

**ANALISIS KUALITAS LAYANAN DI PDAM TIRTA BINANGUN
KULON PROGO YOGYAKARTA**

SKRIPSI



Ditulis oleh :

Nama : Dhesi Juwita Hati

NIM : 08311096

Jurusan : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2012

ANALISIS KUALITAS LAYANAN DI PDAM TIRTA BINANGUN

KULON PROGO YOGYAKARTA

SKRIPSI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi syarat ujian akhir guna memperoleh gelar Sarjana Strata-1 di Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia



Oleh

Nama : Dhesi Juwita Hati

Nomor Mahasiswa : 08311096

Program Studi : Manajemen

Bidang Konsentrasi : Operasional

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2012

PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan orang lain untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi. Apabila kemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman / sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku.”

Yogyakarta, Januari 2012

Penulis,

METERAI
TEMPEL

PAJAK MENBANGUN NEGARA
TOL

1EDB0AAF891388483

ENAM RIBU RUPIAH

6000

DJP

Dhesi Juwita Hati

Analisis Kualitas Layanan di PDAM Tirta Binangun

Kulon Progo Yogyakarta

Analisis Kualitas Layanan di PDAM Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

Nama : Dhesi Juwita Hati
NIM : 08311096
Jurusan : Manajemen
Bidang Konsentrasi : Operasional

Yogyakarta, 13 Januari 2012

Telah disetujui dan disahkan oleh

Acc
utk diujikan
Nursya'bani P.

Dosen Pembimbing,

البعثة الإسلامية العالمية
بجامعة دار العلوم والأندلس

Nursya'bani Purnama,,S.E., M.Si.

Prof. Dr. Haidir Kachima, MBA

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

**Analisis Kualitas Layanan di PDAM Tirta Binangun Kulon Progo
Yogyakarta**



**Disusun Oleh: DHESI JUWITA HATI
Nomor Mahasiswa: 08311096**

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan **LULUS**
Pada tanggal : 16 Februari 2012

Penguji/Pemb. Skripsi : Drs. Nursya'bani Purnama, M.Si
Penguji : Dra. Siti Nursyamsiah, MM

البعث الاسلامي
الاستاذة

Mengetahui
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Islam Indonesia

Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA

MOTTO :

*Sesungguhnya orang-orang yang beriman dan berkarya baik, mereka itu
adalah sebaik-baiknya makhluk*

(Al Barriyyah : 7)

*Langkah awal yang sangat diperlukan untuk mendapatkan apa yang
kita inginkan dalam hidup ini, adalah
memutuskan apa yang kita inginkan*

(Ben Stein)

PERSEMBAHAN

Seringkali hanya kata yang berbicara tanpa wujud....

namun kali ini, semoga semuanya telah nyata....

Sebagai tanda cinta kasih dan baktiku....

Kupersembahkan karya tulis sederhana ini untuk,....

Kedua orang tuaku yang senantiasa mendoakan, memberi segala dukungan, doa dan cintanya

Kakak dan adikku tercinta, terima kasih atas doa, dukungan dan cintanya

Calon pendamping hidupku Fariz Wahyu Prigandana yang selalu sabar menemaniku dan memberi motivasi serta dorongan buatku

ABSTRAKSI

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kualitas Layanan di PDAM Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari variable keandalan, daya tanggap, empathy, jaminan.

Populasi penelitian ini adalah populasi seluruh pelanggan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta. Sampel penelitian ditentukan dengan metode persentase yaitu sebanyak 96 orang lalu dibulatkan menjadi 98 orang. Data diperoleh dengan metode kuesioner yang diberikan kepada pelanggan. Pengujian validitas dilakukan dengan metode korelasi yaitu dengan melihat nilai signifikansinya (probabilitas statistik) pada item korelasi yang menyatakan hubungan antara skor pertanyaan dengan skor total. Maka dilakukan analisis korelasi antara skor pertanyaan dengan skor total. Apabila nilai probabilitas statistik $< level\ of\ significant\ 5\% = 0,05$, maka dapat dinyatakan item tersebut valid. Selanjutnya kuisisioner tersebut akan digunakan dalam penelitian. Untuk mengujian reliabilitas dilakukan dengan tehnik *cronbach alpha*. Suatu instrumen penelitian dinyatakan reliabel apabila nilai $r_{alpha} > 0,60$.

Berdasarkan analisis deskripsi bahwa kebanyakan responden menilai *tangible* dari kinerja dan harapan kualitas layanan di PDAM Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta, Baik (3.83) dan Tinggi dan (4.14). kebanyakan responden menilai *reliability* dari kinerja dan harapan kualitas layanan di PDAM Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta, Baik (4.03) dan Tinggi dan (4.13). kebanyakan responden menilai *responsiveness* dari kinerja dan harapan kualitas layanan di PDAM Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta, Baik (4.01) dan Tinggi dan (4.28). kebanyakan responden menilai *assurance* dari kinerja dan harapan kualitas layanan di PDAM Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta, Baik (3.84) dan Tinggi dan (4.09). kebanyakan responden menilai *emphaty* dari kinerja dan harapan kualitas layanan di PDAM Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta, Baik (3.94) dan Tinggi dan (3.95).

Berdasarkan analisis kepuasan konsumen menunjukkan bahwa konsumen belum merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PDAM Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai rata-rata gap secara total yaitu sebesar 94,9%, nilainya masih dibawah 100%, yang menunjukkan bahwa kinerja pada PDAM Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta belum sesuai dengan harapan konsumen.

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Segala puji syukur dipanjatkan kehadirat Allah SWT pemilik dari seluruh ilmu pengetahuan dan penguasa alam serta isinya, shalawat dan salam bagi nabi besar junjungan kita Muhammad SAW beserta sahabat-sahabat beliau atas rahmat dan kebesaran-Nya, akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Kualitas Layanan di PDAM Tirta Binangung Kulon Progo Yogyakarta”.

Skripsi ini disusun dan diajukan sebagai salah satu persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana (S1) Ekonomi, khususnya pada Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta.

Banyak pihak yang dengan tulus membantu, baik moril atau secara langsung dan tidak langsung terlibat, memberi saran maupun kritik mulai dari ide sampai penulisan skripsi ini. Oleh karena itu pada kesempatan ini dengan hati yang tulus dan sudah sepiantasnya penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada :

1. Papa Sugiharto, dan Mama Lianita Irawati, yang kucintai dan kusayangi, terima kasih atas kesabaran, keikhlasan, dan doanya kepada penulis.
2. Bapak Prof. Dr. Edy Suwandy Hamid, M.Sc selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.

3. Bapak Prof. Dr. Hadri Kusuma, MBA selaku Dekan Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan ijin kepada penulis menyusun skripsi.
4. Bapak Dr. D. Agus Hardjito, M.si. selaku Ketua Program Studi Manajemen.
5. Bapak Nursya'bani Purnama,,S.E.,M.Si. selaku dosen pembimbing skripsi yang telah banyak meluangkan waktu ditengah-tengah kesibukannya, untuk membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh staff karyawan serta Direktur PDAM Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta, yang telah membantu dan membimbing penulis dalam melakukan penelitian ini.
7. Kakak – adikku (Shita Kumala Dewi dan Dafitri Azis Anoga) yang selalu memberikan kasih sayang, do'a, serta kritikan – kritikan membangun bagi penulis.
8. Calon pendamping hidupku Fariz Wahyu Prigandana, yang selalu sabar menemaniku, mengajarku dan memberi motivasi serta dorongan buatku. Thank's for you're spirit and pray's everyday.
9. Teman-temanku "Kepompong" (terima kasih atas keikhlasannya dalam membantu aku), Jul, Arumy, ira, tika dan filia. Yang banyak membantu aku semasa kuliah. Kalian semua akan terus menjadi sahabatku selamanya.amin.
10. Teman – temanku Bondan, Deaz, Upik, Fuad, Budi, Kova, Sigit, Feri, Lusi, mb Arum, Rangga, Gondes, Andika, Ratih, Daryani, dan semua teman-temanku, terima kasih kalian sudah bantu aku semasa kuliah.
11. Pelanggan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta terima kasih untuk bantuan dan dukungannya.

12. Dan semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa skripsi ini masih banyak kekurangan dikarenakan keterbatasan kemampuan maka dengan rendah hati dan tangan terbuka penulis mengharapkan saran dan masukan yang bersifat membangun. Akhirnya penulis berharap, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat serta menambah khasanah ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang ekonomi.



Yogyakarta, Januari, 2012

Penulis

(Dhesi Juwita Hati)

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIARISME	iii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	iv
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI	v
HALAMAN MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
HALAMAN ABSTRAKSI	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI	xii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar belakang Masalah	1
1.2. Perumusan Masalah	5
1.3. Batasan Masalah	5

1.4.	Tujuan Penelitian	6
1.5.	Manfaat Penelitian	6
BAB II	KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI	7
2.1.	Hasil Penelitian Terdahulu	7
2.2.	Konsep Dan Landasan Teori	9
2.2.1.	Kualitas	9
2.2.2.	Jasa Pelayanan	12
2.2.3.	Kualitas Jasa Pelayanan	13
2.2.4.	Tingkat Harapan Konsumen Terhadap Kualitas	14
2.2.5.	Determinan Harapan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan...15	
2.2.6.	Instrumen <i>SERVQUAL</i>	17
2.2.7.	Model Kualitas Jasa Pelayanan	20
2.2.8.	Kerangka Teoritis.....	21
BAB III	METODE PENELITIAN	23
3.1.	Metode Penelitian	23
3.1.1.	Lokasi Penelitian	23
3.1.2.	Populasi dan Sampel	23
3.1.2.1.	Populasi	23
3.1.2.2.	Sampel	24

	3.1.3. Variabel Penelitian	25
	3.1.4. Devinisi Operasional	26
	3.1.5. Jenis dan Sumber Data	26
	3.1.6. Metode Pengumpulan Data	27
	3.1.7. Uji Validitas dan Reliabilitas	28
	3.1.8. Alat Analisis	30
BAB IV	ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	34
	4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas	34
	4.2. Alat Analisis	38
	4.2.1. Analisis Deskriptif	38
	4.2.2. Analisis Arithmetic Mean	44
	4.2.3. Analisis <i>SERVQUAL</i>	46
	4.2.3.1. Analisis Diagram Kartesius Per Atribut	53
	4.3. Implikasi Strategi Bagi Perusahaan Kedepan	60
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN	63
	5.1. Kesimpulan	63

5.2. Saran 64

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Halaman	
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas	35
Tabel 4.2. Hasil Pengujian Reliabilitas	37
Tabel 4.3. Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur	38
Tabel 4.4. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	40
Tabel 4.5. Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendapatan.....	41
Tabel 4.6. Lama Berlangganan.....	43
Tabel 4.7. Kriteria Penilaian Kinerja dan Harapan	44
Table 4.8. Rata-rata Presepsi Pelanggan.....	45
Table 4.9. Analisis <i>SERVQUAL</i>	48

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1. Diagram Kartesius	19
Gambar 2.2. Kerangka Teoritis Penelitian	22
Gambar 3.1. Diagram Cartesius	32
Gambar 4.1. Diagram Kartesius kualitas pelayanan.....	55



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. LATAR BELAKANG MASALAH

Air merupakan bahan esensial bagi hidup organisme, oleh karena itu air selalu berhubungan dengan makhluk hidup. Sejarah kehidupan manusia menunjukkan senantiasa mencari tempat tinggal dekat air supaya mudah mengambil air untuk keperluan hidupnya. Sesudah manusia menjadi maju, tempat tinggalnya tidak perlu dekat dengan sumber mata air, air dapat di ambil dari tanah atau dari sumber air yang di salurkan dengan pipa dan didistribusikan.

Didalam tata kehidupan masyarakat, air memegang banyak peranan untuk kebersihan kota dan desa, untuk irigasi dan menyiram tanaman, untuk menyejukkan udara, untuk keperluan industri, dan lain-lainnya. Keluarga sederhana memerlukan air rata-rata sekitar 90 liter air tiap hari untuk mandi, mencuci, menyiram bunga, masak-memasak, dan untuk kebutuhan hidupnya sendiri. (H.Ruslan Prawiro,1983:65)

Pada musim kemarau permintaan air bersih demikian meningkat di kota-kota besar maupun di pedesaan yang mengalami kesulitan untuk mendapat air bersih. Dengan bertambahnya jumlah penduduk juga mempengaruhi peningkatan permintaan air bersih, karena sulitnya mendapatkan air atau terbatasnya sumber air di daerah itu akibatnya tingkat pemenuhan kebutuhan air bersih untuk penduduk kurang bisa dipenuhi.

Sebagaimana tercantum di dalam pasal 33 ayat 3 UUD 1945 yang berbunyi :
“Bumi dan air serta kekayaan yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh Negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya bagi kemakmuran rakyat”. Oleh karena itu di Indonesia permasalahan mengenai air dikelola oleh Perusahaan Daerah Air Minum diberi wewenang penuh oleh Negara untuk mengelola sumber daya air disuatu daerah untuk di konsumsi kepada masyarakat secara adil dan merata.

Harapan kepada PDAM agar perusahaan tersebut menerapkan pelayanan yang baik, secara benar, efektif, dan efisien sehingga dapat memenuhi masyarakat akan air bersih. Mengingat banyaknya permintaan konsumen akan air maka sehubungan dengan itu PDAM harus mengetahui siapa konsumen dan bagaimana perilakunya. Perusahaan Daerah Air Minum merupakan perusahaan dibidang pelayanan air bersih kepada masyarakat. Air bersih merupakan salah satu kebutuhan pokok yang vital bagi masyarakat.

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) berusaha meningkatkan jumlah pelanggan dengan memilih strategi operasi terbaik untuk dapat memuaskan konsumennya. PDAM mengetahui faktor-faktor yang dapat memuaskan kosumennya. Faktor-faktor tersebut meliputi letak kantor PDAM yang strategis karena dekat dengan jalan raya , PDAM menyediakan tempat parkir yang cukup luas, cara pendistribusian air lancar, meningkatkan pelayanan dengan menambah sarana dan prasarana pelayanan (pompa, mesin disel, bak kaporit, komputer), ruang antrian yang nyaman.

Berbicara mengenai kepuasan konsumen, konsumen akan berhubungan dengan kualitas pelayanan (*Service Quality*). Kualitas pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi para konsumen atas layanan yang nyata-nyata mereka terima

atau peroleh dengan layanana yang sesungguhnya mereka harapkan / inginkan. (Fitzsimmon & Fitzsimon, 1994,p.189, Parasuraman et.al, 1998, p.16). jika kenyataan lebih dari yang diharapkan, maka layanan dapat dikatakan tidak bermutu. Sedangkan jika kenyataan kurang dari yang diharapkan maka layanan dapat dikatakan tidak bermutu, apabila kenyataan sama seperti yang diharapkan maka layanan disebut memuaskan. Dengan demikian singkat kata *Service quality* dapat didefinisikan sebagai seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dengan harapan para konsumen atas layanan yang mereka terima atau peroleh. (Parasuraman et.al, 1988,h.17.dalam Budi w.soetjipto,1997,p.18).

Untuk itu mutu pelayanan jasa yang baik memegang peranan yang sangat penting dalam memenangkan persaingan pasar. Selain itu pelayanan yang diberikan untuk produk tersebut harus dapat menyakinkan konsumen agar supaya mereka lebih puas akan pelayanan produk tersebut.

Kualitas pelayanan ini merupakan dimensi yang sangat penting untuk dapat bertahan, bersaing dan menguasai pasar dalam industri seperti ini. Pemberian atau pelayanan jasa oleh perusahaan dapat mengalami kegagalan dalam memberika kepuasan kepada konsumen apabila perusahaan tidak mengetahui bentuk pelayanan sebenarnya yang diinginkan oleh konsumen.

Konsumen memang harus dipuaskan, sebab jika mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan mencoba untuk mencari layanan dan produk yang berkualitas pada perusahaan lain.

Terciptanya kepuasan para pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya :

- Hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis
- Pelanggan semakin percaya pada kualitas perusahaan
- Terciptanya loyalitas pelanggan serta terbentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan

Total *quality service* atau pelayanan mutu terpadu adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan kualitas kepada orang yang berkepentingan dengan pelanggan (stakeholders) yaitu pelanggan, pegawai, dan pemilik pelayanan terpadu memiliki 4 elemen penting yang saling berkaitan (Albrecht, 1992 dalam Budi W, Soetjipto), yaitu :

- Market and Costumer
- Strategi formulation
- Education, Training and Communication
- Assement, Measurement and Feedback

Berdasarkan hal tersebut diatas, penulis tertarik meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PDAM Tirta Binangun Kulon Progo. Sejalan dengan itu maka penulis akan mencoba untuk melakukan penelitian dengan judul **“ANALISIS KUALITAS LAYANAN DI PDAM TIRTA BINANGUN KULON PROGO YOGYAKARTA”**.

1.2. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah maka yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta.

1.3. BATASAN MASALAH

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian dilakukan di kantor Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta.
2. Penelitian dilakukan terhadap para pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta.
3. Penelitian kualitas pelayanan di nilai berdasarkan 5 dimensi yaitu :
 - a. Tangible, memperlihatkan fasilitas fisik, peralatan, karyawan & bahan-bahan.
 - b. Reliability, kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan-pelayanan yang di janjikan dengan tepat dan dapat di andalkan.
 - c. Responsiveness, kesediaan untuk membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat.
 - d. Assurance, pengetahuan dan sopan santun para karyawan dan kemampuan mereka untuk membangkitkan rasa kepercayaan dan asa percaya pelanggan.

- e. Empathy, rasa peduli, perhatian secara pribadi yang diberikan pada pelanggan.

1.4. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta.

1.5. MANFAAT PENELITIAN

1. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan masukan dan evaluasi terhadap kualitas pelayanan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta, untuk mengambil tindakan guna memperbaiki meningkatkan dan mengembangkan kualitas pelayanan.

2. Bagi Pihak Lain

Hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai tambahan pengetahuan ataupun referensi sekaligus bahan pertimbangan dan masukan untuk penelitian sejenis dimasa yang akan datang.

3. Bagi Penulis

Melalui penelitian ini penulis dapat menambah dan memperluas pengetahuan dalam masalah kualitas layanan di PDAM Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI

2.1. PENELITIAN TERDAHULU

1. M. Andi Setijo Nugroho (2004), melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Wajib Pajak (Studi Pada Obyek Pajak Penghasilan di Kantor Pelayanan Pajak Yogyakarta Satu)” Hasil penelitian menunjukkan bahwa:
 - a. Berdasarkan analisis deskriptif dapat disimpulkan bahwa variable *reliability*, *responsiveness* dan *assurance* mendapatkan penilaian dengan kategori baik. Sementara variable *empathy* dan *tangibility* mendapatkan penilaian dengan kategori cukup baik.
 - b. Dari analisis regresi dan pengujian pengaruh dimensi kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan masyarakat, variabel independen *reliability*, *responsibility*, *assurance*, *empathy* dan *tangibility* secara simultan mampu mempengaruhi kepuasan masyarakat.
 - c. *Variabel Tangibility* mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan masyarakat PDAM di lingkungan kantor PDAM Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta.

Dari hasil penelitian di atas dapat dilihat bahwa dimensi kualitas layanan diperhatikan oleh konsumen perusahaan jasa. Secara umum terdapat lima dimensi kualitas layanan yang dinilai mempengaruhi kepuasan yaitu *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*. Namun demikian hasil penelitian diatas menunjukkan bahwa jenis perusahaan jasa yang berbeda memiliki perbedaan dalam

intensitas kualitas layanan yang diperlukan. Dari gambaran tersebut dapat diambil intisari yang menunjukkan bahwa betapa pentingnya kualitas layanan bagi konsumen.

2. Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985) dalam penelitiannya memaparkan kualitas pelayanan dan faktor-faktor yang menentukannya dengan mendefinisikan kualitas pelayanan derajat ketidakcocokan antara harapan pelanggan pada jasa pelayanan dan persepsi pelanggan pada kinerja pelayanan yang diterima, selain itu Parasuraman, Zeithaml dan Berry (1985) juga memaparkan sekumpulan atribut pelayanan yang dapat digunakan pelanggan sebagai kriteria dalam menilai kinerja pelayanan. Riset tersebut menghasilkan *SERVQUAL*, yaitu skala yang terdiri dari 11 item untuk mengukur kualitas pelayanan yang mencakup dalam lima dimensi yaitu *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles*.
3. Novianita, Wahyu (2005), melakukan penelitian tentang Analisis kepuasan pelanggan pada PDAM Salatiga. Tujuan penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan tingkat kepuasan secara keseluruhan yang dirasakan setelah menjadi pelanggan PDAM Salatiga. Selain itu juga tujuannya menjelaskan ada tidaknya perbedaan tingkat kepuasan atau ketidakpuasan yang dirasakan pelanggan didalam menggunakan produk PDAM berdasarkan karakteristik konsumen.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Wahyu Novianita adalah konsumen kurang puas dengan kinerja PDAM Salatiga. Berdasarkan pada semua atribut dapat dilihat

adanya perbedaan yang signifikan antara harapan pelanggan dan kinerja PDAM Salatiga.

Penelitian ini mempunyai kesamaan dengan penulis, yaitu obyek penelitian dan indikator penelitian. Sedangkan perbedaannya terletak pada alat analisisnya, yaitu wahyu novianita menggunakan alat analisis uji Jenjang bertanda wilkoxon, sedangkan penulis menggunakan metode *SERVQUAL*.

2.2. KONSEP DAN LANDASAN TEORI

2.2.1. Kualitas

a. Definisi kualitas

Goetsh dan Davis (dalam Tjiptono, 2000) merumuskan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan W. Edwards Deming (dalam Yamit, 2002). Definisi kualitas adalah apapun yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen, sedangkan Philip B. Crosby mempersepsikan kualitas sebagai nihil cacat, kesempurnaan dan kesesuaian terhadap persyaratan. Selanjutnya Edvardsson, et al., (dalam Tjiptono: 2000) menyebutkan bahwa kualitas lebih menekankan aspek kepuasan pelanggan dan pendapatan.

b. Kualitas Jasa

Kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Wyckof dalam

Lovelock, 1985). Mencermati definisi diatas maka ada dua faktor yang mempengaruhi kualitas jasa, yaitu: *expected service* dan *perceived service* (Parasuraman, et al., 1985).

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan harapan maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal, sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan buruk. Dengan demikian baik atau tidaknya kualitas jasa sangat tergantung kepada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten dan berkesinambungan (*sustainable*).

Tingkat kualitas layanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang organisasi, akan tetapi harus dipandang dari jendela pelanggan. Oleh karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, organisasi harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya.

c. Dimensi Kualitas Jasa

Beberapa dimensi atau atribut yang harus diperhatikan dalam perbaikan kualitas jasa adalah (Gaspersz: 2002):

1. Ketepatan waktu pelayanan
2. Akurasi pelayanan
3. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan
4. Tanggung jawab
5. Kelengkapan
6. Kemudahan mendapatkan pelayanan

7. Variasi model pelayanan
8. Pelayanan pribadi
9. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan
10. Atribut pendukung pelayanan lainnya.

Berdasar kepada perspektif kualitas, menurut Zeithaml, Berry dan Parasuratman dalam (Yamit, 2002), terdapat 5 dimensi karakteristik jasa dalam mengevaluasi kualitas pelayanan yaitu:

1. *Tangibles* (bukti langsung/wujud fisik)
Yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
2. *Reliability* (kehandalan)
Yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera, akurat dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.
3. *Responsiveness* (daya tanggap/ketanggapan)
Yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
4. *Assurance* (jaminan)
Yaitu mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keragu-raguan.
5. *Empathy*
Yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan kebutuhan para pelanggan.

2.2.2. Jasa Pelayanan

Jasa pelayanan boleh jadi didefinisikan lebih baik dalam waktu tertentu tetapi tidak cocok pada waktu yang lain. Secara formal sering dijumpai pengertian pekerjaan jasa adalah pekerjaan diluar bidang pertanian dan pabrik seperti pekerjaan dibidang hotel, restoran dan toko reparasi; hiburan seperti bioskop, taman hiburan, fasilitas perawatan kesehatan seperti rumah sakit dan jasa dokter, jasa professional seperti konsultan hukum, akuntan, pendidikan; keuangan, asuransi dan real estate; pedagang besar dan pedagang pengecer; jasa transportasi dan lain sebagainya. Kualitas pelayanan merupakan salah satu hal penting yang harus diperhatikan oleh para manajer (perusahaan). Apalagi dengan adanya era globalisasi yang membawa kepada persaingan yang semakin ketat, kemajuan teknologi dan konsumen yang semakin kritis menuntut perusahaan untuk memperhatikan kualitas produk disamping kepuasan.

Dalam usaha untuk meningkatkan kualitas, perusahaan juga harus meningkatkan komitmen, dan kesadaran serta kemampuan para karyawan dan staf, terutama mereka yang berhubungan langsung dengan konsumen. Karena meskipun system dan tehnik kualitas sudah benar, tetapi jika orang yang melaksanakan dan alat-alat yang digunakan tidak dengan cara yang benar.

Gronroos (1983) mengemukakan konsep kualitas pada jasa pelayanan, yaitu kualitas tehnik dan kualitas fungsional. Kualitas tehnik adalah apa yang konsumen dapatkan, sedangkan kualitas fungsional mengacu pada bagaimana mereka menerima jasa pelayanan.

2.2.3. Kualitas Jasa Pelayanan

Bagian yang paling rumit dari pelayanan adalah kualitasnya yang sangat dipengaruhi oleh harapan konsumen. Harapan konsumen dapat bervariasi dari konsumen satu dengan konsumen lain walaupun pelayanan yang diberikan konsisten. Kualitas mungkin dapat dilihat sebagai kelemahan kalau konsumen mempunyai harapan yang terlalu tinggi, walaupun dengan suatu pelayanan yang baik.

Olsen dan Wyckoff, 1978 melakukan pengamatan atas jasa pelayanan dan mendefinisikan jasa pelayanan adalah sekelompok manfaat yang berdaya guna baik secara eksplisit maupun implisit atas kemudahan untuk mendapatkan barang maupun jasa pelayanan.

Menurut Rangkuti (2002, hal. 26) jasa merupakan pemberian suatu kinerja atau tindakan tak kasat mata dari satu pihak kepada pihak lain. Pada umumnya jasa di produksi dan di konsumsi secara bersamaan, dimana interaksi antara pemberi jasa dan penerima jasa mempengaruhi hasil jasa tersebut. Berdasarkan hal tersebut, maka kualitas jasa dapat didefinisikan sebagai penyampaian jasa yang akan melebihi tingkat pelanggan (Rangkuti, 2002, hal. 28).

Menurut Rangkuti (2002,hal. 21) kualitas jasa dipengaruhi oleh dan variabel yaitu jasa yang dirasakan (*perceive service*) dan jasa yang diharapkan (*expected service*). Bila jasa yang dirasakan lebih kecil daripada yang diharapkan, para pelanggan jadi tidak tertarik pada penyedia jasa yang bersangkutan. sedangkan bila yang terjadi adalah sebaliknya (*perceived* lebih besar daripada *expected*) ada kemungkinan para pelanggan akan menggunakan penyedia jasa itu lagi.

Salah satu cara agar penjualan jasa suatu perusahaan lebih unggul dibandingkan para pesaingnya adalah dengan memberikan pelayanan yang berkualitas yaitu dapat memenuhi kepentingan konsumen (Rangkuti, 2002,hal.17). Apabila jasa yang diterima konsumen berada jauh dibawah jasa yang diharapkan, maka konsumen akan kehilangan minat mereka terhadap perusahaan penyedia produk atau jasa tersebut. Sebaliknya jika jasa yang mereka nikmati memenuhi atau melebihi tingkat kepentingan konsumen, mereka akan memakai kembali jasa tersebut.

Tingkat kualitas pelayanan tidak dapat dinilai berdasarkan sudut pandang penilaian pelanggan (Rangkuti, 2002,hal. 18). Karena itu, dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, perusahaan harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dengan memperhatikan dimensi kualitas jasa.

2.2.4. Tingkatan Harapan Konsumen Terhadap Kualitas

Menurut Parasuraman, et al. (1993) terdapat tiga tingkatan harapan konsumen terhadap kualitas layanan . yaitu:

a. Desired Service Expectation

Tingkatan layanan yang diharapkan akan diterima konsumen tingkat ini merupakan tingkat maksimal layanan yang diharapkan akan diterima konsumen.

b. Predicted Service Expectation

Tingkatan layanan yang diperkirakan akan diterima konsumen . tingkatan ini dibawah desire expectation.

c. Adequate Service Expectation

Tingkatan layanan yang akan diterima konsumen . tingkatan ini merupakan tingkatan terendah dibawah desired expectation dan predicted expectation yang bersifat kompromi, setelah melihat proses layanan maupun situasi yang terjadi.

d. Desired Service Expctation

Desired Service expectation dan predicted service expectation didasarkan pada pegalaman masa lalu, infomasi dari mulut kemulut, dan janji yang disampaikan perusahaan, baik explicit maupun emplicit. Predicted service epeation juga didasarkan pada persyaratan yang bersifat permanen dan kebutuhan personal. Predicted Service Expectation adalah subjek untuk perbaikan setelah setiap layanan dilayani. Pada saat konsumen terlibat dalam layanan khusus yang mereka alami. Sedangkan Desired service expectation bersifat lebih stabil dan berubah hanya ketika konsumen memperoleh layanan yang lebih selama penyampaian layanan.

2.2.5. Determinan Harapan Konsumen Terhadap Kualitas Layanan

Menurut Zeithaml, el al. (1993) terdapat sepuluh determinan utama harapan konsumen terhadap kualitas layanan, yaitu:

a. Enduring Service Intensifiers

Faktor ini bersifat stabil dan mendorong konsumen untuk meningkatkan sensitivitasnya terhadap layanan. Faktor ini meliputi harapan yang dipengaruhi orang lain dan filosofi pribadi seseorang tentang layanan.

b. Personal Needs

Kebutuhan kesejahteraan mendasar seperti kebutuhan fisik, sosial dan psikologi yang dirasakan seseorang sangat bermanfaat bagi kesejahteraannya dan juga akan menentukan harapan konsumen akan pemenuhan kebutuhan tersebut.

c. Transitory Service Intensifiers

Faktor ini merupakan faktor individual yang bersifat sementara yang dapat meningkatkan sensitivitas konsumen terhadap layanan.

d. Perceived Service Alternatives

Faktor ini merupakan persepsi konsumen terhadap tingkat atau derajat layanan yang diberikan perusahaan lain yang sejenis.

e. Self- Perceived Service Role

Faktor ini merupakan persepsi konsumen tentang tingkatan atau derajat keterlibatan konsumen dalam menentukan layanan yang diterimanya.

f. Situational Factors

Faktor situasional terdiri dari berbagai kemungkinan yang biasa mempengaruhi kinerja suatu layanan.

g. Explicit Service Promises

Faktor ini merupakan pernyataan yang disampaikan penyedia layanan, baik personal maupun non personal.

h. Implicit service Promises

Faktor ini menyangkut petunjuk yang berhubungan dengan layanan yang akan memberikan kesimpulan bagi konsumen tentang bagaimana layanan seharusnya diberikan.

i. *Word of mouth*

Informasi dari mulut ke mulut merupakan pernyataan yang disampaikan orang lain diluar struktur perusahaan kepada orang lain (calon konsumen) tentang kualitas layanan yang telah diterimanya dari perusahaan tertentu.

2.2.6. Instrument *SERVQUAL*

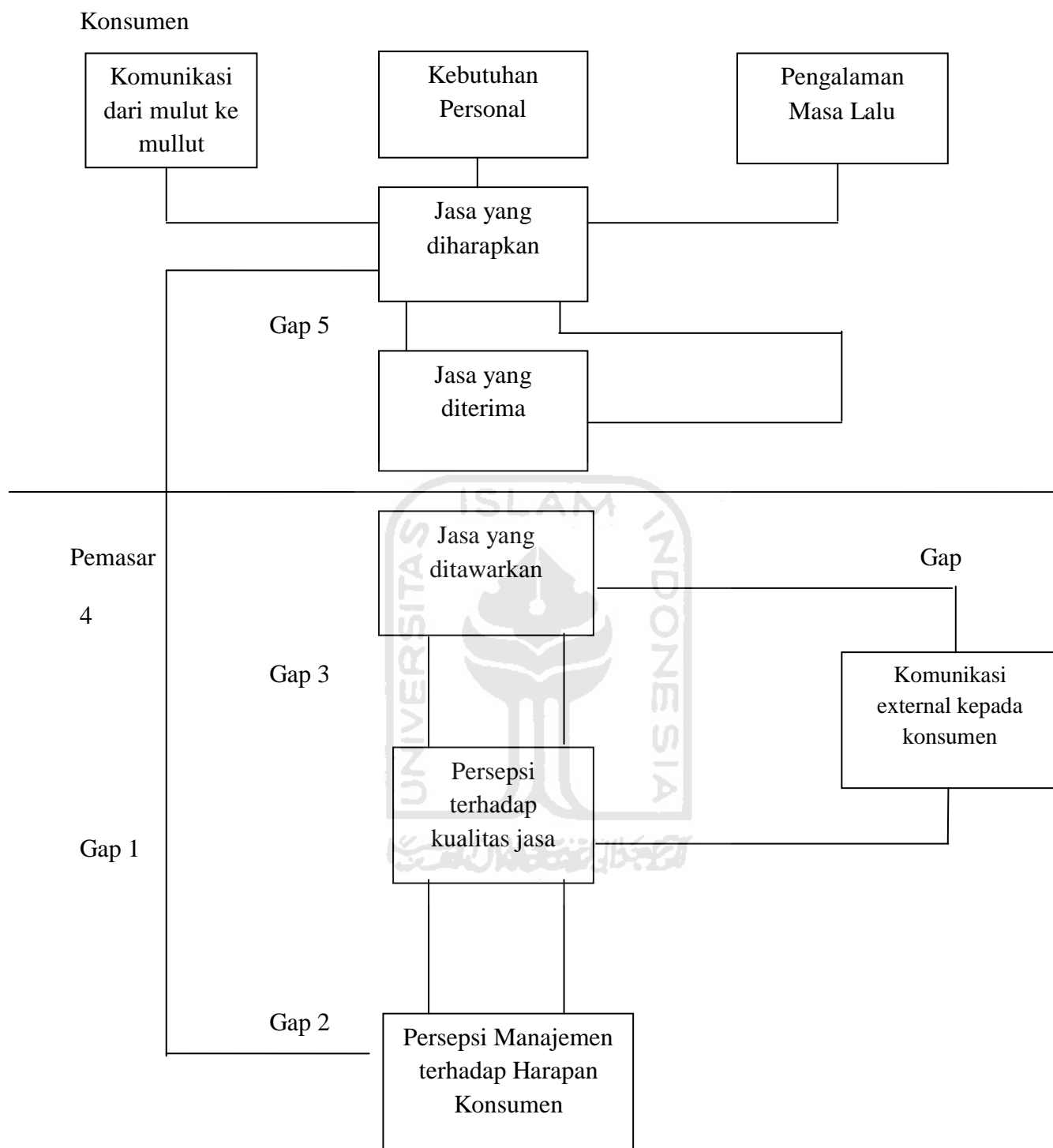
Parasuraman, Zeithmahl dan Berry (1985, hal. 42) menyatakan bahwa kualitas jasa mencakup suatu perbandingan antara harapan dan persepsi konsumen terhadap kinerja jasa yang mereka terima. Berdasarkan hal tersebut, parasuraman, Zeithmahl, dan Berry (1995, hal. 44) mengembangkan sebuah model yang merupakan dasar dari skala *SERVQUAL*, dimana mereka berpendapat bahwa dalam mengevaluasi kualitas jasa konsumen akan membandingkan antara jasa yang mereka harapkan dengan persepsi atas jasa yang mereka terima. Skala *SERVQUAL* mendasarkan pemikirannya pada suatu pengertian bahwa kualitas jasa adalah suatu bentuk persepsi konsumen terhadap kinerja jasa secara umum dan penilaian terhadap kinerja actual dari perusahaan tertentu akan mengarahkan persepsi konsumen terhadap kualitas suatu jasa (*gap theory*). Secara spesifik kualitas jasa di ukur dengan membandingkan antara persepsi konsumen atas jasa yang mereka terima dengan harapan terhadap kinerja jasa tersebut.

Menurut Parasuraman, Zeithmahl dan Berry (1985) model perceptual mengenai kualitas pelayanan dapat menjelaskan proses terjadinya kesenjangan atau ketidaksesuaian antara keinginan dan tingkat kepentingan berbagai pihak yang terlibat dalam penyerahan produk atau jasa (Rangkuti,2002,hal.42).

Berdasarkan gambar 2.1 ketidaksesuaian muncul dari lima macam kesenjangan yang dapat dibagi menjadi dua kelompok (Rangkuti,2002, hal.43). Yaitu :

1. Satu kesenjangan (gap), yaitu kesenjangan kalimat yang bersumber dari sisi penerimaan pelayanan (pelanggan)
2. Empat macam kesenjangan, yaitu kesenjangan pertama sampai keempat bersumber dari sisi penyedia jasa (manajemen).





Gambar 2.1

Diagram Kartesius dari faktor-faktor mempengaruhi kepuasan pelanggan PDAM

2.2.7. Model Kualitas Jasa Pelayanan

Model kualitas jasa pelayanan, dikembangkan oleh A. Parasuraman, LL Berry dan V.A Zeithaml (Berry, 1985) yang berupaya untuk mengenali kesenjangan (gap) pelayanan yang terjadi dan mencari jalan keluar untuk mengurangi atau bahkan menghilangkan kesenjangan pelayanan tersebut.

Secara umum, kesenjangan pelayanan dapat dibedakan kedalam dua kelompok, yaitu :

1. Kesenjangan yang muncul dari dalam perusahaan (company gaps)

Kesenjangan yang muncul dari dalam perusahaan yang dapat dibedakan kedalam empat jenis kesenjangan, yaitu:

- a. Kesenjangan 1: tidak mengetahui harapan konsumen akan pelayanan
- b. Kesenjangan 2: tidak memiliki desain dan standar pelayanan yang tepat
- c. Kesenjangan 3: tidak memberikan pelayanan berdasarkan standar pelayanan
- d. Kesenjangan 4: tidak memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan.

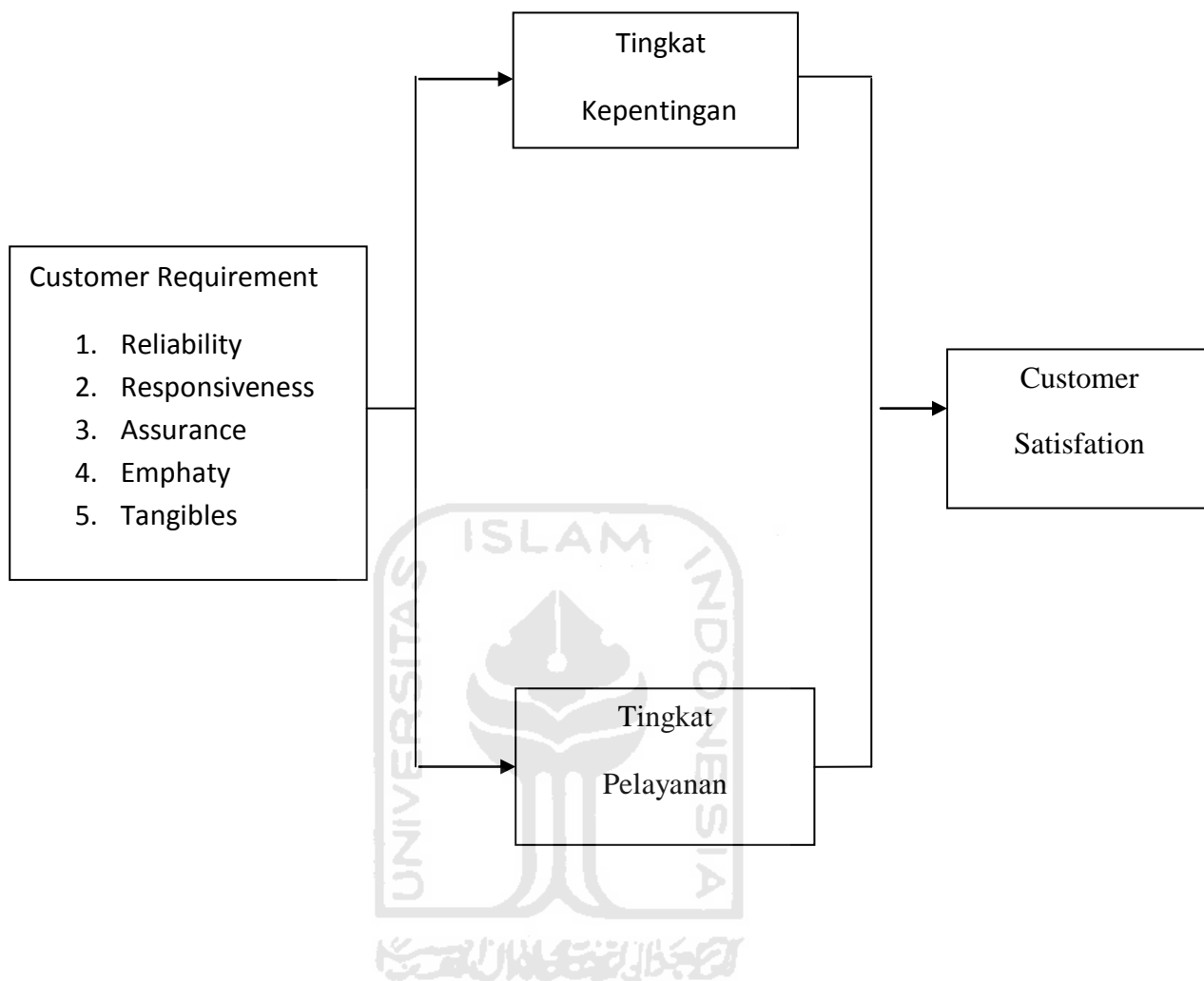
2. Kesenjangan yang muncul dari luar perusahaan.

Kesenjangan yang muncul dari luar perusahaan yang disebut kesenjangan 5 terjadi karena ada perbedaan antara persepsi konsumen dengan harapan konsumen terhadap pelayanan.

2.2.8. Kerangka Teoritis

Penentuan tingkat kebutuhan pelanggan pada perusahaan penyedia jasa dapat dilakukan berdasarkan dimensi kualitas jasa yaitu reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangibles. Berdasarkan dimensi kualitas jasa tersebut, maka dapat dilakukan survey tentang kepuasan pelanggan dengan terlebih dahulu mencocokkan kebutuhan pelanggan tersebut dengan produk, proses dan orang-orang yang ada dalam perusahaan, dengan demikian kerangka teoritis yang dapat dikembangkan adalah:





Gambar 2.2

Kerangka Teoritis Penelitian

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1. METODE PENELITIAN

3.1.1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini menggunakan responden pemakaian jasa pelayanan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta. Data dikumpulkan dengan cara menyebarkan kuisioner kepada responden yang *representative*, yaitu responden yang menjadi pelanggan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta.

3.1.2. Populasi dan Sampel

3.1.2.1. Populasi

Populasi merupakan ruang lingkup atau besaran karakteristik dari seluruh subyek yang diteliti. Populasi pada penelitian ini adalah populasi seluruh pelanggan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta. Mengingat keterbatasan waktu, biaya dan tenaga, maka tidak memungkinkan untuk meneliti semua populasi yang ada, sehingga dalam penelitian ini diambil sampelnya saja.

3.1.2.2. Sampel

Sampel merupakan besaran karakteristik (tertentu) dari sebagian populasi yang memiliki karakteristik sama dengan populasi. Teknik penelitian menggunakan sampel dipakai karena disebabkan oleh karakteristik sama dengan populasi yang besar serta bersifat homogen, waktu penelitian tidak terbatas, sifat obyek yang diteliti tidak mudah rusak.

Tata cara pengambilan sampelnya dilakukan dengan cara *Non probability sampling* yaitu sampling dipilih jika penulis tidak mengetahui secara rinci karakteristik (identitas) dan atau jumlah anggota populasi penelitian. Sampel yang dilakukan dengan menggunakan *Convenience sampling*.

Kelas sampelnya ditujukan pada laki-laki ataupun perempuan dan anak-anak ataupun dewasa dimana dibagi menjadi dua kategori, yaitu kategori mahasiswa atau pelajar, kategori umum (pekerja). Jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus (Budiyono, 1993:180) sebagai berikut:

$$n = \frac{1}{4} [Z/E]^2$$

Keterangan :

n : Besarnya Sampel

E : Tingkat kesalahan

Z : Tingkat kesalahan yang diinginkan

Penelitian ini menggunakan probabilitas atau $\alpha = 5\%$ karena pada umumnya tingkat probabilitas yang digunakan adalah $\alpha = 5\%$. Diharapkan bahwa besarnya kesalahan dalam penggunaan sampel (kesalahan sampel) tidak lebih dari 10%, maka sampel dapat dihitung sebagai berikut :

$$n = \frac{1}{4} [1,96/0,1]^2$$

$$n = 96,04 \rightarrow \text{Dibulatkan menjadi } 98$$

Dari perhitungan diatas akan didapat jumlah sampel sebanyak 96 sampel, untuk memudahkan penelitian maka sampel dibulatkan menjadi 98.

3.1.3. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah (sunardi, 2003, hal.70).

- a. Variabel tingkat kepentingan yaitu perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila membeli atau mengkonsumsi suatu produk atau jasa.
- b. Variabel tingkat kinerja yaitu persepsi pelanggan terhadap apa yang diterimanya setelah membeli produk dan jasa tertentu.
- c. Variabel tingkat kepuasan yaitu tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari Assurance, Reliability, Tangibles, Empathy, dan Responsiveness

3.1.4. Devinisi Operasional

- a. *Assurance* (jaminan) yaitu mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko ataupun keragu-raguan.
- b. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan dalam memberikan pelayanan dengan segera dan memuaskan serta sesuai dengan yang telah dijanjikan.
- c. *Tangibles* (bukti lansung), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi.
- d. *Empathy* yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan perhatian dengan tulus terhadap kebutuhan pelanggan.
- e. *Responsiveness* (daya tangkap), yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

Devinisi operasional variabel digunakan untuk memudahkan penelitian dan membuat persamaan persepsi tentang variabel yang digunakan.

3.1.5. Jenis dan Sumber Data

Data yang dibutuhkan meliputi data primer dan sekunder.

1. Data Primer

Data primer adalah data-data yang diperoleh secara langsung dari objek penelitian dan perlu diolah terlebih dahulu, yaitu yang terpilih berdasarkan kriteria dan karakteristik telah ditentukan. Data primer dalam penelitian ini

Diperoleh dari responden melalui pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner.

Data Primer yang dibutuhkan adalah :

- a. Meliputi data nama
- b. Data mengenai tingkat kualitas pelayanan dan harapan.

2. Data Sekunder

Data pendukung yang diperoleh dari sumber lain diluar objek penelitian yang diperoleh melalui studi kepustakaan. Data sekunder digunakan untuk memperkuat landasan teori dan rujukan dalam mempelajari pelatihan yang telah dilakukan sebelumnya.

3.1.6. Metode Pengumpulan Data

a. Kuesioner

Penelitian ini dilakukan dengan cara menyebar kuesioner kepada para pelanggan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta, peneliti akan menyebarkan kuesioner, menjelaskan tujuan penelitian secara ringkas dan menjelaskan cara pengisian kuesioner, untuk memperbanyak tingkat pengembalian kuesioner.

b. Studi Pustaka

Studi pustaka dilakukan untuk memperkuat hasil penelitian sumber-sumber studi pustaka diperoleh dari buku-buku dan jurnal yang berkaitan dengan topik peneliti.

c. Skala Pengukuran

Kuesioner ini menggunakan skala likert. Skala likert merupakan skala yang terdiri dari pernyataan yang mengekspresikan suatu sikap yang menyenangkan atau tidak menyenangkan terhadap suatu obyek (Cooper & Schindler, 1998 : 189).

Penelitian ini menggunakan 4 skala penilaian sebagai berikut :

1. Sangat setuju (SS) dengan bobot 5
2. Setuju (S) dengan bobot 4
3. Cukup setuju (CS) dengan bobot 3
4. Tidak setuju (TS) dengan bobot 2
5. Sangat tidak setuju (STS) dengan bobot 1

3.1.7. Uji Validitas dan Reliabilitas

Kuesioner dikatakan valid (sah) jika pertanyaan-pertanyaan pada suatu kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur dalam kuesioner tersebut (Santoso, 2001,hal.270). selain itu kuesioner dikatakan reliable (andal) jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Santoso, 2001,hal.270).

Pengukuran validitas dan reliabilitas dilakukan dengan bantuan program SPSS release 12. Kuesioner dapat dikategorikan valid apabila nilai r hasil lebih besar dari nilai r tabelnya. Nilai r hasil dapat dilihat dalam koefisien item total correlation, sedangkan nilai r table dapat ditentukan dengan cara sebagai berikut:

1. Menetapkan $df = \text{jumlah kasus} - 2$
2. $R \text{ table} = (df: \text{Signifikansi: } 5\%)$

Adapun cara pengambilan keputusan adalah :

3. Jika r hasil adalah positif, serta $r \text{ hasil} > r \text{ table}$, maka butir pertanyaannya adalah valid
4. Jika r adalah tidak positif, serta $r \text{ hasil} < r \text{ table}$, maka butir pertanyaannya adalah tidak valid.

Berdasarkan perhitungan diatas maka apabila terdapat butir pertanyaan yang tidak valid maka butir pertanyaannya tersebut harus di buang dan proses pengujian validitas di ulang lagi.

Selain harus memenuhi kriteria validitas kuesioner juga harus reliable. Kuesioner dapat dikategorikan reliable apabila nilai r hasil lebih besar dari nilai r tabelnya. Nilai r hasil dapat dilihat dalam koefisien alpha, sedangkan nilai r table dapat ditentukan dengan cara sebagai berikut.

1. Menetapkan $df = \text{jumlah kasus} - 2$
2. $R \text{ table} = (df: \text{Signifikansi: } 5\%)$

Adapun cara pengambilan keputusan adalah :

3. Jika r alpha adalah positif, serta $r \text{ alpha} > r \text{ table}$, maka butir pertanyaannya adalah reliable
4. Jika r alpha tidak positif, serta $r \text{ alpha} < r \text{ table}$, maka butir pertanyaannya adalah tidak reliable.

3.1.8. Alat Analisis

a. Analisis deskriptif

Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan atau menjelaskan karakteristik responden dan penilaian nasabah terhadap kualitas pelayanan di PDAM Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta tanpa menggunakan pengujian atas kualitas pelayanan.

Berdasarkan hasil jawaban kusioner dapat diketahui penilaian responden terhadap kelima dimensi kualitas pelayanan pada PDAM Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* berdasarkan tingkat harapan maupun kinerjanya. Melalui penilaian rata-rata sehingga diperoleh skor pada masing-masing variabel penelitian.

b. Metode *SERVQUAL*

Alat analisis yang digunakan yaitu metode *SERVQUAL* yang berasal dari kata *Service Quality* yang artinya kualitas layanan. Metode *SERVQUAL* didasarkan pada **Gap Model** yang di kembangkan oleh Parasuraman, et al. (1988, 1991, 1993, 1994). Kualitas layanan merupakan fungsi *gap* antara harapan konsumen terhadap layanan dan persepsi mereka terhadap layanan aktual yang dihasilkan perusahaan. Harapan konsumen terhadap kualitas layanan merupakan keinginan atau permintaan ideal konsumen terhadap layanan yang akan diberikan oleh penyedia layanan. Oleh karena itu harapan konsumen sering kali diterjemahkan sebagai permintaan yang diidealkan oleh konsumen. Harapan konsumen harus menjadi acuan bagi penyedia layanan untuk mendisain, menghasilkan, dan menyampaikan layanan kepada konsumen. Sedangkan

persepsi konsumen merupakan penilaian konsumen terhadap layanan yang telah dirasakan atau diperoleh. Kualitas layanan merupakan perbandingan atau selisih antara layanan yang dirasakan atau dipersepsikan konsumen (**persepsi**) dengan layanan ideal yang diinginkan atau diminta konsumen (**harapan**). Selisih antara persepsi dengan harapan disebut dengan *gap* atau kesenjangan kualitas layanan, yang dirumuskan sebagai berikut:

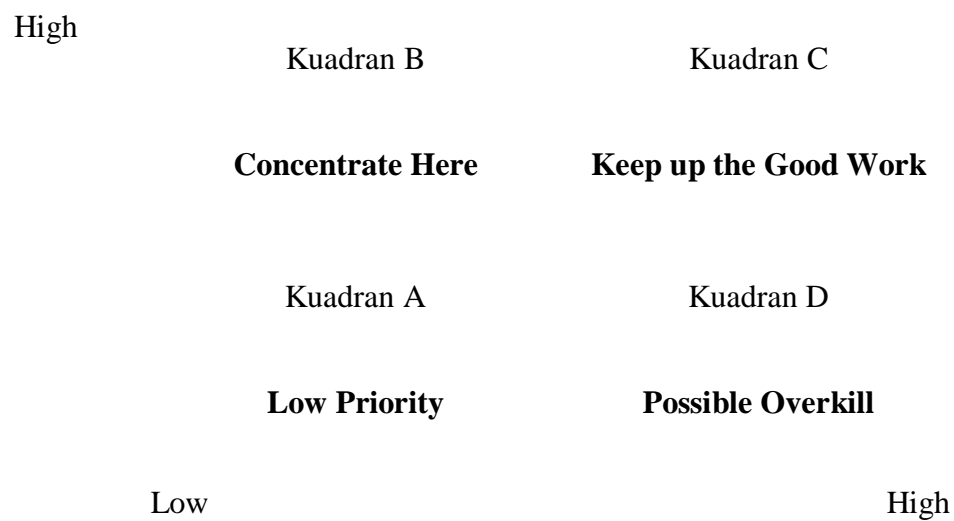
Persepsi - Harapan = Gap

Jika gap positif ($\text{persepsi} > \text{harapan}$) : Layanan dikatakan *surprise* dan memuaskan

Jika gap nol ($\text{persepsi} = \text{harapan}$) : Layanan dikatakan berkualitas dan memuaskan.

Jika gap negative ($\text{persepsi} < \text{harapan}$) : Layanan dikatakan tidak berkualitas dan tidak memuaskan.

Rata-rata hasil penilaian keseluruhan konsumen kemudian digambarkan ke dalam Importance Performance Matrix atau sering disebut Diagram Cartesius, dengan sumber absis (X) adalah tingkat kinerja dan sumbu ordinat (Y) adalah tingkat kepentingan. Rata-rata tingkat kinerja dipakai sebagai cut-off atau pembatas kinerja tinggi dengan tingkat kinerja rendah, Adapun diagram cartesius disajikan pada gambar 3.1.



Gambar 3.1.

Diagram Cartesius

Matriks ini digunakan untuk menggambarkan prioritas atribut yang "arus diperbaiki dan bisa menjadi petunjuk untuk formulasi strategi. Peta posisi kuadran masing-masing atribut atau dimensi layanan mengindikasikan derajat urgensi relative untuk perbaikan.

- Posisi Low Priority (Kuadran A)

Jika atribut atau dimensi layanan berada pada kuadran ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut atau dimensi layanan rendah , tingkat kinerja yang

ditunjukkan oleh atribut atau dimensi layanan juga rendah, sehingga atribut atau dimensi layanan yang berada pada kuadran ini mendapat prioritas rendah untuk diperbaiki.

- Posisi Concentrate Here (Kuadran B)

Jika atribut atau dimensi layanan berada pada kuadran ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut atau dimensi layanan tinggi, namun tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh atribut atau dimensi layanan rendah. Kondisi ini dinilai berbahaya karena antara tingkat kepentingan dengan tingkat kinerja berlawanan arah, sehingga perbaikan harus diprioritaskan atau dikonsentrasikan untuk atribut atau dimensi layanan yang berada pada kuadran ini.

- Posisi Keep up the Good Work (Kuadran C)

Jika atribut atau dimensi layanan berada pada kuadran ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut atau dimensi layanan tinggi, tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh atribut atau dimensi layanan juga tinggi, sehingga atribut atau dimensi layanan yang berada pada kuadran ini dinilai aman dan harus dipertahankan kinerjanya.

- Posisi Possible Overkill (Kuadran D)

Jika atribut atau dimensi layanan berada pada kuadran ini menunjukkan bahwa tingkat kepentingan konsumen terhadap atribut atau dimensi layanan rendah, namun tingkat kinerja yang ditunjukkan oleh atribut atau dimensi layanan tinggi. Kemungkinan hal ini terjadi karena perusahaan memberikan layanan yang berlebihan (over act atau overkill), sehingga perusahaan harus mengurangi aktivitas atau menghemat sumberdaya. untuk atribut atau dimensi layanan yang berada pada kuadran ini.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo melalui lima kualitas pelayanan yaitu tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Hasil penelitian juga dapat diketahui kualitas pelayanan yang diprioritaskan untuk memberikan kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo.

Subyek penelitian ini adalah pelanggan pada PDAM Tirta Binangun Kulon Progo yaitu pelanggan yang menggunakan jasa tersebut. Sedangkan obyek penelitiannya adalah kinerja, dan harapan pelanggan pada PDAM Tirta Binangun Kulon Progo. Dengan cara ini pihak pada PDAM Tirta Binangun Kulon Progo dapat melihat komponen mana saja yang harus ditingkatkan kualitas pelayanannya sehingga sesuai dengan harapan pelanggan. Sebelum dilakukan analisis lebih lanjut terlebih dahulu dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk mengetahui bahwa kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini telah layak karena dinyatakan valid dan reliabel.

4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengukur sejauh mana ketepatan suatu alat ukur melakukan fungsi ukurnya. Teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah korelasi

Pearson Product Moment. Instrumen pengukuran dikatakan memiliki validitas yang tinggi, apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukur yang sesuai dengan maksud dilakukan pengukuran tersebut. Secara statistik, angka korelasi yang diperoleh harus dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi nilai r . Untuk taraf signifikansi 0,05 dengan jumlah responden sebanyak 98 orang maka angka kritiknya adalah 0,1985.

Hasil Uji Validitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Harapan				Kinerja			
Butir	r xy	r tabel	Keterangan	Butir	r xy	r tabel	Keterangan
H1	0,711	0,1985	Valid	K1	0,412	0,1985	Valid
H2	0,504	0,1985	Valid	K2	0,425	0,1985	Valid
H3	0,674	0,1985	Valid	K3	0,303	0,1985	Valid
H4	0,653	0,1985	Valid	K4	0,507	0,1985	Valid
H5	0,713	0,1985	Valid	K5	0,507	0,1985	Valid
H6	0,670	0,1985	Valid	K6	0,556	0,1985	Valid
H7	0,493	0,1985	Valid	K7	0,537	0,1985	Valid
H8	0,501	0,1985	Valid	K8	0,620	0,1985	Valid
H9	0,541	0,1985	Valid	K9	0,337	0,1985	Valid
H10	0,630	0,1985	Valid	K10	0,525	0,1985	Valid
H11	0,494	0,1985	Valid	K11	0,215	0,1985	Valid
H12	0,566	0,1985	Valid	K12	0,416	0,1985	Valid
H13	0,527	0,1985	Valid	K13	0,616	0,1985	Valid

H14	0,619	0,1985	Valid	K14	0,298	0,1985	Valid
H15	0,591	0,1985	Valid	K15	0,529	0,1985	Valid
H16	0,620	0,1985	Valid	K16	0,361	0,1985	Valid
H17	0,692	0,1985	Valid	K17	0,548	0,1985	Valid
H18	0,619	0,1985	Valid	K18	0,576	0,1985	Valid
H19	0,547	0,1985	Valid	K19	0,328	0,1985	Valid
H20	0,618	0,1985	Valid	K20	0,585	0,1985	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2011

Berdasarkan tabel 4.1 diatas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang terdiri dari masing-masing 20 butir pada variabel kinerja, dan harapan dapat dinyatakan valid, karena r hitung (*Corrected Item Total Correlation*) lebih besar dari r tabel. Dengan demikian seluruh butir pertanyaan dapat digunakan untuk mengukur data secara tepat

2. Uji Reliabilitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana alat ukur dapat memberikan hasil yang konsisten bila digunakan untuk mengukur obyek yang sama dengan alat ukur yang sama. Teknik yang digunakan untuk menilai reliabilitas adalah *Cronbachis Alpha*, dengan cara menyebarkan angket/kuesioner kepada para pelanggan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo. Suatu instrument penelitian dapat dikatakan reliabel (andal), jika alpha lebih dari 0,60 (Nunally, dalam Ghozali : 2001)

Hasil pengujian reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.2
Hasil Pengujian Reliabilitas

Penilaian	Koef. Alpha Cronbach	Nilai Kritis	Keterangan
Harapan	0,905	0.6	Handal
Kinerja	0,795	0.6	Handal

Sumber : Data primer diolah, 2012

Berdasarkan ringkasan hasil uji reliabilitas seperti yang terangkum dalam tabel diatas, dapat diketahui bahwa nilai koefisien Cronbach Alpha baik pertanyaan kinerja maupun harapan seluruh dimensi lebih besar dari 0,6. Dengan mengacu pada pendapat diatas, maka semua butir pertanyaan dalam variabel penelitian adalah handal. Sehingga butir-butir pertanyaan dalam variabel penelitian dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya.

4.2. Alat Analisis

4.2.1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan profil pelanggan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo berdasarkan karakteristik responden. Karakteristik responden yang dianalisis dalam penelitian ini meliputi jenis umur, pendidikan, pendapatan, dan lama berlanggan. Karakteristik responden tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Umur

Umur seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan penilaian pelanggan karena pengetahuan, pandangan, pengalaman dan keyakinan sehingga akan mempengaruhi persepsi dalam menentukan obyek. Tabel 4.3 menunjukkan umur responden.

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase
< 30 tahun	19	19.4%
31 - 40 tahun	37	37.8%
41 - 50 tahun	34	34.7%
> 50 tahun	8	8.2%
Total	98	100.0%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2012

Dari data diatas menunjukkan bahwa pelanggan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo mayoritas berumur antara 31 - 40 tahun, yaitu sebesar 37,8%

(37 orang). Sedangkan distribusi umur yang lain yaitu umur antara 41 - 50 tahun sebesar 34,7% (34 orang), berumur kurang dari 30 tahun sebesar 19,4% (19 orang), dan berumur lebih dari 50 tahun sebesar 8,2% (8 orang). Kenyataan menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo adalah berumur dewasa (produktif) yaitu antara 31 hingga 40 tahun. Hal ini disebabkan karena mereka sudah berkeluarga, sehingga kebutuhan air bersih dengan menggunakan jasa layanan PDAM cukup tinggi.

b. Tingkat Pendidikan

Tingkat pendidikan seseorang mencerminkan pola berpikir yang rasional dan pola tingkah laku yang lebih mantap. Semakin tinggi tingkat pendidikan seseorang, maka pengetahuan orang tersebut juga akan semakin luas sehingga dalam mengambil keputusan lebih teliti. Distribusi tingkat pendidikan responden dapat ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.4

Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
SD	1	1.0%
SMP	6	6.1%
SMA	66	67.3%
Sarjana	25	25.5%
Total	98	100.0%

Sumber : Data primer, 2012

Berdasarkan Tabel 4.4 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan responden mayoritas pendidikan terakhir adalah SMA, yaitu sebesar 67,3 persen (66 orang). Sedangkan distribusi tingkat pendidikan yang lain adalah Sarjana yaitu sebesar 25,5% (25 orang), SLTP sebesar 6,1% (6 orang), dan SD sebesar 1% (1 orang).

Mayoritas pelanggan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo berpendidikan terakhir menengah keatas. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo telah memiliki tingkat intelegensi yang tinggi dalam mempertimbangkan atau menyikapi sebuah produk PDAM. Sehingga keberadaan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo telah dapat diterima oleh pelanggan pengguna jasa telekomunikasi tersebut yang mayoritas berpendidikan tinggi.

c. Tingkat Pendapatan

Tingkat pendapatan seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo. Responden yang berpendapatan rendah cenderung memilih produk yang lebih terjangkau, sedangkan responden yang berpendapatan tinggi cenderung mementingkan kualitas dan tarif sebagai alternatif kedua. Tabel 4.5 menunjukkan distribusi tingkat pendapatan responden.

Tabel 4.5

Klasifikasi Responden berdasarkan Pendapatan

Tingkat Pendapatan	Jumlah	Persentase
< Rp. 1 Juta	39	39.8%
Rp.1,1 - 2 Juta	40	40.8%
Rp.2,1 - 3 Juta	15	15.3%
> 3 juta	4	4.1%
Total	98	100.0%

Sumber: Data primer yang diolah, 2012

Dari tabel 4.5 diatas menunjukkan bahwa pendapatan responden mayoritas antara Rp.1.000.000 – Rp. 2.000.000 sebesar 40,8% (40 orang). Sedangkan distribusi tingkat pendapatan yang lain yaitu kurang dari Rp.1.000.000,- sebesar 39,8% (39 orang), berpendapatan antara Rp.2.1 juta – Rp.3 juta sebesar 15,3% (15 orang) dan responden yang pendapatan lebih dari Rp.3.000.000 hanya sebesar 4,1% atau 4 orang.

Pendapatan konsumen dapat menunjukkan status sosial ekonominya. Sehingga dalam hal ini keputusan konsumen untuk menggunakan jasa PDAM dapat dipengaruhi oleh tingkat pendapatan masing-masing konsumen, dimana jasa yang digunakan diasumsikan cenderung akan menunjukkan status sosial ekonominya. Mayoritas konsumen adalah berpendapatan menengah menunjukkan bahwa keberadaan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo telah dipercaya oleh masyarakat yang berpendapatan menengah.

d. Lama Berlanggan

Lama menggunakan konsumen menunjukkan tingkat loyalitas konsumen terhadap sebuah layanan jasa. Hasil deskriptif lama berlanggan pelanggan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo dapat ditunjukkan pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6

Lama Berlanggan

Lama berlangganan	Jumlah orang	Persentase
< 1 tahun	14	14.3%
1,1 - 2 tahun	19	19.4%
2,1 - 3 tahun	19	19.4%
> 3 tahun	46	46.9%
Total	98	100.0%

Sumber : Data primer diolah, 2012

Berdasarkan lama berlangganan pelanggan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo, mayoritas sudah berlangganan lebih dari 3 tahun yaitu sebesar 46,9% atau 46 orang. Sedangkan pelanggan yang berlangganan antara 1,1 – 2 tahun dan antara 2,1 – 3 tahun masing-masing sebesar 19,4% (19 orang) dan kurang dari 1 tahun sebesar 14,3% (14 orang). Hal ini berarti pelanggan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo telah cukup lama berlangganan, sehingga telah memiliki pengalaman yang cukup besar terhadap baik buruknya kualitas pelayanan.

4.2.2. Analisis Arithmetic Mean

Berdasarkan hasil jawaban kuesioner dapat diketahui penilaian responden terhadap kelima dimensi kualitas pelayanan pada PDAM Tirta Binangun Kulon Progo yang terdiri dari tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy berdasarkan tingkat harapan maupun kinerjanya. Melalui penilaian rata-rata sehingga diperoleh skor pada masing-masing variabel penelitian.

Dalam menentukan kriteria penilaian pelanggan maka dapat dilakukan dengan interval sebagai berikut :

Skor persepsi terendah adalah : 1

Skor persepsi tertinggi adalah : 5

$$\text{Interval} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Sehingga diperoleh batasan persepsi adalah sebagai berikut :

Tabel 4.7

Kriteria Penilaian Kinerja dan Harapan pada Kualitas Pelayanan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo

Rata-rata	Kriteria Presepsi
1,00 – 1,80	Sangat tidak baik / Sangat rendah
1,81 – 2,60	Tidak baik / Rendah
2,61 – 3,40	Cukup Baik / Cukup rendah
3,41 – 4,20	Baik / Tinggi
4,21 - 5,00	Sangat baik / Sangat tinggi

Hasil perhitungan rata-rata persepsi pada masing-masing dimensi dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 4.8
Rata-rata Persepsi Pelanggan

Dimensi	Rata-rata	
	Kinerja	Harapan
Tangible	3.83	4.14
Reliability	4.03	4.13
Responsiveness	4.01	4.28
Assurance	3.84	4.09
Emphaty	3.94	3.95
Rata-rata Kualitas Jasa	3.93	4.12

Sumber : Data primer diolah , 2012

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa persepsi pelanggan pada keseluruhan dimensi memiliki kinerja yang **baik**. Hal ini dapat dilihat dari rata-rata persepsi sebesar 3,93 yang berada pada interval 3,41 – 4,20. Sedangkan kinerja pada masing-masing dimensi, tertinggi terjadi pada dimensi reliability dengan persepsi sebesar 4,03 dalam kategori **baik**. Selanjutnya secara berurutan diikuti oleh dimensi responsiveness dengan persepsi sebesar 4,01 (**baik**), dimensi empathy dengan rata-rata persepsi sebesar 3,94 (**baik**), dimensi assurance dengan rata – rata persepsi sebesar 3,84 (**baik**) dan terendah adalah dimensi tangible dengan rata-rata persepsi sebesar 3,83 (**baik**).

Berdasarkan tingkat harapan menunjukkan bahwa harapan pelanggan terhadap kelima dimensi kualitas pelayanan di PDAM Tirta Binangun Kulon Progo adalah **tinggi**. Hal ini ditunjukkan dengan rata-rata harapan sebesar 4,12 yaitu berada pada interval 3,41 – 4,20 yaitu pada kategori tinggi. Harapan tertinggi pelanggan terjadi pada dimensi responsiveness yaitu sebesar 4,28 yaitu pada kategori **sangat tinggi**. Selanjutnya secara berurutan diikuti oleh dimensi tangible dengan harapan sebesar 4,14 (**tinggi**), dimensi reliability sebesar 4,13 (**tinggi**), assurance sebesar 4,09 (**tinggi**) dan harapan terendah pada dimensi empathy dengan rata-rata harapan sebesar 3,95 (**tinggi**).

Dengan demikian dari hasil analisis rata-rata diatas menunjukkan bahwa kinerja terhadap PDAM Tirta Binangun Kulon Progo adalah **baik** dan tingkat harapan konsumen terhadap kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut juga **tinggi**. Namun demikian jika dilihat dari rata-rata antara kinerja dan harapan, menunjukkan bahwa bahwa harapan pelanggan lebih tinggi dibandingkan kinerja kualitas jasanya. Hal ini dapat dinyatakan bahwa pelanggan belum merasa puas atas kinerja PDAM. Oleh karena pihak PDAM terus meningkatkan kinerja pelayanannya kepada pelanggan agar terjadi kesesuaian antara harapan dengan kinerja dari PDAM.

4.3.2. Analisis Servqual

Analisis ini berdasarkan hasil penelitian tingkat harapan dan hasil penelitian kinerja atau penilaian maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai gap antara tingkat harapan dan pelaksanaannya. Semakin tinggi gap berarti semakin besar kepuasan konsumen.

Untuk mengukur gap ini digunakan rumus :

$$\text{Gap} = \text{Kinerja} - \text{Harapan}$$

Jika $\text{Gap} > 0$ berarti kualitas layanan sangat memuaskan

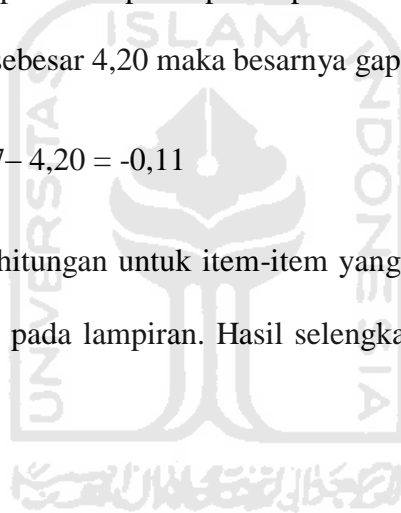
Jika $\text{Gap} = 0$ berarti kualitas layanan memuaskan

Jika $\text{Gap} < 0$ berarti kualitas layanan tidak memuaskan

Sebagai contoh pada kerapihan penampilan karyawan dengan skor kinerja = 3,87 dan skor harapan sebesar 4,20 maka besarnya gap adalah sebagai berikut :

$$\text{Servqual} = 3,87 - 4,20 = -0,11$$

Begitu juga perhitungan untuk item-item yang lain dapat dilakukan dengan cara yang sama seperti pada lampiran. Hasil selengkapnya Servqual dapat dilihat pada tabel berikut :



Tabel 4.9
Analisis Servqual PDAM Tirta Binangun Kulon Progo

No	Atribut	Kinerja	Harapan	Gap
Tangible				
1	Kerapihan penampilan karyawan	3.87	4.20	-0.33
2	Petugas mengecek meteran air	4.19	4.04	0.15
3	Kenyamanan ruang tunggu	3.91	4.27	-0.36
4	Teknologi	3.48	3.90	-0.42
5	Kondisi gedung yang bersih	3.83	4.19	-0.36
6	Kelengkapan dan kesigapan alat-alat	3.69	4.21	-0.52
	Rata – rata	3.83	4.14	-0.31
Reliability				
1	Air yang bersih	3.94	4.06	-0.12
2	Kondisi air sehat dikonsumsi	3.87	4.24	-0.37
3	Air jernih	3.95	4.30	-0.35
4	Mudah melakukan pembayaran	4.21	4.00	0.21
5	Lokasi kantor strategis	4.20	4.05	0.15
	Rata - rata	4.03	4.13	-0.10
Responsiveness				
1	Cepat memperbaiki instalasi air	4.00	4.15	-0.15
2	Tanggap terhadap keluhan pelanggan	3.99	4.22	-0.23

3	Bersedia membantu kesulitan pelanggan	4.04	4.45	-0.41
	Rata - rata	4.01	4.28	-0.27
Assurance				
1	Merasa aman bertransaksi	3.98	4.23	-0.25
2	Karyawan Profesional dibidangnya	3.68	4.23	-0.55
3	Mudah mengakses informasi rekening	3.90	3.99	-0.09
4	Jaminan keamanan pelayanan	3.82	3.91	-0.09
	Rata - rata	3.84	4.09	-0.25
Empathy				
1	Mengutamakan kepentingan pelanggan	3.95	3.80	0.15
2	Memberi kepastian dalam melayani pelanggan	3.93	4.10	-0.17
	Rata - rata	3.94	3.95	-0.01
	Rata - rata total	3.92	4.13	-0.21

Sumber : Data primer diolah, 2012

a. Kepuasan Konsumen dan Gap pada Dimensi Tangibles

Hasil analisis gap pada dimensi Tangibles dapat diketahui bahwa belum memberikan kepuasan bagi konsumen. Hal ini disebabkan karena hampir semua variabel pada dimensi tangibles masih memiliki nilai gap rata-rata sebesar -0,31 , dimana nilai tersebut negatif. Namun ada satu item variabel pada dimensi tangibles yang mampu memberikan kepuasan pada konsumen yaitu setiap bulan petugas mengecek meteran air dengan gap sebesar 0,15 (gap positif). Sedangkan pada

atribut karyawan berpenampilan rapi dan sopan dengan nilai gap sebesar -0,33, atribut ruang tunggu nyaman nilai gap -0,36, teknologi yang sudah dimiliki dengan kesesuaian sebesar -0,42, kondisi gedung yang bersih dengan gap sebesar -0,36 dan kelengkapan dan kesigapan alat-alat yang dipakai dengan gap -0,52.

Hasil ini menunjukkan bahwa keadaan fisik perusahaan pada PDAM Tirta Binangun Kulon Progo masih belum sesuai dengan harapan konsumen sehingga belum mampu memberikan kepuasan atas jasa pelayanan tersebut.

b. Gap pada Dimensi Reliability

Hasil analisis gap pada dimensi Reliability dapat diketahui bahwa belum memberikan kepuasan bagi konsumen. Hal ini disebabkan karena seluruh variabel pada dimensi reliability masih memiliki nilai gap rata-rata negatif sebesar -0,10, dimana nilai tersebut negatif. Ada dua indikator yang dirasakan puas oleh pelanggan PDAM yaitu item mudah dalam melakukan pembayaran rekening dengan gap sebesar 0,21 (positif) dan lokasi kantor yang strategis dengan gap sebesar 0,15 (positif). Sedangkan untuk item air yang diterima bersih memiliki gap sebesar -0,12, atribut kondisi air sehat untuk dikonsumsi nilai gap -0,37, dan indikator air yang jernih dengan gap -0,35.

Hasil ini menunjukkan bahwa keandalan perusahaan pada PDAM Tirta Binangun Kulon Progo masih belum sesuai dengan harapan konsumen sehingga belum mampu memberikan kepuasan atas jasa pelayanan tersebut, terutama untuk penyediaan air yang bersih dan jernih serta sehat untuk dikonsumsi.

c. Gap pada Dimensi Responsiveness

Hasil analisis gap pada dimensi Responsiveness dapat diketahui bahwa belum memberikan kepuasan bagi konsumen. Hal ini disebabkan karena seluruh variabel pada dimensi responsiveness masih memiliki nilai gap rata-rata sebesar $-0,27$, dimana nilai tersebut negatif. Hasil yang sama juga terjadi pada atribut cepat memperbaiki instalasi air dengan gap sebesar $-0,15$, atribut tanggap terhadap keluhan pelanggan dengan gap $-0,23$, dan bersedia membantu kesulitan pelanggan dengan gap sebesar $-0,41$.

Hasil ini menunjukkan bahwa daya tanggap yang diberikan oleh jasa PDAM Tirta Binangun Kulon Progo masih belum sesuai dengan harapan konsumen sehingga belum mampu memberikan kepuasan atas jasa pelayanan tersebut.

d. Gap pada Dimensi Assurance

Hasil analisis gap pada dimensi Assurance dapat diketahui bahwa dimensi ini belum memberikan kepuasan bagi konsumen. Hal ini disebabkan karena seluruh variabel pada dimensi assurance masih memiliki nilai gap rata-rata sebesar $-0,25$, dimana nilai tersebut negatif. Hasil yang sama juga terjadi pada atribut merasa aman bertransaksi gap sebesar $-0,25$, atribut karyawan profesional di bidangnya gap sebesar $-0,55$, mudah mengakses informasi rekening memiliki dengan gap $-0,09$, dan memiliki jaminan keamanan pelayanan dengan gap sebesar $-0,09$.

Hasil ini menunjukkan bahwa jaminan yang diberikan oleh perusahaan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo masih belum sepenuhnya sesuai dengan

harapan konsumen sehingga belum mampu memberikan kepuasan atas jasa pelayanan tersebut.

e. Gap pada Dimensi Empathy

Hasil analisis gap pada dimensi Empathy dapat diketahui bahwa belum memberikan kepuasan bagi konsumen. Hal ini disebabkan karena pada dimensi empathy masih memiliki nilai gap rata-rata sebesar $-0,01$, dimana nilai tersebut negatif. Tingkat kepuasan pada dimensi empathy ini dicapai pada atribut mengutamakan kepentingan pelanggan dengan gap $0,15$ (positif). Namun pada atribut memberi kepastian dalam melayani pelanggan masih memiliki gap sebesar $-0,17$, yang berarti pelanggan belum puas terhadap atribut kepastian dalam melayani pelanggan

Hasil ini menunjukkan bahwa perhatian yang diberikan oleh perusahaan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo masih belum sesuai dengan harapan konsumen sehingga belum mampu memberikan kepuasan atas jasa pelayanan tersebut.

Dari hasil analisis kesesuaian secara keseluruhan dimensi diperoleh gap sebesar $-0,01$ (negatif). Hal ini berarti secara keseluruhan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PDAM Tirta Binangun Kulon Progo kepada konsumennya baik dari dimensi tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empati belum sesuai dengan harapan atau kepentingan konsumen.

Hasil analisis gap diatas menunjukkan bahwa dimensi yang memiliki nilai rata – rata gap rata-rata terendah terjadi pada dimensi empathy dengan nilai rata-rata gap $-0,01$. Hal ini berarti dimensi empati merupakan dimensi yang paling

memberikan kepuasan bagi konsumen. Oleh karena itu perusahaan harus dapat mempertahankan kualitas pelayanan pada dimensi empaty ini karena telah mampu memberikan kepuasan tertinggi pada pelayanan jasa dari PDAM Tirta Binangun Kulon Progo. Langkah yang dapat dilakukan PDAM antara lain dengan memberi perhatian yang lebih terhadap setiap pelanggan, seperti mengutamakan kepentingan pelanggan dan memberikan kepastian dalam melayani pelanggan.

Sedangkan nilai gap tertinggi terjadi pada dimensi tangibel dengan nilai rata-rata gap sebesar -0,31. Hal ini berarti harapan konsumen terhadap dimensi tangibles yang terdiri dari kerapihan seragam karyawan, kenyamanan ruang tunggu, teknologi, kondisi gedung dan kelengkapan alat-alat yang digunakan masih belum dapat dipenuhi oleh manajemen, sehingga menimbulkan ketidakpuasan pada konsumen.

4.3.3. Analisis Diagram Kartesius Per Atribut

Analisis Diagram Kartesius per Atribut bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada kualitas pelayanan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo. Analisis ini juga dapat digunakan untuk mengidentifikasi langkah-langkah perbaikan melalui peningkatan pelayanan pada jasa tersebut. Langkah ini adalah menjabarkan variabel ke dalam diagram kartesius berdasarkan penilaian performance (kinerja) perusahaan dan penilaian Harapan. Sebagai sumbu X adalah Performance (Kinerja) perusahaan dan sumbu Y adalah Harapan pelanggan.

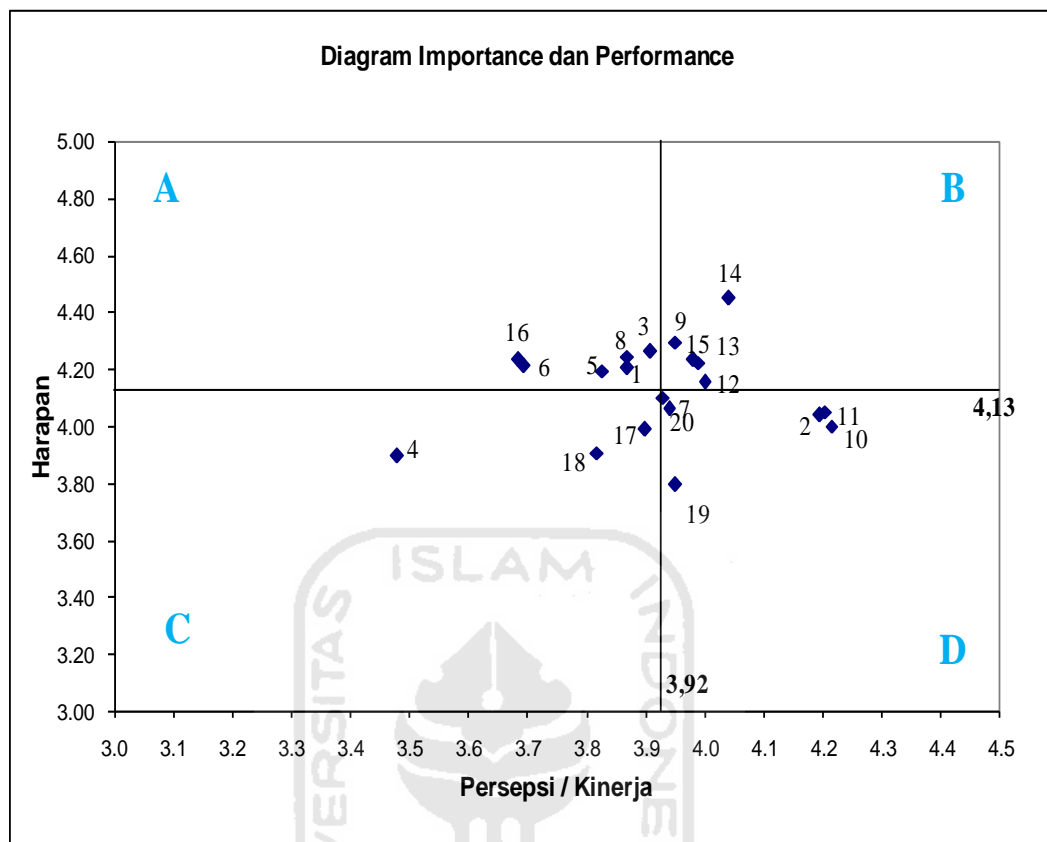
Diagram Kartesius merupakan suatu bangun yang dibagi empat bagian yang dibatasi oleh dua baris yang berpotongan tegak lurus pada titik (\bar{X}, \bar{Y}) , dimana :

\bar{X} = Skor rata-rata seluruh faktor tingkat kinerja PDAM Tirta Binangun Kulon Progo

\bar{Y} = Skor rata-rata dari seluruh faktor harapan pelanggan

$$\bar{X} = \frac{\sum_{i=1}^K \bar{X}_i}{K} \quad \bar{Y} = \frac{\sum_{i=1}^K \bar{Y}_i}{K}$$

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata kinerja sebesar 3,93 dan rata-rata nilai harapan adalah sebesar 4,12. Selanjutnya angka rata-rata kinerja dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu X dan nilai rata-rata harapan dijadikan sebagai titik pembatas kuadran berdasarkan sumbu Y. Dalam menggambarkan diagram kartesius akan terbagi kedalam 4 kuadran. Kuadran A yaitu untuk atribut yang nilai kinerja kurang dari 3,93 dan nilai harapannya diatas 4,12. Untuk Kuadran B, yaitu atribut-atribut yang memiliki nilai kinerja diatas 3,93 dan nilai harapannya diatas 4,12. Untuk kuadran C yaitu atribut yang memiliki nilai kinerja kurang dari 3,93 dan nilai harapannya kurang dari 4,12. Sedangkan pada kuadran D berisi atribut-atribut yang memiliki nilai kinerja lebih dari 3,93 tetapi nilai harapannya kurang dari 4,12. Selanjutnya dari data yang diperoleh pada tabel 4.9 diatas dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut :



Gambar 4.1

Diagram Kartesius kualitas pelayanan pada PDAM Tirta Binangun Kulon Progo

Berdasarkan gambar 4.1 diatas menunjukkan beberapa dimensi berada pada kuadran yang berbeda-beda. Hal ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Kuadran A

Variabel yang berada pada kuadran A artinya variabel ini memiliki tingkat kinerja di bawah rata-rata tetapi tingkat harapan pelanggan cukup tinggi. Variabel-variabel ini penanganannya perlu diprioritasnya oleh perusahaan, karena

keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan kinerjanya masih belum memuaskan.

Untuk kasus diatas atribut-atribut yang ada dalam kuadran A adalah :

- a) Atribut 1 yaitu kerapihan penampilan karyawan.
- b) Atribut 3 yaitu kenyamanan ruang tunggu
- c) Atribut 5 yaitu kondisi gedung yang bersih
- d) Atribut 6 yaitu kelengkapan dan kesigapan alat-alat yang dipakai
- e) Atribut 8 yaitu kondisi air yang sehat
- f) Atribut 16 yaitu karyawan yang profesional dibidangnya

Strategi yang hendaknya dilakukan oleh PDAM Tirta Binangun Kulon Progo harus memprioritaskan pada peningkatan kinerja atau performance pada keenam atribut ini yaitu dengan cara meningkatkan kondisi fisik perusahaan terutama dalam hal kerapihan penampilan karyawan, kondisi gedung dan kelengkapan alat-alat yang dipakai. Untuk itu seragam pegawai hendaknya diberikan baik pada pegawai tetap maupun pegawai tidak tetap. Sebagai contoh pegawai pencatat meteran, yang merupakan pegawai tidak tetap dan dalam bekerja tidak menggunakan seragam PDAM, sehingga terkesan bahwa pelanggan PDAM menganggap bahwa penampilan karyawan PDAM kurang menarik. Begitu juga dengan kondisi ruang tunggu untuk layanan customer service, hendaknya diperbaiki dengan memberikan kursi tamu yang mampu menampung seluruh pelanggan yang sedang antri, menyediakan fasilitas AC, dan kondisi ruangan yang selalu terjaga bersih.

Sementara dari kondisi air, hendaknya PDAM memproduksi air sesuai dengan standar kesehatan, sehingga tidak merugikan konsumen yang merupakan pelanggannya. PDAM Tirta Binangun Kulonprogo juga harus selalu menjamin air yang diproduksinya. Selaku pihak yang memproduksi air harus bertanggungjawab kepada masyarakat mengenai kualitas air yang diproduksi dan dipasarkan ke masyarakat, misalnya melalui uji laborat secara berkala. PDAM hendaknya bekerjasama dengan Dinas Kesehatan melakukan Uji Lab Air PDAM secara rutin dan mengumumkan hasilnya kepada pelanggan PDAM sehingga layak tidaknya air tersebut dikonsumsi, diketahui masyarakat sesuai parameter yang berlaku. Dalam hal ini mengacu kepada Peraturan Menteri Kesehatan Nomor 492/MENKES/IV/2010 tentang Persyaratan Kualitas Air Minum.

Untuk meningkatkan karyawan yang profesional di lingkungan PDAM perlu dilakukan sejak awal perekrutan karyawan baik karyawan tetap maupun karyawan kontrak, serta memberikan pelatihan –pelatihan untuk mendukung keahliannya.

2. Kuadran B

Atribut yang masuk dalam kuadran B merupakan kekuatan perusahaan karena memiliki tingkat harapan yang tinggi dengan performance yang tinggi pula.

Atribut-atribut yang ada dalam kuadran B ini adalah :

- a) Atribut 9 yaitu air jernih
- b) Atribut 12 yaitu cepat dalam memperbaiki instalasi air
- c) Atribut 13 yaitu tanggap terhadap keluhan pelanggan
- d) Atribut 14 yaitu bersedia membantu kesulitan pelanggan

e) Atribut 15 yaitu merasa aman bertransaksi

Strategi yang hendaknya dilakukan oleh PDAM Tirta Binangun Kulon Progo harus dapat mempertahankan kelima atribut diatas yang telah dinilai oleh pelanggan sebagai pelayanan yang memuaskan. Hal ini memang telah dilakukan oleh pihak PDAM Tirta Binangun Kulon Progo, karena telah mampu menyediakan air yang jernih yang diambil dari sumber pegunungan di wilayah Kulon Progo. Begitu juga dengan sistem pembayaran rekening yang sangat mudah, karena sudah tersedia secara online sehingga dapat dibayarkan di berbagai tempat yang menyediakan fasilitas pembayaran PDAM online seperti bank, kantor pos, koperasi atau pihak lainnya.

Dalam hal pelayanan kepada pelanggan, terutama dalam menanggapi keluhan pelanggan seperti air macet di saat jam-jam yang sangat dibutuhkan pelanggan seperti pagi atau siang hari, pihak PDAM telah berkomitmen untuk menjaga ketersediaan air dengan menambahkan sumur-sumur pemompa air, terutama di musim kemarau.

3. Kuadran C

Atribut yang berada pada kuadran C adalah atribut yang memiliki tingkat harapan dan kinerja relatif rendah. Walaupun tingkat harapan pelanggan rendah namun kinerja yang rendah dapat menimbulkan ketidakpuasan bagi pelanggan ketika menggunakan kualitas pelayanan pada PDAM Tirta Binangun Kulon Progo. Atribut yang ada pada kuadran ini adalah :

- a) Atribut 4 yaitu teknologi yang sudah dimiliki .
- b) Atribut 17 yaitu mudahnya mengakses informasi rekening
- c) Atribut 18 yaitu jaminan keamanan pelayanan dan kepercayaan terhadap pelayanan

Strategi yang hendaknya dilakukan oleh PDAM Tirta Binangun Kulon Progo adalah memberikan perhatian dan pengelolaan yang serius pada ketiga atribut diatas, karena ketidakpuasan pelanggan pada umumnya berawal dari atribut-atribut ini. Walaupun teknologi yang digunakan di PDAM sudah cukup modern, tetapi perlu ditingkatkan seperti teknologi proteksi atau filter penangkal zat-zat kimia berbahaya yang sudah larut dalam air, sebelum didistribusikan ke konsumen.

4. Kuadran D

Atribut yang berada pada kuadran D adalah atribut yang memiliki kinerja yang menurut pelanggan sangat baik, tetapi atribut ini memiliki tingkat harapan yang tidak begitu tinggi. Atribut yang ada dalam kuadran ini adalah :

- a) Atribut 2 yaitu setiap bulan petugas mengecek meteran air
- b) Atribut 7 yaitu air yang diterima bersih
- c) Atribut 10 yaitu mudah untuk melakukan pembayaran rekening
- d) Atribut 11 yaitu lokasi kantor yang strategis
- e) Atribut 19 yaitu karyawan PDAM memberikan informasi yang jelas
- f) Atribut 20 yaitu petugas berlaku sopan dan ramah

Strategi yang hendaknya dilakukan oleh perusahaan harus mempertimbangkan kembali keenam atribut diatas karena dirasakan terlalu berlebihan. Pelayanan yang diberikan hendaknya sesuai kebutuhan konsumen saja, sehingga tidak perlu berlebihan, karena masih dinilai dengan kepentingan yang rendah oleh konsumen. Untuk itu sebaiknya kinerja yang ada pada keenam atribut diatas tidak perlu terlalu tinggi, hal ini disebabkan karena pelanggan tidak begitu mementingkan pelayanan pada atribut tersebut. Usaha peningkatan kualitas pelayanan dialihkan pada beberapa atribut yang dirasa sangat dipentingkan oleh pelanggan tetapi kinerjanya masih terasa kurang yaitu atribut-atribut yang berada pada kuadran A.

4.3.4 Implikasi Strategi Bagi Perusahaan Kedepan

Berdasarkan profil PDAM Tirta Binangun Kulon Progo mayoritas adalah berusia antara 31 – 40 tahun (produktif) dengan persentase sebesar 37,8%, berpendidikan terakhir SMA sebesar 67,3%, berpendapatan antara 1 – 2 juta rupiah yaitu sebesar 40,8%, dan memiliki lama berlangganan lebih dari 3 tahun yaitu sebesar 46,9%. Hal ini menunjukkan bahwa profil konsumen PDAM Tirta Binangun Kulon Progo cukup potensial, sehingga segmen konsumen ini dapat dijadikan pertimbangan bagi manajemen dalam menentukan pangsa pasarnya. Begitu juga dengan kualitas layanan yang diberikan hendaknya sesuai dengan keinginan konsumen, berdasarkan segmen konsumen tersebut. Berdasarkan jumlah pelanggan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo yang mayoritas adalah konsumen yang berusia dewasa, memiliki pendapatan menengah, dan pendidikan menengah keatas. Hal ini menunjukkan bahwa profil pelanggan PDAM merupakan kelompok produktif, dengan pendidikan tinggi. Untuk itu strategi yang dilakukan adalah Strategi agresif dengan

membangun jaringan PDAM tidak hanya pada daerah-daerah perkotaan atau daerah perumahan saja, tetapi sudah seharusnya mengembangkan ke wilayah pedesaan terutama wilayah yang kesulitan mendapatkan air bersih disaat musim kemarau. Keberadaan PDAM ini telah dipercaya oleh masyarakat, sehingga dengan pengembangan jaringan ini diharapkan akan semakin menambah jumlah pelanggan PDAM dan implikasinya akan meningkatkan pendapatan perusahaan dan pendapatan daerah.

Hasil analisis terhadap tingkat kinerja kualitas layanan yang terdiri dari dimensi tangibel, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy menunjukkan bahwa kinerja kualitas pelayanan sudah termasuk dalam kriteria yang baik. Begitu juga dengan harapan konsumen, termasuk dalam kriteria yang tinggi. Namun demikian karena tingkat harapan konsumen lebih tinggi dibandingkan dengan kinerjanya maka kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo belum dirasakan oleh pelanggan.

Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis Servqual , yang menunjukkan bahwa secara keseluruhan dimensi kualitas pelayanan masih memiliki gap yang negatif (-0,21). Artinya kinerja kualitas pelayanan PDAM Tirta Binangun Kulon Progo masih lebih rendah dibandingkan dengan harapan pelanggan atas kualitas pelayanan.

Jika dirangking, maka dimensi yang mendekati tingkat kepuasan konsumen tertinggi pada dimensi empati (-0,01), selanjutnya diikuti oleh dimensi reliability (-0,10), dimensi assurance (-0,25), dimensi responsiveness (-0,27) dan terendah pada dimensi tangibel (-0,31).

Hasil ini memberikan implikasi bagi manajer PDAM Tirta Binangun Kulon Progo agar memprioritaskan peningkatan kualitas pelayanan terutama pada dimensi tangibel

karena terbukti sebagai dimensi yang paling besar menimbulkan ketidakpuasan. Langkah yang dilakukan kedepan adalah melakukan perbaikan pada kondisi fisik PDAM dengan menambahkan beberapa fasilitas-fasilitas untuk pelayanan publik ketika melakukan pendaftaran, pelaporan atau pembayaran rekening. Dengan meningkatkan kenyamanan ruangan ini maka pelanggan diharapkan akan mendapatkan kepuasan dalam menerima pelayanan dari PDAM. Selain itu kondisi air yang sehat perlu diprioritaskan oleh PDAM, mengingat kualitas air ini merupakan salah satu faktor yang terpenting diperhatikan pelanggan, karena berkaitan dengan hayat hidup orang banyak.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisis data yang diuraikan dalam bab sebelumnya, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis kepuasan konsumen menunjukkan bahwa konsumen belum merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PDAM Tirta Binangun Kulon Progo. Hal ini dapat dibuktikan dengan nilai rata-rata gap secara total yaitu sebesar 94,9%, nilainya masih dibawah 100%, yang menunjukkan bahwa kinerja pada PDAM Tirta Binangun Kulon Progo belum sesuai dengan harapan konsumen.
2. Berdasarkan analisis Servqual menunjukkan bahwa tingkat kepuasan konsumen PDAM Tirta Binangun Kulon Progo masih rendah. Hal ini dibuktikan dengan nilai gap negatif (-0,21). Secara berurutan tingkat kepuasan tertinggi terjadi pada dimensi empati (-0,01), selanjutnya diikuti oleh dimensi reliability (-0,10), dimensi assurance (-0,25), dimensi responsiveness (-0,27) dan terendah pada dimensi tangibel (-0,31).

5.2. Saran

1. PDAM Tirta Binangun Kulon Progo hendaknya memprioritaskan peningkatan pada dimensi tangibel karena memiliki gap terbesar. Langkah yang dilakukan adalah meningkatkan kondisi fisik gedung PDAM agar terasa nyaman bagi setiap pelanggan yang datang di kantor PDAM. Kenyamanan ruangan ini dapat ditingkatkan dengan melakukan penataan ulang ruangan, menempatkan jumlah kursi yang cukup, memberikan fasilitas AC, dan fasilitas penunjang lainnya. Selain itu prioritas kedua yang hendaknya dilakukan PDAM adalah menjaga kualitas air agar tetap sehat dan layak dikonsumsi pelanggan, misalnya bekerjasama dengan Dinas Kesehatan untuk mengecek dan menganalisa kesehatan air secara rutin dan mempublikasikan secara terbuka kepada para pelanggan, sehingga tidak ada kekhawatiran bagi pelanggan dalam mengkonsumsi air bersih tersebut.
2. Sebaiknya pihak PDAM harus dapat mempertahankan kualitas pelayanan pada dimensi empati yang sudah memberikan kepuasan tertinggi bagi konsumen terutama dalam memberikan perhatian dengan mengedepankan kepentingan pelanggan dibandingkan kepentingan perusahaan, serta memberikan tingkat kepastian dalam melayani pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Novianita, Wahyu. (2006). *Analisis Kepuasan Konsumen pada PDAM di Salatiga*. Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Parasuraman, A., Zeithaml, Valerie A., dan Berry, Leonard L. (1985). "A Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research". *Journal of Marketing*, Vol. 49 (Fall): 41-50.
- Rangkuti, Freddy (2002). *Measuring Customer Satisfaction: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan plus Analisis Kasus PLN-JP*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Santoso, Singgih (2001). *Buku Latihan SPSS: Statistik Parametrik. Cetakan Kedua*. Jakarta: Penerbit Elex Media Computindo.
- Sejati, Satria W. (2007). *Analisis Statistical Quality Control Dalam Pengendalian Kualitas Produksi Pada PT. Moses Mitra Setia, Batang-Indonesia*. Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Tjiptono, Fandy, (2000). *Manajemen Jasa*, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Widayanto. (2005). *Analisis Kepuasan Pelanggan di AHASS Kurnia Motor Yogyakarta*. Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Yamit, Zulian, (2002). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*, Penerbit Ekonosia, Yogyakarta.



FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
YOGYAKARTA

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Bapak/ibu/saudara/i yang kami hormati. Dengan segala kerendahan hati kami mohon kesediaan Bapak/ibu/saudara/i untuk mengisi angket berikut ini. Angket ini berisi penelitian yang berjudul **“Analisis Kualitas Layanan di PDAM Tirta Binangun Kulon Progo Yogyakarta”** disusun dalam rangka penelititan di bidang ekonomi guna penyelesaian tugas akhir peneliti yang nantinya diharapkan bisa bermanfaat bagi semuanya.

Angket ini bukan merupakan tes, sehingga tidak ada jawaban yang salah, semua jawaban baik dan benar. Sudilah kiranya Bapak/ibu/saudara/i menjawab sesuai dengan pendapat, perasaan, serta kenyataan pribadi pada diri Bapak/ibu/saudara/i sendiri. Kerahasiaan jawaban dijamin oleh etika penelitian dan sepenuhnya menjadi tanggung jawab peneliti. Oleh karena itu, diharapkan Bapak/ibu/saudara/i tidak perlu ragu untuk menjawab.

Kesungguhan dan kejujuran dalam menjawab akan sangat membantu keberhasilan penelitian ini. Terima kasih atas kesediaan dan kesungguhan dalam pengisian. Semoga Allah SWT membalas kebaikan anda.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing

Hormat saya

Nursya'bani Purnama,,S.E.,M.Si.

Dhesi Juwita Hati

PETUNJUK PENGISIAN: Berilah tanda silang (X) pada jawaban anda.

Kinerja

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

CS = Cukup Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

CS = Cukup Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju



Identitas Responden

1. Nama (boleh inisial) =

2. Usia ?

- a) ≤ 30 tahun
- b) 31 - 40 tahun
- c) 41 - 50 tahun
- d) ≥ 50

3. Pendidikan ?

- a) SD
- b) SMP
- c) SMA
- d) Sarjana

4. Pendapatan anda dalam 1 bulan ?

- a) $< \text{Rp } 1.000.000$
- b) $\text{Rp } 1.100.000 - \text{Rp } 2.000.000$
- c) $\text{Rp. } 2.100.000 - 3.000.000$
- d) $\geq 3.000.000$

5. Lama berlangganan

- a) ≤ 1 tahun
- b) 1,1 tahun – 2 tahun
- c) 2,1 tahun – 3 tahun
- d) ≥ 3 tahun



No	Daftar Pernyataan	Kinerja yang diinginkan konsumen					Harapan yang diinginkan konsumen				
		SS	S	CS	TS	STS	SS	S	CS	TS	STS
<i>I</i>	<i>Tangible</i>										
1	Kerapian dan kesopanan penampilan karyawan										
2	Setiap bulan petugas mengecek meteran air										
3	Kenyamanan ruang tunggu										
4	Tekhnologi yang sudah dimiliki										
5	Kondisi gedung yang bersih										
6	Kelengkapan dan kesiapan alat-alat yang dipakai										
<i>II</i>	<i>Reliability</i>										
7	Air yang di terima bersih										
8	Kondisi air, sehat untuk di konsumsi										
9	Air jernih										
10	Mudah dalam melakukan pembayaran rekening										



11 Lokasi kantor strategis

III *Responsiveness*

12 Cepat dalam memperbaiki instalasi air

13 Tanggap akan keluhan pelanggan

14 Bersedia membantu kesulitan pelanggan

IV *Assurance*

15 Pelanggan merasakan aman dalam
melakukan transaksi

16 Karyawan yang professional di
bidangnya

17 Mudah mengakses informasi rekening

18 Jaminan keamanan pelayanan dan
kepercayaan terhadap pelayanan

V *Emphaty*

19 Karyawan PDAM memberikan
informasi tentang kualitas air dan
fasilitas PDAM dengan jelas

20 Petugas berlaku sopan dan ramah



REKAPITULASI DATA PENELITIAN

No	Karakteristik				KINERJA																			
	Usia	Penddk	Penghsi	Lama	T1	T2	T3	T4	T5	T6	RE1	RE2	RE3	RE4	RE5	RS1	RS2	RS3	AS1	AS2	AS3	AS4	E1	E2
1	1	3	1	1	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	5	5	5	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3
3	2	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4
4	4	3	1	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4
5	2	3	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	2	2	3	4	3	3	4	4	3
6	2	3	1	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
7	2	3	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
8	2	3	1	2	4	3	4	3	4	3	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5
9	3	3	2	3	4	5	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	5	3	4	4	4	4
10	1	3	2	2	3	5	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	5	3	5	5	5	5
11	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3
13	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
14	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
15	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	1	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	2	3	1	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	4
18	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3
19	3	4	2	2	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5
20	1	3	1	3	4	5	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	3	3	1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	3	5	4	5	5
22	2	3	1	1	4	5	4	3	4	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4
23	1	3	1	1	4	4	4	4	4	3	3	3	3	5	5	4	4	5	4	3	4	4	4	3
24	1	3	1	1	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
25	3	3	1	1	4	5	4	3	4	4	3	3	3	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4
26	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4	3
27	2	3	1	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4

59	2	4	1	1	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5
60	3	2	2	2	3	5	3	4	4	3	4	4	3	5	5	4	4	3	3	3	3	3	3	4
61	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	5	5	3	3	3	5	3	3	3	4	3
62	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
63	2	2	1	1	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	5	4	5	4	5	5
64	2	3	1	4	4	5	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4
65	3	3	2	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	4	5	5
66	3	3	2	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5
67	1	4	1	1	3	5	4	3	4	3	4	4	4	5	5	3	3	3	3	3	4	3	4	3
68	2	3	1	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4
69	2	3	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	3	3	3	5	5	
70	1	4	1	1	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4
71	2	3	1	3	4	5	5	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
72	3	3	1	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3
73	3	3	1	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	5	5	4	3
74	3	3	4	2	5	5	4	3	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5
75	3	3	1	1	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5
76	3	3	1	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	5	4
77	2	3	1	4	4	5	5	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3
78	3	3	2	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	4
79	2	3	2	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	3	3	5
80	2	3	1	4	4	4	5	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4
81	2	3	1	4	3	4	5	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	3	5
82	3	3	2	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	3	4	4	3
83	2	3	2	2	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	3	4
84	3	3	2	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4
85	2	3	1	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	3	5	4
86	1	2	1	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	5	3	3	4	3	3	4	3	3	4
87	1	2	2	4	4	5	4	3	4	4	3	3	3	4	4	5	5	3	4	3	3	3	3	3
88	2	3	2	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	3	3	3	4	4	3	4	4	4
89	2	3	2	2	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4

90	2	3	2	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
91	4	4	3	4	5	4	5	3	5	3	3	3	3	3	2	3	3	5	4	4	4	3	3	4
92	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	5	5	5	3	4
93	1	3	3	1	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
94	3	3	1	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5
95	2	3	2	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5
96	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	3	3	4	4	3	4	3
97	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4
98	1	3	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3
Rata-rata					3.87	4.19	3.91	3.48	3.83	3.69	3.94	3.87	3.95	4.21	4.20	4.00	3.99	4.04	3.98	3.68	3.90	3.82	3.95	3.93



REKAPITULASI DATA PENELITIAN

No	HARAPAN																			
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	RE1	RE2	RE3	RE4	RE5	RS1	RS2	RS3	AS1	AS2	AS3	AS4	E1	E2
1	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4
2	4	4	5	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
3	5	4	5	4	5	2	2	4	4	2	4	3	4	5	4	5	4	4	2	4
4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	3
5	4	4	5	4	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
6	5	3	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4
7	5	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4
8	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	2	4	3	3	4	5
9	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
10	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3
11	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	3	3	5	2	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
14	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4
15	3	4	4	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
17	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
18	5	4	5	2	5	5	4	4	5	2	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4
19	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	2	2	4	3
20	5	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
21	5	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	2	4
22	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
23	5	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	3	4	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4
25	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
26	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5
27	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5
28	5	5	3	4	4	5	4	4	3	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5
30	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4

31	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	2	4
32	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	3	3	4	4
33	5	5	4	4	3	4	4	4	5	3	3	3	3	5	4	4	4	4	3	
34	4	5	5	4	4	4	2	4	5	3	5	4	4	5	4	5	3	4	4	
35	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	
36	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	3	3	4	
37	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	
38	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	
39	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	
40	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	
42	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	
43	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	5	5	4	4	4	4	5	
44	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	
45	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
46	5	4	4	3	4	5	4	5	5	3	4	5	5	4	5	3	4	4	4	
47	4	4	4	3	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	
48	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	2	
49	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	
50	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	
51	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	
52	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	
53	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	
54	3	3	3	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	
55	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	
56	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	
57	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	
58	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	3	
59	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	
60	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	
61	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	5	4	4	4	3	4	
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	
63	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	
64	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	4	3	4	4	4	3	
65	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	

66	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4
67	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	2	4
69	4	5	5	3	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	5	2	3	3	4
70	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	3	5	5
71	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4
72	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4
73	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
74	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	3	2	2	3	4
75	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	2	4
76	3	4	4	3	4	5	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
77	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4
78	5	3	3	4	5	4	4	4	4	4	5	2	4	5	4	4	4	4	4	4
79	5	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	4
80	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
81	3	3	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
82	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4
83	5	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5
84	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5
85	5	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4
86	3	4	3	4	4	4	2	4	3	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4
87	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4
88	4	4	4	4	2	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5
89	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5
90	3	3	4	2	4	5	5	4	4	5	4	2	5	4	5	5	5	5	4	5
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4
92	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2
93	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
94	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
95	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4
96	4	5	5	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4
97	4	3	3	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5
98	4	3	3	2	2	2	4	4	4	4	4	5	2	5	4	3	2	2	5	3
	4.20	4.04	4.27	3.90	4.19	4.21	4.06	4.24	4.30	4.00	4.05	4.15	4.22	4.45	4.23	4.23	3.99	3.91	3.80	4.10

UJI VALIDITAS KINERJA

Correlations

		Total_Kinerja
T1	Pearson Correlation	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
T2	Pearson Correlation	.504**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
T3	Pearson Correlation	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
T4	Pearson Correlation	.653**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
T5	Pearson Correlation	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
T6	Pearson Correlation	.670**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
RE1	Pearson Correlation	.493**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
RE2	Pearson Correlation	.501**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
RE3	Pearson Correlation	.541**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
RE4	Pearson Correlation	.630**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
RE5	Pearson Correlation	.494**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98

RS1	Pearson Correlation	.566**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
RS2	Pearson Correlation	.527**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
RS3	Pearson Correlation	.619**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
AS1	Pearson Correlation	.591**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
AS2	Pearson Correlation	.620**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
AS3	Pearson Correlation	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
AS4	Pearson Correlation	.619**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
E1	Pearson Correlation	.547**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
E2	Pearson Correlation	.618**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
Total_Kinerja	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	98

Reliability KINERJA

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	98	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	98	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.905	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
T1	74.5612	63.795	.667	.897
T2	74.2347	66.408	.443	.903
T3	74.5204	64.005	.625	.898
T4	74.9490	64.832	.605	.899
T5	74.6020	64.036	.672	.897
T6	74.7347	64.609	.625	.899
RE1	74.4898	66.294	.428	.903
RE2	74.5612	65.919	.432	.903
RE3	74.4796	65.675	.479	.902
RE4	74.2143	64.253	.573	.900
RE5	74.2245	65.867	.423	.904
RS1	74.4286	64.845	.500	.902

RS2	74.4388	65.403	.458	.903
RS3	74.3878	64.425	.561	.900
AS1	74.4490	65.137	.534	.901
AS2	74.7449	64.460	.562	.900
AS3	74.5306	63.303	.641	.898
AS4	74.6122	65.188	.568	.900
E1	74.4796	65.262	.482	.902
E2	74.5000	64.149	.557	.900



UJI VALIDITAS HARAPAN

Correlations

		Total_Harapan
T1	Pearson Correlation	.412**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
T2	Pearson Correlation	.425**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
T3	Pearson Correlation	.303**
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	98
T4	Pearson Correlation	.507**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
T5	Pearson Correlation	.507**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
T6	Pearson Correlation	.556**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
RE1	Pearson Correlation	.537**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
RE2	Pearson Correlation	.620**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
RE3	Pearson Correlation	.337**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	98
RE4	Pearson Correlation	.525**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
RE5	Pearson Correlation	.215*
	Sig. (2-tailed)	.034
	N	98

RS1	Pearson Correlation	.416**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
RS2	Pearson Correlation	.616**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
RS3	Pearson Correlation	.298**
	Sig. (2-tailed)	.003
	N	98
AS1	Pearson Correlation	.529**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
AS2	Pearson Correlation	.361**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
AS3	Pearson Correlation	.548**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
AS4	Pearson Correlation	.576**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
E1	Pearson Correlation	.328**
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	98
E2	Pearson Correlation	.585**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	98
Total_Harapan	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	98

Reliability HARAPAN

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	98	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	98	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.798	20



Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
T1	78.3571	30.562	.301	.794
T2	78.5204	30.561	.320	.792
T3	78.2959	31.448	.183	.801
T4	78.6633	29.937	.411	.786
T5	78.3673	30.214	.420	.786
T6	78.3469	29.899	.476	.783
RE1	78.5000	29.675	.444	.784
RE2	78.3163	30.136	.563	.780
RE3	78.2653	31.496	.241	.796
RE4	78.5612	29.754	.431	.785
RE5	78.5102	32.314	.110	.803
RS1	78.4082	30.945	.325	.791
RS2	78.3367	29.751	.550	.779
RS3	78.1122	31.812	.203	.798
AS1	78.3265	30.387	.455	.785
AS2	78.3265	31.253	.262	.795
AS3	78.5714	29.608	.458	.783
AS4	78.6531	29.507	.492	.781
E1	78.7653	31.254	.212	.799
E2	78.4592	29.962	.515	.781