

ABSTRAK

M. Rhivaldy Adhietya F., 2007, Hubungan Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Tingkat Kepuasan Konsumen Pada Unit Usaha Penyediaan Dan Pengelolaan Air Bersih PT. Phalama Nusa Persada, di bawah bimbingan Allen Kristiawan, SE., MM.

Setiap perusahaan yang bergerak di bidang produk, baik berupa barang maupun jasa, harus dapat memberikan pelayanan yang berkualitas, sesuai dengan kebutuhan dan harapan konsumennya. Sehingga dengan kualitas pelayanan yang baik, diharapkan tercipta tingkat kepuasan konsumen yang baik pula.

Atas dasar uraian di atas, maka perlu diadakan penelitian untuk menganalisa hubungan dimensi kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Unit Usaha Penyediaan dan Pengelolaan Air Bersih PT. Phalama Nusa Persada. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan evaluasi bagi pihak perusahaan atas kinerja pelayanan yang diberikan untuk meningkatkan kepuasan konsumennya.

Penelitian ini dilakukan dengan metode deskriptif dan verifikatif. Tipe penelitian ini adalah penelitian kausalitas dan korelasional. Unit analisis penelitian ini adalah individual, yaitu para konsumen Unit Usaha Penyediaan dan Pengelolaan Air Bersih PT. Phalama Nusa Persada. *Time horizon* atau waktu pengumpulan data ini bersifat *cross sectional*.

Besarnya hubungan antara dimensi kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen pada Unit Usaha Penyediaan dan Pengelolaan Air Bersih PT. Phalama Nusa Persada, dihitung dengan menggunakan korelasi Pearson adalah sebesar 0,526. Berdasarkan kriteria Guilford, angka hubungan tersebut menunjukkan tingkat hubungan yang sedang/cukup erat. Sedangkan untuk koefisien determinasi, diperoleh nilai sebesar 27,67% yang juga menunjukkan besarnya kontribusi dari kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen. Sedangkan sisanya sebesar 72,33% tingkat kepuasan konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor lain seperti kualitas air, debit air, harga dan lain sebagainya.

Berdasarkan analisis statistik (uji t-student), nilai t_{hitung} sebesar 7,823 lebih besar daripada nilai t_{tabel} ($\alpha=5\%$, $n=162$) yaitu 1,975. Sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya adalah bahwa terdapat hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen

DAFTAR ISI

ABSTRAK		i
KATA PENGANTAR		ii
DAFTAR ISI		v
DAFTAR TABEL		viii
DAFTAR GAMBAR		x
DAFTAR LAMPIRAN		xi
BAB I	PENDAHULUAN	
1.1	Latar Belakang Penelitian	1
1.2	Identifikasi Masalah	4
1.3	Maksud dan Tujuan Penelitian	4
1.4	Kegunaan Penelitian	5
1.5	Kerangka Pemikiran	5
1.6	Sistematika Penulisan	10
BAB II	TINJAUAN PUSTAKA	
2.1	Kualitas Pelayanan	12
2.1.1	Definisi Kualitas	12
2.1.2	Definisi Kualitas Pelayanan	13
2.2	Kualitas Jasa	15
2.2.1	Prinsip-Prinsip Kualitas Jasa	15
2.2.2	Dimensi Kualitas Jasa	16
2.3	Kepuasan Konsumen	18
2.3.1	Definisi Kepuasan	18
2.3.2	Teknik Mengukur Kepuasan Pelanggan	20
2.3.3	Strategi Kepuasan Pelanggan	22
2.4	Jasa	25
2.4.1	Definisi Jasa	25
2.4.2	Bauran Pemasaran Jasa	26
2.4.3	Karakteristik Jasa	29
2.4.4	Klasifikasi Jasa	30
2.4.5	Kategori Bauran Jasa	33
2.4.6	Aspek Sukses Industri Jasa	34
2.5	Hubungan antara Kualitas Pelayanan dengan Kepuasan Konsumen	36
2.6	Hipotesis Penelitian	37

BAB III	OBJEK DAN METODE PENELITIAN	
3.1	Objek Penelitian	38
3.2	Metode Penelitian	38
3.2.1	Definisi Operasional Variabel	39
3.2.2	Metode Penentuan Sampel	43
3.2.3	Teknik Pengumpulan Data	44
3.2.4	Analisis Data	45
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1	Hasil Penelitian	50
4.1.1	Sejarah Singkat PT. Phalama Nusa Persada	50
4.1.2	Struktur Organisasi PT. Phalama Nusa Persada	50
4.1.3	Uraian Jabatan	53
4.1.3.1	Uraian Jabatan pada Struktur Organisasi PT. Phalama Nusa Persada	53
4.1.3.2	Uraian Jabatan pada Struktur Organisasi Unit Usaha Penyediaan dan Pengelolaan Air Bersih PT. Phalama Nusa Persada	54
4.1.4	Profil Konsumen	56
a.	Profil Konsumen berdasarkan Jenis Kelamin	56
b.	Profil Konsumen berdasarkan Usia	56
c.	Profil Konsumen berdasarkan Pekerjaan	57
d.	Profil Konsumen berdasarkan Pendapatan per Bulan	58
4.2	Pembahasan	58
4.2.1	Kinerja yang Diterima Responden dan Harapan Responden terhadap Kualitas Pelayanan Unit Usaha Penyediaan dan Pengelolaan Air Bersih PT. Phalama Nusa Persada	58
4.2.1.1	Keandalan	59
4.2.1.2	Daya Tanggap	62
4.2.1.3	Keyakinan	66
4.2.1.4	Empati	69
4.2.1.5	Berwujud	73

4.2.2	Kualitas Pelayanan Unit Usaha Penyediaan dan Pengelolaan Air Bersih PT. Phalama Nusa Persada	76
4.2.2.1	Dimensi <i>Reliability</i>	77
4.2.2.2	Dimensi <i>Responsiveness</i>	78
4.2.2.3	Dimensi <i>Assurance</i>	79
4.2.2.4	Dimensi <i>Empathy</i>	81
4.2.2.5	Dimensi <i>Tangible</i>	82
4.2.3	Kepuasan Konsumen	84
4.2.3.1	Kesesuaian antara Kinerja dan Harapan	84
4.2.3.2	Kepuasan Konsumen terhadap Pelayanan Petugas	85
4.2.3.3	Keputusan yang Tepat untuk Menjadi Konsumen	86
4.3	Uji Validitas dan Reliabilitas	87
4.3.1	Pengujian Item pada Variabel Bebas (X)	88
4.3.2	Pengujian Item pada Variabel Terikat (Y)	91
4.4	Pengujian Hipotesis Penelitian	92
4.4.1	Hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen	92
4.4.1.1	Hipotesis	92
4.4.1.2	Perhitungan Nilai Koefisien Korelasi	93
4.4.1.3	Uji Hipotesis	93
4.4.1.4	Koefisien Determinasi	95
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1	Kesimpulan	97
5.2	Keterbatasan Penelitian	99
5.3	Saran	100
5.4	Future Research	101
	DAFTAR PUSTAKA	102

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Operasional variabel	41
Tabel 3.2	Jumlah Konsumen pengguna Fasilitas Air Bersih Yang disediakan Unit P2AB tahun 2003-2007	43
Tabel 3.3	Tingkat Keeratan Hubungan Korelasi	47
Tabel 4.1	Profil Konsumen berdasarkan Jenis Kelamin	56
Tabel 4.2	Profil Konsumen berdasarkan Usia	56
Tabel 4.3	Profil Konsumen berdasarkan Pekerjaan	57
Tabel 4.4	Profil Konsumen berdasarkan Pendapatan per Bulan	58
Tabel 4.5	Ketepatan Petugas dalam Melakukan Pengukuran Meteran	59
Tabel 4.6	Ketepatan Petugas dalam Menanggapi Keluhan Konsumen	60
Tabel 4.7	Ketepatan Petugas dalam Memperbaiki Kerusakan	61
Tabel 4.8	Ketanggapan Petugas dalam Melayani Konsumen	63
Tabel 4.9	Kesigapan Petugas dalam Melayani Konsumen	64
Tabel 4.10	Kecepatan Petugas dalam Menanggapi dan Menyelesaikan Keluhan Konsumen	65
Tabel 4.11	Kepercayaan Responden mengenai Kualitas Air Bersih yang Disediakan	66
Tabel 4.12	Kepercayaan Responden mengenai Pengelolaan Air Bersih oleh Unit Usaha	67
Tabel 4.13	Jaminan mengenai Waktu Penyelesaian Keluhan Konsumen oleh Petugas	68
Tabel 4.14	Kepedulian Petugas dalam Perbaikan Kerusakan Fasilitas Air Bersih	70
Tabel 4.15	Kemudahan Memperoleh Informasi yang Dibutuhkan	71
Tabel 4.16	Kepedulian Petugas dalam Menanggapi Keluhan Konsumen	72
Tabel 4.17	Mutu dan Kualitas Air Bersih yang Disediakan	73
Tabel 4.18	Kondisi Sarana Pendukung Fasilitas Air Bersih	74
Tabel 4.19	Kondisi Instalasi Jaringan Fasilitas Air Bersih	75
Tabel 4.20	Kesesuaian Antara Harapan dengan Kinerja dari Unit Usaha	84
Tabel 4.21	Kepuasan Konsumen Terhadap Pelayanan Petugas	85
Tabel 4.22	Keputusan yang Tepat untuk Menjadi Pelanggan	86
Tabel 4.23	Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (Harapan)	88
Tabel 4.24	Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (Harapan)	89
Tabel 4.25	Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (Kinerja)	90

Tabel 4.26	Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (Kinerja)	90
Tabel 4.27	Validitas Variabel Kepuasan Konsumen	91
Tabel 4.28	Reliabilitas Variabel Kepuasan Konsumen	92
Tabel 4.29	Nilai Koefisien Korelasi	93

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Skema Kerangka Pemikiran	9
Gambar 2.1	Konsep Kepuasan Konsumen	19
Gambar 2.2	Diagram Segitiga Pemasaran Jasa	35
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT. Phalama Nusa Persada	51
Gambar 4.2	Struktur Organisasi Unit Usaha Penyediaan dan Pengelolaan Air Bersih PT. Phalama Nusa Persada	52
Gambar 4.3	Kriteria Penolakan H_0	94

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Data Ordinal Jawaban Kuesioner
3. Profil Responden
4. Validitas dan Reliabilitas
5. Surat Keterangan Perusahaan
6. Berita Acara Bimbingan
7. Surat Pernyataan
8. Riwayat Hidup