adalah penampilan dan kemampuan sarana ataupun prasarana yang dimiliki oleh perusahaan serta keadaan lingkungan sekitarnya. Dalam hal ini perusahaan harus mampu secara nyata menunjukkan kelebihan mereka seperti fasilitas gedung perkantoran, layout ruangan, penampilan pegawainya dan penunjang lainnya.

#### b. Keandalan (Reliability)

Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara akurat dan terpercaya sesuai dengan yang dijanjikan. Hal ini dapat meliputi ketepatan melayani, tidak ceroboh, dan akurat. Kinerja yang diberikan oleh pemberi jasa harus sesuai dengan harapan pelanggan yang telah disepakati bersama, misalnya dalam memenuhi janji konsumen.

#### c. Daya Tanggap (Responsiveness)

Kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen. Misalnya menyampaikan informasi yang jelas kepada konsumen dan tidak membiarkannya menunggu sesuatu tanpa memberikan alasan yang jelas karena hal tersebut akan menimbulkan persepsi yang negatif terhadap kualitas pelayanan yang mereka terima.

#### d. Jaminan (Assurance)

Pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan dalam menumbuhkan rasa kepercayaan yang tinggi dan tidak ragu-ragu terhadap

perusahaan tersebut.

e. Empati (Empathy)

Kemampuan perusahaan memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi kepada para konsumen dengan harapan dapat mengetahui segala keinginan dan kebutuhan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang konsumen, memenuhi kebutuhan konsumen secara spesifik serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen.

### Indikator Kepuasan Konsumen

Ada lima yang menjadikan indikator untuk mengukur kepuasan dan ketidakpuasan peserta dalam mempersepsikan dan memberikan evaluasi terhadap produk jasa atau pelayanan yang diterima.

a. Kualitas Produk

Konsumen akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas Pelayanan

Terutama untuk industri jasa. Konsumen akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan.

c. Emosional

Konsumen akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial yang membuat konsumen menjadi puas terhadap merek tertentu.

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada konsumennya.

e. Biaya

Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

## 3. METODE PENELITIAN

### Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan jumlah anggota dari suatu himpunan yang ingin diketahui karakteristiknya berdasarkan inferensi atau generalisasi (Sugiyono, 2015). Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan

Perusahaan Daerah Air Minum PDAM Mual Na Tio Kabupaten Tapanuli Utara dalam 10 Kecamatan antara lain : Tarutung, Pangaribuan, Muara, Sarulla, Pagaran, Sipoholon, Sipahutar, Siborongborong, Garoga dan Simangumban sebanyak 12.368 orang. Teknik pengambilan sampel dilakukan dengan teknik Sampling Insidental. Menurut Sugiyono (2008 : 122), “Sampling Insidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data”. Menurut Sujarweni (2012) sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semuanya yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu sendiri. Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil digunakan rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{12.368}{1 + 12.368(0,1)^2}$$

$$n = 99,19$$

$$n = 99$$

maka, sampel dalam penelitian ini digenapkan menjadi 99 orang.

### Jenis dan Sumber Data

Adapun sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yaitu data yang diambil langsung dilapangan dengan menggunakan kuesioner bagi para responden dan wawancara untuk informan. Data primer adalah data yang bersumber dari hasil pengamatan (observasi) dengan beberapa konsumen PDAM Mual Na Tio Kab. Tapanuli Utara dan data sekunder adalah sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya lewat orang lain atau lewat dokumen.

Data yang terdapat dalam penelitian ini adalah sumber data primer dan sumber data sekunder.

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Analisa Koefisien Korelasi Sederhana

Perhitungan analisa korelasi dapat dilakukan dengan memperhatikan hasil kuesioner dari tiap variabel. Adapun output dari korelasi secara parsial atau secara

		Kualitas Pelayanan	Kepuasan Konsumen
Kualitas Pelayanan	Pearson Correlation	1	.638**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	99	99
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.638**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	99	99

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

terpisah dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22.0 dapat dijelaskan dalam bentuk tabel berikut ini :

**Tabel 4.32**  
**Analisa Koefisien Korelasi**

Berdasarkan tabel diatas, dapat kita bandingkan  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$  untuk pengambilan keputusan dimana  $r_{hitung}$  diperoleh sebesar 0,638. Kriteria pengambilan keputusan diambil dengan cara membandingkan nilai  $r_{hitung}$  dengan  $r_{tabel}$ , apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$  maka terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X dengan variabel Y, sebaliknya apabila  $r_{hitung} < r_{tabel}$  maka tidak terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X dengan variabel Y. Berdasarkan data diatas maka  $r_{hitung} (0,638) > r_{tabel} (0,166)$  maka, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan (X) dengan Kepuasan Konsumen (Y). Berdasarkan tabel 3.2 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi, maka koefisien yang ditemukan sebesar 0,638 termasuk kategori kuat. Jadi terdapat hubungan dengan tingkat kuat antara Kualitas Pelayanan (X) dengan Kepuasan konsumen (Y) di PDAM Mual Na Tio Kabupaten Tapanuli Utara.

Selanjutnya untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variable Kualitas Pelayanan (X) dengan Kepuasan Konsumen (Y) di PDAM Mual Na Tio Kabupaten Tapanuli Utara. digunakan uji koefisien determinasi dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22.0 sebagai berikut:

**Tabel 4.33. R Square**

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.638 <sup>a</sup>	.407	.400	3.483

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

R Square Tabel 4.33 sebesar 0,407. Hal ini menunjukkan bahwa 40,7% variabel Kualitas Pelayanan dalam penelitian ini dapat mempengaruhi variabel Kepuasan Konsumen sebesar 40,7%. Sedangkan sisanya sebesar 59,3% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dibahas pada penelitian ini.

**Uji Regresi Linear Sederhana**

Untuk mengetahui hubungan antara variabel X (Kualitas Pelayanan) dengan Variabel Y (Kepuasan Konsumen) Pada Perusahaan Air Minum PDAM Mual Natio Kabupaten Tapanuli Utara, maka perlu dihitung analisa regresi dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 22.0 sebagai berikut :

$$Y = a + b X$$

$$Y = 11,950 + 0,695 (X)$$

Nilai b sebesar 0,695 memberi arti bahwa setiap perubahan variabel independen (X) yaitu Kualitas Pelayanan akan diimbangi dengan perubahan variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan Konsumen. Karena nilai b positif (0,695), maka setiap penambahan Kualitas Pelayanan akan diimbangi dengan penambahan Kepuasan Konsumen pada Perusahaan Air Minum (PDAM) Tarutung. Jika variabel X (Kualitas Pelayanan) bertambah 1 maka variabel Y (Kepuasan Konsumen) akan bertambah sebesar 0,695.

**Tabel 4.34. Analisa Koefisien Regresi**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.950	3.699		3.230	.002
	Kualitas Pelayanan	.695	.085	.638	8.152	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

**Uji Signifikansi Koefisien Korelasi (Uji – t)**

Uji t digunakan untuk mengetahui sejauh mana signifikan pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Uji t dapat dihitung dengan rumus:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Kemudian nilai tersebut dibandingkan dengan  $df = (n-2)$  tabel kelemahan kesalahan 5 % dengan syarat pengujian hipotesis sebagai berikut:

a. Jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$  = terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) maka hipotesis diterima.

b. Jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$  = tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Kepuasan Konsumen (Y) maka hipotesis ditolak.

**Tabel 4.35. Hasil Uji – t**

		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.950	3.699		3.230	.002
	Kualitas Pelayanan	.695	.085	.638	8.152	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen

Berdasarkan tabel diatas diperoleh signifikansi korelasi variabel adalah sebesar 8,152. Kemudian nilai tersebut dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  dengan taraf kesalahan 5%  $df = n-2 = 97$ . Nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,984. Sesuai dengan syarat pengujian hipotesis bahwa  $t_{hitung} (8,152) > t_{tabel} (1,984)$  dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan dengan Kepuasan Konsumen (Y) di Perusahaan PDAM Mual Na Tio Kabupaten Tapanuli Utara , maka hipotesis penelitian diterima.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan pada Bab IV, maka diambil kesimpulan sebagai berikut :

a. Variabel bebas (X) yaitu Kualitas Pelayanan mempunyai hubungan yang positif dengan Variabel terikat (Y) yaitu Kepuasan Konsumen yang ditunjukkan oleh nilai korelasi positif sebesar 0,638. Yang artinya bahwa setiap peningkatan variabel Kualitas Pelayanan (X) akan meningkatkan variabel Kepuasan Konsumen (Y). Hubungan ini diterpretasikan dalam kategori kuat.

b. Hasil uji regresi menghasilkan :  $Y = 11,950 + 0,695 (X)$  , yang artinya bahwa nilai b adalah positif (0,695), maka

setiap penambahan Kualitas Pelayanan akan diimbangi dengan penambahan Kepuasan Konsumen pada Perusahaan Air Minum PDAM Mual Natio Tarutung. Jika variabel X (Kualitas Pelayanan) bertambah 1 maka variabel Y (Kepuasan Konsumen) akan bertambah sebesar 0,695.

c. R Square sebesar 0,407 atau 40,7% yang berarti bahwa variabel bebas yaitu Kualitas Pelayanan mampu menjelaskan variabel terikat yaitu Kepuasan Konsumen sebesar 40,7%. Selebihnya sebesar 59,3% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dibicarakan dalam penelitian ini

d. Signifikansi korelasi variabel adalah sebesar 8,152. Kemudian nilai tersebut dibandingkan dengan  $t_{tabel}$  dengan taraf kesalahan 5%  $df = n-2 = 97$ . Nilai  $t_{tabel}$  sebesar 1,984. Sesuai dengan syarat pengujian hipotesis bahwa  $t_{hitung} (8,152) > t_{tabel} (1,984)$  dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan (X) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan dengan Kepuasan Konsumen (Y) di Perusahaan air minum PDAM Mual Na Tio Kabupaten Tapanuli Utara.

## REFERENSI

- [1] Dutka, Alan. 2008. *AMA. Hand Book for Customer Satisfaction. NTC Business Book, Licolnwood, Illinois*
- [2] Fandy Tjiptono, 2006, *Manajemen Jasa, Yogyakarta : Andi. halaman 51 Gotes, Davis. Quality Management for Organizational Excellence. Pearson Education 2019*
- [3] Gilbert, G.R. et.al. 2004, *Measuring Customer Satisfaction in The Fast Food Industry: A cross-national Approach. The Journal of Services Marketing, halaman 18*
- [4] Hardiansyah. 2011. *Kualitas Pelayanan Publik. Yogyakarta : Gava media*
- [5] Khotimah (2013). *Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PDAM. Jurnal Manajemen*
- [6] Kotler, Philip. *Manajemen Pemasaran, Edisi Pertama, Jakarta : Erlangga, 2009.*
- [7] Lupiyoadi, Rambat, 2018, *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat*
- [8] Lupiyoadi, Rambat, dan A. Hamdani, 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Kedua. Jakarta : Salemba Empat*
- [9] Lupiyoadi, Rambat, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa. Teori dan Praktek, Penelitian Salemba Empati, Jakarta*
- [10] Panjaitan (2016). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada JNE*



- cabang Bandung : ALFABETA.*
- [11] *Rangkuti, Freddy. (2009). Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta : Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama*
  - [12] *Sugiarto (2017), Metode Penelitian Bisnis. Yogyakarta. Penerbit Andi*
  - [13] *Sujarweni, V.Wiratna. 2012. Statistika Untuk Penelitian : Graha Ilmu*
  - [14] *Tjiptono (2004:75). Total Quality Management. Edisi Rivisi. Yogyakarta. Andi.*
  - [15] *Utami, 2018, Pengaruh Gaya Kepemimpinan terhadap Kinerja Karyawan. Jakarta: Ghalia Indonesia.*
  - [16] *Wardani (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen pada Bisnis Jasa. PT. Gramedia Pustaka Utama*
  - [17] *Yamit, Zulian. (2004). Manajemen Kualitas Produk dan Jasa. Ekonesia, Yogyakarta.*