

# PENGARUH DIMENSI KUALITAS JASA TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PDAM KOTA PADANG

Oleh

<sup>1</sup>Ridno Darmawanto, <sup>2</sup>Rizky Natassia, <sup>3</sup>Mareta Kemala Sari

## ABSTRACT

*This study was conducted to determine the effect of the dimensions of service quality on customer satisfaction PDAM Padang . The population in this study is a customer PDAM Padang is still active until 2013 the number of 75.094 while the total sample of 100 respondents was obtained from the calculation using the formula Slovin . The sampling technique was accidental sampling . Analysis method used is descriptive analysis , the classical assumption test and multiple linear regression analysis and hypothesis testing . Based on the results showed that the physical evidence , assurance and empathy do not have a positive and significant effect on customer satisfaction in PDAM Padang . It is evident that a significant level  $> 0.05$  alpha . While reliability and responsiveness has a positive and significant effect on satisfaction pelanggan on PDAM Padang where significant levels  $< 0.05$  alpha . Then simultaneously tangibles , reliability , responsiveness , assurance and empathy has a positive and significant effect on customer satisfaction with PDAM Padang calculated F value significant at 6.161 and  $0.000 < 0.05$  . From the research , it was found that the physical evidence , reliability , responsiveness , assurance and empathy only have the effect of 75.3 % to 24.7 % , while customer satisfaction is determined by other factors .*

*Keyword: Quality Of service, tangible, reability, responsiveness, empathy, assurance, customer satisfaction*

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kota Padang. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PDAM Kota Padang yang masih aktif hingga tahun 2013 dengan jumlah 75,094 sedangkan Jumlah sampel adalah 100 responden yang diperoleh dari hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin. Teknik pengambilan sampel adalah *Accidental Sampling*. Metode analisis yang digunakan adalah analisis deskriptif, uji asumsi klasik serta analisis regresi linear berganda dan pengujian hipotesis. Berdasarkan hasil menunjukkan bahwa bukti fisik, jaminan dan empati tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kota Padang. Hal tersebut terbukti bahwa tingkat signifikan  $> \alpha 0,05$ . Sedangkan kehandalan dan daya tanggap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kota Padang dimana tingkat signifikan  $< \alpha 0,05$ . Kemudian secara simultan bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Padang dengan nilai F hitung sebesar 6,161 dan signifikan  $0,000 < 0,05$ . Dari hasil penelitian, ditemukan bahwa bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati hanya memiliki pengaruh 75,3% terhadap kepuasan pelanggan sedangkan 24,7% ditentukan oleh faktor-faktor lain.

Kata Kunci: Bukti fisik, Kehandalan, Daya tanggap, Jaminan, Empati, Kepuasan Pelanggan.

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat

<sup>2</sup> Dosen Prodi Pendidikan Ekonomi STKIP PGRI Sumatera Barat

<sup>3</sup> Dosen STKIP PGRI Sumatera Barat

## PENDAHULUAN

Dewasa ini perkembangan dunia usaha melaju sangat pesat, hal ini ditandai dengan banyaknya usaha yang mengalami perkembangan, baik itu usaha yang bergerak untuk memproduksi barang maupun usaha jasa. Perkembangan dunia usaha yang diiringi oleh perkembangan laju perekonomian yang cepat dapat menciptakan persaingan-persaingan yang ketat dalam dunia usaha. Perkembangan dunia usaha secara global tidak terlepas dari perkembangan ilmu pengetahuan serta teknologi yang semakin modern dan canggih. Melihat kondisi ini perusahaan-perusahaan yang bergerak di dalam dunia usaha selalu berupaya meningkatkan kualitas dan mutu dari perusahaan tersebut.

Beberapa hal yang dilakukan oleh perusahaan agar mampu bersaing di dunia bisnis adalah dengan menciptakan manajemen perusahaan yang baik, memproduksi barang atau jasa yang berkualitas, sampai pada menciptakan pelayanan yang berkualitas yang dapat memberikan kepuasan para pelanggan.

Kotler (2000: 42) mendefinisikan kepuasan pelanggan merupakan rasa senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja suatu produk dan harapannya.

Untuk mencapai dan menciptakan kepuasan pelanggan, maka perusahaan harus meningkatkan kualitas pelayanan yang baik kepada pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan kepuasan kepada para pelanggan sehingga pelanggan merasa senang dan tidak kecewa dalam menggunakan produk atau jasa yang perusahaan berikan kepada pelanggan. Menurut Tjiptono (1997: 51) kualitas pelayanan merupakan unsur utama yang mendukung tercapainya tujuan perusahaan dan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan.

Untuk mencapai kualitas pelayanan yang baik, ada lima dimensi yang perlu diperhatikan oleh perusahaan (Tjiptono, 2007: 68) yaitu bukti fisik (*tangible*), merupakan hal yang menunjukkan penampilan fisik, perlengkapan, penampilan pegawai, kebersihan, kerapian dan kenyamanan ruangan kantor, kemudian kehandalan (*reliability*) yaitu menunjukkan kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan dengan segera, akurat, dan memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Kemudian daya tanggap (*responsiveness*) yang merupakan keinginan, respon atau kesigapan karyawan dalam membantu konsumendan memeberikan pelayanan yang cepat dan tanggap yang diinginkan oleh pelanggan, kemudian jaminan (*assurance*) yaitu pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan, serta empati (*emphaty*) yang merupakan bentuk perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada konsumen. Kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut harus diperhatikan oleh perusahaan untuk menciptakan kualitas pelayanan yang baik.

Secara umum, masyarakat penduduk Pota Padang pada umumnya menggunakan jasa perusahaan PDAM untuk memenuhi kebutuhan air setiap hari. Pada dasarnya PDAM merupakan perusahaan jasa yang memproduksi atau menyediakan air bersih untuk memenuhi kebutuhan air masyarakat yang umumnya di daerah perkotaan.

PDAM Kota Padang secara terus-menerus memiliki jumlah pelanggan yang selalu meningkat setiap tahun, peningkatan jumlah pelanggan ini dapat dilihat dari data 10 tahun terakhir yaitu dari tahun 2002 sampai dengan tahun 2011 terakhir yang dapat dilihat pada Tabel berikut ini:

**Tabel 1. Jumlah Pelanggan Aktif dan Non Aktif PDAM Kota Padang Tahun 2010-2013**

No	Tahun	Jumlah Pelanggan Yang Aktif	Jumlah Pelanggan Non Aktif
1	2010	65.881	11.066
2	2011	70.459	11.491
3	2012	73.420	11.915
4	2013	75.094	12.275

Sumber: <http://pdampadang.com> (2013)

Pada Tabel 1, dapat dilihat adanya peningkatan jumlah pelanggan yang non aktif dari tahun 2010 sampai dengan 2013. Hal ini menggambarkan adanya masalah pada PDAM Kota Padang khususnya masalah kualitas jasa yang diberikan oleh perusahaan belum maksimal dimana pelanggan belum merasa puas terhadap bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*).

Berdasarkan pernyataan diatas adapun perumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana pengaruh dimensi kualitas jasa yang terdiri dari bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Padang baik secara simultan maupun secara parsial.

## METODOLOGI PENELITIAN

Ruang lingkup dalam penelitian ini adalah mengenai pengaruh dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kota Padang. Penelitian ini difokuskan pada pengaruh dimensi kualitas jasa yang terdiri dari bukti fisik (*tangible*), kehandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Padang. Penelitian yang penulis lakukan ini merupakan penelitian Deskriptif Asosiatif. Menurut Iskandar (2009:61) bahwa “penelitian deskriptif asosiatif merupakan penelitian yang memberikan uraian mengenai fenomena atau gejala sosial yang diteliti dengan mendeskripsikan tentang nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih berdasarkan indikator-indikator dari yang diteliti guna untuk mengetahui pengaruh antara dua variabel atau lebih, atau pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat”.

Penelitian ini dilakukan di daerah kota padang. Penelitian ini dilaksanakan selama satu bulan yaitu pada bulan Desember 2013. Target atau sasaran dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PDAM Kota Padang yang masih aktif sampai tahun 2013 sebanyak 75.094 pelanggan. Subjek penelitian ini adalah pelanggan PDAM Kota Padang sebanyak 100 pelanggan yang diperoleh dengan menggunakan rumus slovin. Adapun prosedur dalam penelitian ini adalah observasi dan angket,. Alat pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket atau kuesioner yang disebar pada Pelanggan PDAM Kota Padang yang menjadi sampel dalam penelitian ini. Penyusunan angket atau kuesioner berpedoman kepada skala likert yang berguna untuk menyatakan besar persetujuan responden terhadap pernyataan-pernyataan yang diberikan dengan beberapa alternatif jawaban.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linear berganda.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### a. Karakteristik Responden

#### 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin di dapatkan bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak 8 orang dibandingkan dengan responden laki-laki dimana jumlah responden perempuan adalah 54 orang atau 54% sedangkan jumlah responden laki-laki adalah 46 orang atau 46%. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah responden perempuan lebih banyak berpartisipasi dibandingkan responden laki-laki.

## 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Klasifikasi jumlah responden berdasarkan usia, dimana jumlah responden yang berusia antara 18-25 tahun adalah sebanyak 20 orang atau 20% dari total responden, kemudian jumlah responden yang berusia antara 26-35 tahun adalah 42 orang atau 42%. Selanjutnya jumlah responden yang berusia antara 26-45 tahun adalah sebanyak 23 orang atau 23%, sedangkan jumlah responden yang berusia antara 46-55 tahun adalah sebanyak 11 orang atau 11% dan jumlah responden yang berusia diatas 55 tahun hanya berjumlah 4 orang atau 4%. Dari keseluruhan jumlah responden maka didapatkan jumlah responden yang paling banyak berpartisipasi adalah responden yang berusia antara 26-35 tahun yaitu sebanyak 42 orang atau 42%, dibandingkan dengan jumlah responden usia lainnya.

## 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan

Berdasarkan pengelompokan responden berdasarkan jenis pekerjaan, maka dapat dilihat bahwa jumlah responden yang bekerja sebagai pegawai negeri adalah sebanyak 27 orang atau 27%, selanjutnya dari total responden dengan jenis pekerjaan pegawai swasta didapatkan sebanyak 25 orang atau 25%. Kemudian jumlah responden yang bekerja sebagai wiraswasta adalah sebanyak 8 orang atau 8%, sedangkan jumlah responden yang bekerja sebagai staf pengajar atau dosen hanya berjumlah 4 orang atau 4%, kemudian jumlah responden yang bekerja sebagai pelajar atau mahasiswa adalah sebanyak 16 orang atau 16% dan jumlah pelanggan yang memiliki pekerjaan lain didapatkan sebanyak 20 orang atau 20%.

Dari klasifikasi responden di atas, maka didapatkan bahwa jumlah responden yang terbanyak adalah responden yang memiliki pekerjaan sebagai pegawai negeri yaitu 27 orang atau 27% dan jumlah terbanyak yang kedua adalah responden yang bekerja sebagai pegawai swasta yaitu 24 orang atau 24% dibandingkan jumlah responden yang memiliki jenis pekerjaan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang bekerja sebagai pegawai negeri dan pegawai swasta lebih banyak berpartisipasi dibandingkan responden yang memiliki pekerjaan lain.

## 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Berdasarkan pengelompokan responden berdasarkan jumlah pendapatan, dapat dilihat jumlah responden yang memiliki penghasilan < Rp. 1.000.000 adalah sebanyak 27 orang atau 27%, jumlah responden yang memiliki penghasilan dari Rp. 1.100.000 s/d Rp. 2.000.000 adalah sebanyak 36 orang atau 36%, kemudian jumlah responden yang memiliki penghasilan dari Rp. 2.100.000 s/d Rp. 3.000.000 adalah sebanyak 30 orang atau 30%, sedangkan jumlah responden yang memiliki penghasilan diatas Rp. 3.000.000 adalah sebanyak 7 orang atau 7%. Dengan demikian maka diperoleh jumlah responden yang paling banyak berpartisipasi dalam penelitian ini adalah responden yang memiliki penghasilan dari Rp. 1.100.000 s/d Rp. 2.000.000 yaitu sebanyak 36% dari keseluruhan responden, kemudian jumlah responden yang paling sedikit adalah responden yang memiliki penghasilan diatas Rp. 3.000.000 yaitu hanya sebanyak 7% dari keseluruhan responden.

### b. Analisis Deskriptif

Berdasarkan data yang diperoleh, tingkat pencapaian responden secara keseluruhan pada variabel bukti fisik (*tangible*) dapat diketahui bahwa rata-rata skor adalah sebesar 2,44% dengan TCR sebesar 48,7% hal ini menunjukkan bahwa tingkat pencapaian responden untuk bukti fisik dapat dinyatakan sedang karena berada pada rentang skala antara 41-60%. Tingkat pencapaian responden secara keseluruhan pada variabel kehandalan (*reliability*) dapat diketahui bahwa rata-rata skor adalah sebesar 2,13% dengan TCR sebesar 43,1% hal ini menunjukkan bahwa tingkat pencapaian responden untuk bukti fisik dapat dinyatakan sedang karena berada pada rentang skala antara 41-60%.

Kemudian tingkat pencapaian responden secara keseluruhan pada variabel daya tanggap (*responsiveness*) dapat diketahui bahwa rata-rata skor adalah sebesar 2,37% dengan TCR sebesar 47,5% hal ini menunjukkan bahwa tingkat pencapaian responden untuk bukti fisik dapat dinyatakan sedang karena berada pada rentang skala antara 40-61%, dan tingkat pencapaian responden secara keseluruhan pada variabel jaminan (*assurance*) dapat diketahui bahwa rata-rata skor adalah sebesar 2,33% dengan TCR sebesar 46,75% hal ini menunjukkan bahwa tingkat pencapaian

responden untuk jamianan dapat dinyatakan sedang karena berada pada rentang skala antara 41-60%.

selanjutnya Secara keseluruhan pada variabel empati (*emphaty*) dapat diketahui bahwa rata-rata skor adalah sebesar 2,42% dengan TCR sebesar 48,45% dimana tingkat pencapaian responden untuk empati dapat dinyatakan sedang karena berada pada rentang skala antara 41-60%.

### c. Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan dengan pengujian normalitas berdasarkan kepada koefisien keruncingan (*kurtosis*) dan koefisien kemiringan (*skewness*). Dimana uji ini dilakukan dengan membandingkan statistic Jarque-Bera (JB) dengan nilai  $X^2$  tabel.

$$JB = N \left[ \frac{S^2}{6} + \frac{(K-3)^2}{24} \right]$$

$$JB = N \left[ \frac{0,201^2}{6} + \frac{(0,477-3)^2}{24} \right] = 26,238$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diperoleh nilai statistik Jarque-Bera (JB) sebesar 26,238 sedangkan nilai  $X^2$  tabel dengan nilai df 0,05 adalah 124,342. Karena nilai statistik Jarque-Bera (JB) < nilai  $X^2$  tabel 124,342, maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa nilai residual tersandarisasi berdistribusi normal.

#### 2. Uji Autokorelasi

uji autokorelasi merupakan uji yang bertujuan untuk mengetahui apakah ada korelasi antara anggota serangkaian data observasi yang diuraikan menurut waktu (*time-series*) atau ruang (*cross section*). Uji statistik yang digunakan untuk menguji autokorelasi adalah uji Durbin-Watson (DW) dengan menggunakan bantuan program SPSS v. 16.

**Tabel 2. Hasil Uji Autokorelasi**

Model Summaryb

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.897a	.753	.707	2.86746	1.615

Sumber : *Olahan Data Primer, 2013*

Dari hasil uji Durbin-Watson (DW) menunjukkan nilai sebesar 1,615. Nilai tersebut jika dibandingkan dengan nilai tabel menggunakan derajat kepercayaan 5% atau 0,05, dengan jumlah sampel 100 dan variabel bebas atau independen (k) sebanyak 6 variabel, maka nilai Durbin-Watson (DW) dL sebesar 1,571 dan dU sebesar 1,780. Nilai Durbin-Watson (DW) sebesar 1,615 lebih besar dari pada nilai dL yaitu 1,571 dan kurang dari nilai dU yaitu sebesar 1,780. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada autokorelasi yang positif. Hal ini dapat dikatakan bahwa tidak ada korelasi antara anggota serangkaian data observasi. Dengan demikian data tersebut layak untuk diuji lebih lanjut.

#### 3. Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011: 110) uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidak samaan *variance* dari residual satu pengamatan yang lain. Jika *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas.

Menurut Suliyanto (2011: 98) cara yang digunakan dalam penelitian ini untuk mendeteksi adanya heteroskedastisitas adalah dengan metode gletser residual, jika terdapat pengaruh variabel bebas yang signifikan terhadap nilai mutlak residual maka dalam model terdapat masalah heteroskedastisitas.

**Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.003	1.151		.872	.385
Bukti fisik	.061	.088	.113	.695	.489
Kehandalan	.056	.072	.080	.780	.437
Daya Tanggap	-.004	.093	-.007	-.042	.966
Jaminan	.023	.065	.037	.354	.724
Empati	-.015	.066	-.024	-.237	.813

a. Dependent Variable: ABRESID

Sumber : *Olahan Data Primer, 2013*

Berdasarkan hasil pengujian heteroskedastisitas diatas, gejala heteroskedastisitas ditunjukkan oleh koefisien masing-masing variabel bebas terhadap nilai absolute residualnya. Jika nilai probabilitas lebih besar dari nilai alpha (Sig > 0,05) maka dipastikan metode tidak terjadi heteroskedastisitas. Dengan demikian berdasarkan data diatas maka dapat disimpulkan bahwa nilai signifikan variabel bukti fisik  $0,489 > 0,05$ , kehandalan  $0,437 > 0,05$ , daya tanggap  $0,966 > 0,05$ , jaminan  $0,724 > 0,05$  dan variabel empati  $0,813 > 0,05$ . Dengan demikian maka model regresi dapat disimpulkan tidak terdapat heteroskedastisitas.

#### 4. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas dilakukan untuk melihat apakah pada model regresi ditemukan adanya korelasi anatar variabel independen. Dalam penelitian ini pengujian multikolinearitas dilakukan dengan menggunakan *variance inflation factor* (VIF) dan *tolerance value* (TOL). Dimana model regresi yang dikatakan bebas dari multikolinearitas adalah Jika nilai VIF lebih kecil dari 10 dan mempunyai angka *Tolerance* mendekati 1.

**Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas**

Variabel	Collinearity Statistic		Keterangan
	Tol	VIF	
Bukti Fisik (X1)	0.391	2.555	Tidak terjadi multikolinearitas
Keandalan (X2)	0.983	1.017	Tidak terjadi multikolinearitas
Daya Tanggap (X3)	0.400	2.499	Tidak terjadi multikolinearitas
Jaminan (X4)	0.947	1.056	Tidak terjadi multikolinearitas
Empati (X5)	0.993	1.007	Tidak terjadi multikolinearitas

Sumber : *Olahan Data Primer, 2013*

Kelima variabel bebas (independen) bukti fisik (tangible), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (emphaty) telah memiliki nilai tolerance mendekati 1 dan memiliki nilai VIF lebih kecil dari 10. Dengan demikian kelima variabel bebas tersebut telah memenuhi persyaratan asumsi klasik dan dinyatakan tidak terjadi multikolinearitas.

#### d. Uji Regresi Linear Berganda

Uji regresi berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara dimensi kualitas jasa yang terdiri dari bukti fisik (tangible), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (emphaty) terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kota Padang.

$$Y = 16,890 + 0,028X_1 + 0,247X_2 + 0,407X_3 + 0,057X_4 - 0,166X_5 + 1,794$$

Dari persamaan regresi linear berganda diatas dapat dilihat bahwa nilai konstanta sebesar 16,890 hal ini dapat dinyatakan bahwa jika tidak ada variabel bukti fisik (*tangible*), kehandalan

(*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*, dan empati (*emphaty*) maka kepuasan pelanggan (Y) memiliki nilai sebesar 16,890.

Nilai koefisien regresi linear berganda yang didapatkan dari variabel bukti fisik (*tangible*) sebesar 0,028. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel bukti fisik (*tangible*) maka akan menyumbang kenaikan pada variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,028 satuan.

Kemudian dari variabel kehandalan (*reliability*) nilai koefisien regresi linear berganda sebesar 0,247, menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel kehandalan (*reliability*) akan menyumbang kenaikan pada variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,247 satuan.

Sementara dari variabel daya tanggap (*responsiveness*) nilai koefisien regresi linear berganda sebesar 0,407, Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel daya tanggap (*responsiveness*) maka akan menyumbang kenaikan pada variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,407 satuan.

Selanjutnya pada variabel jaminan (*assurance*) nilai koefisien regresi linear berganda sebesar 0,057, Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel jaminan (*assurance*) maka akan menyumbang kenaikan pada variabel kepuasan pelanggan sebesar 0,057 satuan.

Sedangkan variabel empati (*emphaty*) nilai koefisien regresi linear berganda yang didapatkan sebesar -0,166 menunjukkan angka yang negatif. Hal ini menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu satuan variabel empati (*emphaty*) akan menurunkan nilai variabel kepuasan pelanggan sebesar (0,166) satuan.

### 1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Nilai  $R$  Square sebesar 0,753 hal ini dapat mengidentifikasi bahwa variasi proporsi yang menjelaskan kontribusi dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 75,3% sedangkan sisanya 24,7% ditentukan oleh faktor atau variabel selain dimensi kualitas jasa

#### e. Pengujian Hipotesis

##### a. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing (parsial) variabel bebas terhadap variabel terikat.

**Tabel 5. Hasil Uji t**

Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	16.890	1.794		9.413	.000
X1	.028	.138	.029	.202	.841
X2	.247	.113	.198	2.193	.031
X3	.407	.144	.399	2.818	.006
X4	.057	.101	.052	.567	.572
X5	-.166	.102	-.146	-1.621	.108

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : *Olahan Data Primer, 2013*

Pada variabel bukti fisik nilai signifikansi sebesar  $0,841 > 0,05$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, hal ini berarti variabel bukti fisik (*tangible*) tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini berarti hipotesis pertama ditolak dengan menerima  $H_o$  dan menolak  $H_a$ . Pada variabel kehandalan nilai signifikansi sebesar  $0,031 < 0,05$ , maka  $H_a$

diterima dan  $H_0$  ditolak, hal ini berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara variabel kehandalan (*reliability*) terhadap variabel kepuasan pelanggan, hal ini berarti hipotesis kedua diterima dengan menerima  $H_a$  dan menolak  $H_0$ .

Kemudian Pada variabel daya tanggap nilai signifikansi sebesar  $0,006 < 0,05$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, hal ini berarti terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara daya tanggap (*responsiveness*) terhadap kepuasan pelanggan, hal ini berarti hipotesis ketiga diterima dengan menerima  $H_a$  dan menolak  $H_0$ . Pada variabel jaminan nilai signifikansi sebesar  $0,572 > 0,05$ , maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, hal ini berarti variabel jaminan (*assurance*) tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, hal ini berarti hipotesis keempat ditolak dengan menerima  $H_0$  dan menolak  $H_a$ . Pada variabel empati nilai signifikansi sebesar  $0,108 > 0,05$ , maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, hal ini berarti variabel empati (*emphaty*) tidak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan, hal ini berarti hipotesis kelima ditolak dengan menerima  $H_0$  dan menolak  $H_a$ .

#### b. Uji F

**Tabel 6. Hasil Uji F**

ANOVA<sup>b</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regresion	253.292	5	50.658	6.161	.000 <sup>a</sup>
Residual	772.898	94	8.222		
Total	1026.190	99			

Sumber : *Olahan Data Primer, 2013*

Nilai F hitung sebesar 6,161 dengan nilai signifikan sebesar 0,000. Nilai Sig < dari yaitu ( $0,000 < 0,05$ ) dengan demikian dapat diartikan variabel bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### Pembahasan

#### a. Pengaruh bukti fisik (*tangible*) terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel bukti fisik tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kota Padang. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian regresi berganda bukti fisik ( $X_1$ ) sebesar 0,028 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,841 > 0,05$ .

Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Muhammad Ashri (2007), yang menyatakan bahwa bukti fisik (*tangible*) tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Bukti fisik merupakan fasilitas fisik yang diberikan PDAM Kota Padang kepada pelanggan dengan indikator Aspek-aspek nyata yang dapat dilihat secara fisik. Berdasarkan hasil penelitian ini bukti fisik (*tangible*) tidak memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan hal ini dapat disebabkan bahwa masih terdapat indikator lain yang menjadi prioritas pelanggan dalam menilai kualitas jasa PDAM Kota Padang untuk mendapatkan kepuasan. Nilai TCR yang diperoleh dari variabel bukti fisik (*tangible*) adalah sebesar 48,7% dan dinyatakan kategori sedang.

#### b. Pengaruh kehandalan (*reliability*) terhadap kepuasan pelanggan

Berdasarkan hasil uji regresi berganda yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel kehandalan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kota Padang. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian regresi berganda kehandalan ( $X_2$ ) sebesar 0,247 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,031 < 0,05$ . Hasil temuan ini mendukung hasil penelitian Muhammad Ashri (2007) dan Aryani (2010).

Kehandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera akurat dan memuaskan oleh PDAM Kota Padang dengan indikator kemampuan karyawan untuk menunjukkan atau melaksanakan jasa yang dijanjikan secara tepat dan dapat dipercaya. Dalam penelitian ini dinyatakan bahwa kehandalan (*reliability*) memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kota Padang. Hal ini dapat disebabkan bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh kehandalan pelayanan jasa yang diberikan oleh karyawan PDAM Kota Padang, Dengan demikian dapat dinyatakan bahwa semakin andal hasil yang diperlihatkan oleh karyawan dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan maka semakin tinggi tingkat kehandalan pelayanan pada PDAM Kota Padang sehingga akan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Dalam penelitian ini nilai TCR variabel daya tanggap (*reliability*) adalah sebesar 43,1% dan dinyatakan kategori sedang.

#### **c. Pengaruh daya tanggap (*responsiviness*) terhadap kepuasan pelanggan**

Daya tanggap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kota Padang. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian regresi berganda daya tanggap (X3) sebesar 0,407 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,006 < 0,05$ . Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Aryani (2010), dan Yusnaini (2010).

Daya tanggap (*responsiveness*) merupakan keinginan dan kesediaan para karyawan PDAM Kota Padang untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan yang tanggap dengan indikator Kerelaan untuk membantu pelanggan untuk memberikan jasa yang tepat. Berdasarkan hasil penelitian ini, daya tanggap (*responsiveness*) mempengaruhi kepuasan pelanggan. Hal ini dapat disebabkan bahwa pelanggan menginginkan agar karyawan PDAM Kota Padang melakukan pelayanan jasa yang tanggap sehingga dapat memberikan kepuasan pelanggan. Nilai TCR yang diperoleh dari variabel daya tanggap (*responsiveness*) adalah sebesar 47,5% dan dinyatakan kategori sedang.

#### **d. Pengaruh jaminan (*assurance*) terhadap kepuasan pelanggan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel jaminan tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kota Padang. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian regresi berganda Jaminan (X4) sebesar 0,057 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,572 > 0,05$ . Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian yang dilakukan Muhammad Ashri (2007), Windarti (2012), Dibyantoro (2012), dan Yusnaini (2010).

Jaminan (*assurance*) merupakan pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan PDAM Kota Padang untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan indikator pengetahuan, kesopanan dan kemampuan karyawan untuk menyampaikan kepercayaan dan keyakinan kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa aman atau terjamin. jaminan pelayanan jasa yang diberikan PDAM Kota Padang tidak terlalu menjadi persoalan pada pelanggan untuk memperoleh kepuasan pelayanan jasa dari PDAM Kota Padang atau mungkin dikarenakan adanya variabel lain yang menjadi prioritas pelanggan dalam menilai kualitas layanan pada PDAM Kota Padang sehingga terciptanya kepuasan pelanggan. Nilai TCR yang diperoleh pada variabel jaminan (*responsiveness*) adalah sebesar 46,75% dan dinyatakan kategori sedang.

#### **e. Pengaruh empati (*emphaty*) terhadap kepuasan pelanggan**

Berdasarkan hasil pengujian pada regresi berganda yang dilakukan dapat diketahui bahwa variabel empati tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kota Padang. Hal ini dibuktikan dengan hasil pengujian regresi berganda bukti fisik (X1) sebesar -0,166 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,108 > 0,05$ . Hasil penelitian ini mendukung hasil penelitian Windarti (2012).

Empati merupakan kemudahan dalam menjalin hubungan, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan dari karyawan PDAM Kota Padang dengan indikator perhatian atau pemahaman karyawan secara pribadi kepada pelanggan. berdasarkan hasil penelitian variabel empati (*emphaty*) tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Padang hal ini dapat disebabkan bahwa variabel empati (*emphaty*) dapat dikatakan tidak terlalu

menjadi prioritas pelanggan dalam menilai kualitas jasa yang diberikan oleh PDAM Kota Padang atau dapat disebabkan karena masih terdapat variabel lain yang mampu menjelaskan kualitas pelayanan PDAM Kota Padang sehingga terciptanya kepuasan pelanggan. Nilai TCR yang diperoleh pada variabel empati (*emphaty*) adalah sebesar 48,45% dan dinyatakan dalam kategori sedang.

## **PENUTUP**

Dari hasil penelitian yang dilakukan mengenai pengaruh dimensi kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kota Padang, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan bahwa Bukti fisik (*tangible*) tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kota Padang. Keandalan (*reliability*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kota Padang. Daya tanggap (*responsiveness*) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kota Padang. Jaminan (*assurance*) tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kota Padang. Empati (*emphaty*) tidak memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Kota Padang.

Berdasarkan pengujian hipotesis dengan menggunakan uji F, uji hipotesis secara bersama-sama (simultan) maka, dapat dilihat bahwa kelima variabel bebas yaitu bukti fisik ( $X_1$ ), keandalan ( $X_2$ ), daya tanggap ( $X_3$ ), jaminan ( $X_4$ ), empati ( $X_5$ ) secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap kepuasan pada PDAM Kota Padang.

Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) yang menunjukkan variabel bukti fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*) menjelaskan kepuasan pelanggan pada PDAM Kota Padang yaitu sebesar 75,3% ( $R\ square = 0,753$ ), sedangkan sisanya 24,7% dijelaskan oleh variabel lain selain dimensi kualitas jasa dalam penelitian ini.

PDAM Kota Padang perlu mempertahankan dan meningkatkan ketanggapan dan kehandalan pelayanan dengan memperhatikan indicator-indikator dari variabel daya tanggap (*responsiveness*) dan variabel kehandalan (*reliability*) agar dapat meningkatkan kepuasan pelanggannya dan tanpa mengabaikan variabel lain dalam penelitian ini yaitu bukti fisik (*tangible*), Jaminan (*assurance*) dan empati (*emphaty*). Bagi peneliti yang akan datang, dengan penelitian ini penulis menyarankan agar menggunakan variabel yang lain untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, sampel yang lebih banyak, agar hasil yang ditemukan lebih baik dalam penelitian selanjutnya.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ghozali, Imam. (2011). Aplikasi Analisis Multivariante Dengan Program SPSS. BP Undip, Semarang.
- Iskandar. (2009). Metodologi Penelitian Pendidikan Dan Sosial. Jakarta: Gaung Prasada Pres.
- Kotler, Philip.(2000). *Marketing Manajement*. Upper sadle river.
- Suliyanto. (2011). Ekonom etrika Terapan:Teori dan Aplikasi dengan SPSS. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandi. (1997). *Total Quality Service*. Edisi Pertama, Yogjakarta.