

Analisis Kepuasan Pelanggan Dengan Metode Servqual Pada Pdam Tirta Wijaya Cilacap

Sakuri Dahlan¹, Suparman²

^{1,2} Teknik Industri STT Wiworotomo Purwokerto
Jl. Semangir No. 1 Purwokerto
email: sakuri@gmail.com¹

Abstrak

Kepuasan pelanggan suatu layanan yang harus ditingkatkan sepanjang waktu, tuntutan para pelanggan yang selalu berharap pelayanan optimal dari para penyedia jasa dengan menciptakan persepsi kepuasan sebagai akibat dari terpenuhinya harapan pelanggan perlu adanya evaluasi dan analisis terhadap kepuasan pelanggan akan jasa atau pelayanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Wijaya Cilacap Cabang Maos diawali dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 99 responden/pelanggan aktif, atribut kuesioner terdiri dari 19 atribut pernyataan pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Wijaya Cilacap cabang Maos yang terbagi atas persepsi dan harapan pelanggan. Penelitian untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dengan mengidentifikasi variabel – variabel kinerja/persepsi dan harapan/ekspektasi pelanggan tingkat kepentingan pelanggan terhadap dimensi pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Wijaya Cilacap cabang Maos. Hasil analisis diketahui variabel yang perlu mengalami perbaikan dengan metode Servqual yang terdiri dari 19 variabel dengan 5 dimensi yaitu bukti fisik (tangible), kehandalan (reliability), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance) dan empati (empathy) dengan hasil nilai variabel 18 negatif, 1 nilai nol dan keseluruhan dimensi bernilai negatif, yang berarti bahwa 1 variabel mencapai kepuasan sedangkan variabel yang lain pelanggan belum memperoleh kepuasan

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, harapan/ekspektasi dan Kinerja/persepsi

1. Pendahuluan

Seiring berkembangnya otonomi dan reformasi, terdapat tiga fungsi pemerintahan yaitu fungsi penyelenggaraan pemerintahan, fungsi penyelenggaraan pembangunan, dan fungsi penyelenggaraan pelayanan kepada masyarakat. Dalam kapasitasnya sebagai penyelenggara pelayanan publik, pemerintah dituntut untuk memenuhi dan meningkatkan kualitas pelayanan publik. Salah satu bentuk pelayanan publik di bidang pemerintahan adalah pelayanan air minum yang dikelola oleh PDAM Tirta Wijaya Cilacap. Riset tentang kepuasan masyarakat terhadap pelayanan publik pada umumnya masih jarang dilakukan oleh pemerintah daerah, sehingga takaran untuk mengetahui sejauh mana efektivitas berbagai pelayanan publik khususnya dilihat dari kepuasan masyarakat pengguna juga belum diketahui. Berbicara mengenai “pelayanan” khususnya “kualitas pelayanan”, maka “kepuasan pelanggan” bisa digunakan sebagai barometer kualitas. Kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah pemakaian^[1].

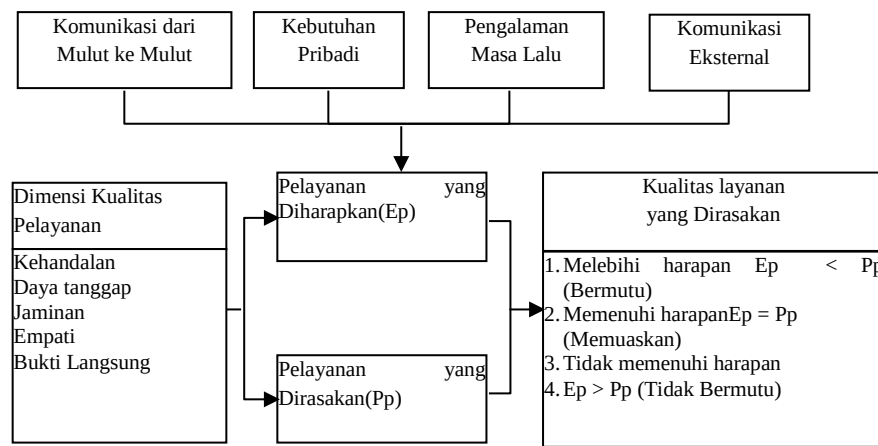
Dari beberapa definisi tersebut, ternyata terdapat persamaan yaitu menyangkut komponen kepuasan pelanggan (harapan dan persepsi yang dirasakan). Adapun tujuan utama pelayanan di PDAM dalam memberikan pelayanan adalah tercapainya kepuasan pelanggan yang ditandai dengan berkurangnya keluhan (*complain*) dari para pelanggan. Mengacu pada hal tersebut, maka pihak manajemen perlu melakukan suatu riset untuk mengetahui harapan konsumen yang sebenarnya sehingga tidak timbul suatu gap antara keinginan dan harapan konsumen terhadap kualitas layanan yang diterimanya^{[1][2]}. Adapun

penelitian yang dilakukan di PDAM Tirta Wijaya Cilacap bertujuan untuk menganalisa kepuasan pelanggan terhadap kualitas layanan, dengan mempertimbangkan gap yang ada sehingga diharapkan bisa memberikan suatu rancangan strategi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan. Untuk membatasi serta menyederhanakan permasalahan agar sesuai dengan tujuan penelitian maka ditetapkan batasan-batasan permasalahan yang digunakan yaitu Konsumen yang dilibatkan dalam penelitian ialah Pelanggan PDAM TirtaWijaya Cilacap Cabang Maos sebanyak 99 pelanggan, data diambil secara sampling acak (*random*).

3. Metodologi

3.1. Konsep Kualitas layanan

Konsep kualitas layanan yang diharapkan dandirasakan ditentukan oleh kualitas layanan. Persepsi yang memengaruhi pelayanan yang diharapkan ($E_p = \text{Expectation}$) dan pelayanan yang dirasakan ($P_p = \text{Perception}$) yang membentuk adanya konsep kualitas layanan^[3].

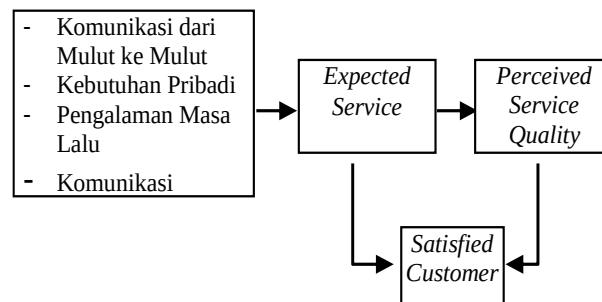


Gambar 2.1. Penilaian Pelanggan terhadap Kualitas layanan ^[3]

Konsep kualitas layanan dari harapan yang diharapkan seperti dikemukakan di atas, ditentukan oleh empat faktor, yaitu:

1. Komunikasi dari mulut ke mulut (*word of mouth communication*),
2. Kebutuhan pribadi (*personal need*).
3. Pengalaman masa lalu (*past experience*).
4. Komunikasi eksternal (*company's external communication*)

Konsep dan teori mengenai kepuasan pelanggan ^[4] Lebih jelasnya dapat dilihat pada model di bawah ini:



Gambar 2.2 Model Expectancy Disconfirmation ^[5]

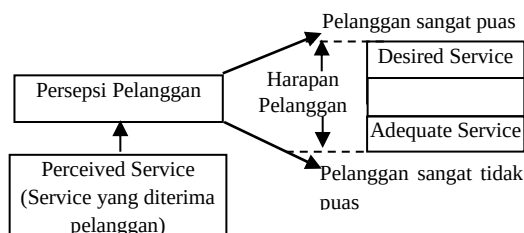
ITEKS
Intuisi Teknologi Dan Seni

=====

Kualitas layanan yang dikemukakan^[5] sebagai berikut:

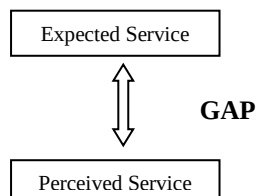
1. Dayatanggap (*Responsiveness*)
2. Jaminan (*Assurance*)
3. Bukti Fisik (*Tangible*)
4. Empati (*Empathy*)
5. Keandalan (*Reliability*)

Kepuasan pelanggan terhadap suatu jasa ditentukan oleh tingkat kepentingan pelanggan sebelum menggunakan jasa dibandingkan dengan hasil persepsi pelanggan terhadap jasa tersebut setelah pelanggan merasakan kinerja jasa tersebut. Lebih jelasnya dapat dilihat Gambar 2.3 berikut:



Gambar 2.3 Proses Kepuasan Pelanggan ^[6]

Kesenjangan merupakan ketidak sesuaian antara pelayanan yang dipersepsikan (*perceived service*) dan pelayanan yang diharapkan (*expected service*).



Gambar 2.4 Kesenjangan yang Dirasakan oleh Pelanggan ^{[6][7]}

Kesenjangan terjadi apabila pelanggan mempersepsikan pelayanan yang diterimanya lebih tinggi dari pada *desired service* atau lebih rendah dari pada *adequate service* kepentingan pelanggan tersebut. Berdasarkan *gaps model of service quality*, ketidaksesuaian muncul kesenjangan (gap), yaitu kesenjangan yang bersumber dari sisi penerima pelayanan (pelanggan)^[7]. Kepuasan pelanggan dapat dinyatakan sebagai suatu rasio atau perbandingan dengan merumuskan persamaan kepuasan pelanggan sebagai berikut: $Z = X/Y$, dimana Z adalah kepuasan pelanggan, X adalah kualitas yang dirasakan oleh pelanggan dan Y adalah kebutuhan / Harapan.

2. Metode Penelitian

2.1. Lokasi Penelitian Dan Objek Penelitian

- a. Lokasi Penelitian; Penelitian ini dilaksanakan di Kota Maos.
- b. Objek Penelitian ; Objek penelitian hanya dibatasi pada pelanggan rumah tangga yang menyangkut kualitas pelayanan, seperti keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan berwujud (*tangible*).

ITEKS

Intuisi Teknologi Dan Seni

- =====
- c. Identifikasi permasalahan; Objek penelitian hanya dibatasi pada pelanggan rumah tangga yang menyangkut kualitas pelayanan, seperti keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*), empati (*emphaty*), dan berwujud (*tangible*).
 - d. Perumusan Masalah dan Penetapan Tujuan Penelitian; Setelah diketahui sumber masalahnya, maka dalam tahap ini dirumuskan masalah yang timbul dalam penelitian ini, dan selanjutnya ditetapkan tujuan penelitian agar selama penelitian ini berjalan tetap memiliki arah yang jelas.

3.2. Metode Service Quality (Servqual)

Langkah - langkah yang perlu dilakukan pada metode Servqual^[3] adalah sebagai berikut:

1. Tentukan rata-rata nilai kinerja / persepsi (y) untuk setiap variabel.

$$\bar{y} = \frac{\sum y_i}{n}$$

Keterangan

$\bar{y}$ = Nilai rata-rata Kinerja / Persepsi pelanggan

$\sum y_i$ = Jumlah bobot jawaban responden

n = Jumlah responden

2. Tentukan rata-rata nilai harapan / ekspektasi (x) untuk setiap variabel.

$$\bar{x} = \frac{\sum x_i}{n}$$

Keterangan

$\bar{x}$ = Nilai rata-rata harapan / ekspektasi pelanggan

$\sum x_i$ = Jumlah bobot jawaban responden

n = Jumlah responden

3. Tentukan Servqual Score (S) untuk setiap variabel

$$SQ = \bar{y} - \bar{x}$$

Keterangan

SQ = Nilai gap

$\bar{y}$ = Nilai rata-rata persepsi

$\bar{x}$ = Nilai rata-rata harapan

Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu harapan / ekspektasi pelayanan dan kinerja / persepsi pelayanan. Jadi *servqual* adalah suatu metode untuk mengukur kualitas layanan.

Jumlah populasi dari pelanggan di PDAM Tirta Wijaya Cilacap cabang Maos diketahui, sehingga metode yang digunakan untuk penentuan ukuran sampel adalah pendapat Slovin, dengan persentase kelonggaran ketidaktelitian 10%, dengan rumus : $n = \frac{N}{1 + Ne^2}$

N = ukuran populasi

n = ukuran sampel

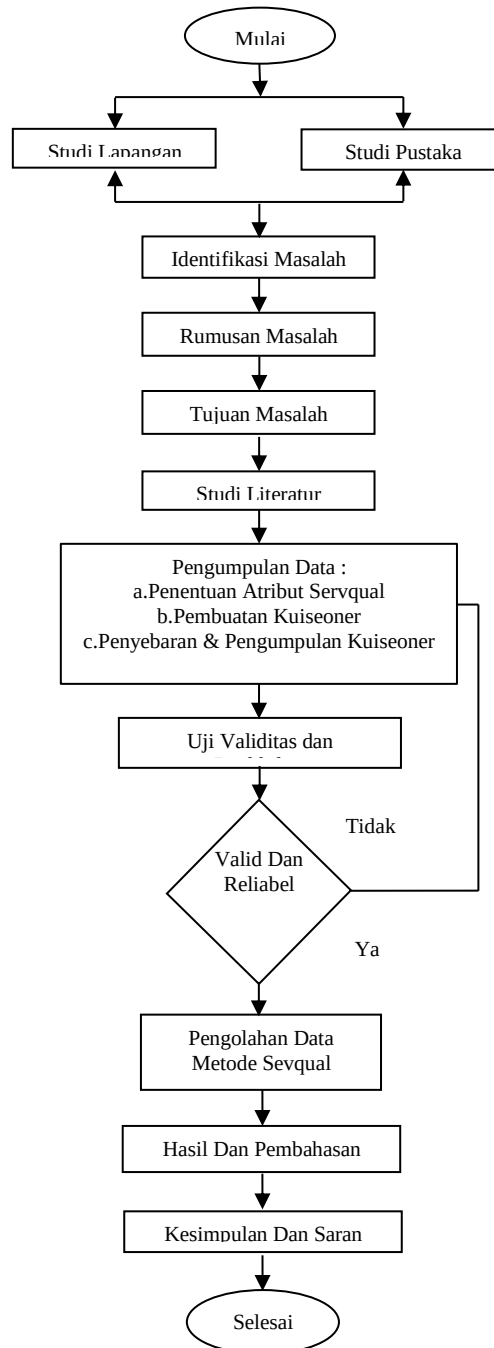
e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan Sampel yang masih dapat ditolerir.

Dengan menggunakan rumus tersebut diperoleh sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{7.050}{1 + 7.050(10)^2}$$
$$n = 98.583$$

Jumlah sampel dibulatkan menjadi 99 responden



Gambar 2.1 Flowchart penelitian

ITEKS
Intuisi Teknologi Dan Seni

=====

a. Penentuan Atribut *SERVQUAL*

Pada tahap ini terlebih dahulu dilakukan pengumpulan data dengan mengidentifikasi dimensi *SERVQUAL*, untuk menilai kualitas yang kemudian mengidentifikasi atribut-atribut dari masing-masing dimensi dan juga menentukan skala penilaian pelanggan.

b. Pembuatan Kuesioner

Penyusunan pertanyaan kuesioner ini didasarkan pada pengamatan langsung di lapangan.

c. Penyebaran Kuesioner

Penyebaran dan Pengumpulan data kuesioner dilakukan selama 30 hari sejak tanggal 1 Juni hingga 30 Juni 2015. Penyebaran kuesioner dilakukan di Wilayah PDAM Tirta Wijaya Cilacap Cabang Maos. Berdasarkan data yang telah diperoleh selanjutnya dilakukan pengolahan data berdasarkan metode *SERVQUAL*.

3. Hasil Dan Pembahasan

3.1. Pelayanan PDAM TIRTA WIJAYA Cilacap Cabang Maos.

PDAM Tirta Wijaya Cilacap Cabang Maos dengan cakupan pelayanan meliputi dua Kecamatan yaitu Kecamatan Maos dan Kecamatan, jumlah pelanggan sebanyak 5.957 Pelanggan dan Kecamatan Sampang sejumlah pelanggan 1.093 pelanggan, total pelanggan pada Bulan Juni 2015 adalah 7.050 pelanggan Aktif

3.2 Karakteristik Responden

a. Karakteristik Responden menurut Umur

Tabel. 3.1 Karakteristik Usia Responden

No	Umur	Jumlah	Persentase
1	21 – 30	14	14,14%
2	31 – 40	29	29,29%
3	41 – 50	31	31,31%
4	50 Tahun	25	25,25%
Jumlah		99	100,00%

b. Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin

Tabel. 3.2 Karakteristik Jenis Kelamin Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase
1	Laki-Laki	41	41,41%
2	Perempuan	58	58,59%
Jumlah		99	100,00%

c. Karakteristik Responden menurut Pendidikan

Tabel. 3.3 Karakteristik Pendidikan Responden

No	Pendidikan	Jumlah Responden	Persentase
1	Sekolah Dasar	17	17,17%
2	Sekolah Lanjutan Pertama	12	12,12%
3	Sekolah Lanjutan Atas	42	42,42%
4	Sarjana	25	25,25%
5	Pasca Sarjana	3	3,03%
Jumlah		99	100,00%

ITEKS
Intuisi Teknologi Dan Seni

d. Karakteristik Responden menurut Pekerjaan

Tabel. 3.4 Karakteristik Pekerjaan Responden

No	Pekerjaan	Jumlah Responden	Persentase
1	Pegawai Negeri	10	10,10%
2	BUMN	15	15,15%
3	Pegawai Swasta	29	29,29%
4	Buruh	28	28,28%
5	Pensiunan	17	17,17%
Jumlah		99	100,00%

e. Karakteristik Responden menurut Lama Menjadi Pelanggan

Tabel. 3.5 Karakteristik Lama Menjadi Responden

No	Lama Langganan	Jumlah Responden	Persentase
1	01 – 04 Tahun	37	37,37%
2	05 – 08 Tahun	23	23,23%
3	09 – 12 Tahun	22	22,22%
4	13 – 16 Tahun	5	5,05%
5	17 Tahun keatas	12	12,12%
Jumlah		99	100,00%

3.1.1. Uji Validitas Kuesioner

Pengujian validitas kuesioner penelitian ini menggunakan korelasi *Pearson Product Moment* (koefisien korelasi skor item pertanyaan dengan nilai total), jumlah data yang diolah 99 (sembilan puluh sembilan) data masing-masing untuk *gap*, sebagai pembandingnya tabel yang dapat digunakan adalah tabel *r Pearson Product Moment*, dalam perhitungan ini menggunakan persamaan sebagai berikut :

$$r = \frac{n(\sum xy) - \sum x \sum y}{\sqrt{\{n \sum x^2 - (\sum x)^2\} \{n \sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Dengan :

R = Korelasi

X = Skor setiap item

Y = Skor total dikurangi skor setiap item tersebut

N = Ukuran sampel

Angka korelasi *pearson product moment* yang diperoleh dibandingkan dengan angka *r* kritis yang didapat dari tabel *r pearson product moment* pada lampiran. Dengan jumlah responden 99 (sembilan puluh sembilan) orang/pelanggan, dan tingkat ketelitian yang digunakan α 5% maka diperoleh nilai *r* kritis = **0.1975**. Hasil uji dapat dilihat pada tabel 4.7 dan 4.8 dibawah ini

ITEKS
Intuisi Teknologi Dan Seni

Tabel. 3.6. Uji validitas kuesioner untuk kinerja/persepsi pelayanan pelanggan

No.	Variabel Pernyataan Kualitas Pelayanan	r. Hitung Kinerja	r. Tabel Kinerja	Hasil
	<i>Tangibles</i>			
1	Tempat pembayaran rekening tagihan air mudah untuk di akses	0,8574	0,1975	Valid
2	Meteran air yang pasang baik dan sesuai dengan standart yang ditetapkan	0,3448	0,1975	Valid
3	Materi promosi perusahaan telah cukup baik	0,679	0,1975	Valid
4	Tempat atau ruang pelayanan telah memadai dan nyaman	0,5764	0,1975	Valid
5	Penampilan petugas cukup baik	0,7167	0,1975	Valid
	<i>Reliability</i>			
6	Prosedur pemasangan sambungan baru mudah dan cepat	0,7138	0,1975	Valid
7	Pelayanan masalah konsumen cepat di tanggap	0,3297	0,1975	Valid
8	Pelayanan air bersih dilakukan selama 24 jam setiap harinya	0,4259	0,1975	Valid
9	Petugas membuka loket pembayaran rekening air tepat pukul 08.00 WIB	0,8212	0,1975	Valid
10	Petugas menutup loket pembayaran rekening air tepat pukul 14.00 WIB	0,6603	0,1975	Valid
	<i>Responsiveness</i>			
11	Petugas cepat dalam melayani permohonan sambungan baru	0,865	0,1975	Valid
12	Petugas loket pembayaran rekening air bersedia menanggapi pertanyaan kor	0,5256	0,1975	Valid
13	Petugas pencatat meteran air bersedia menanggapi pertanyaan konsumen	0,5421	0,1975	Valid
	<i>Assurance</i>			
14	Kualitas air bersih yang diberikan baik	0,7497	0,1975	Valid
15	Petugas memberikan pelayanan secara tuntas dan menyeluruh	0,6284	0,1975	Valid
16	Petugas bersikap ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan	0,2246	0,1975	Valid
17	Petugas mampu memberikan penjelasan atau berkomunikasi dengan baik	0,6795	0,1975	Valid
	<i>Emphaty</i>			
18	Petugas memberikan rasa adil kepada setiap pelanggan	0,7593	0,1975	Valid
19	Petugas bersikap penuh perhatian dalam memberikan pelayanan	0,9262	0,1975	Valid

Tabel. 3.7. Uji validitas kuesioner untuk harapan / ekspektasi pelayanan pelanggan

No.	Variabel Pernyataan Kualitas Pelayanan	r. Hit. Harapan	r. Tabel Harapan	Hasil
	<i>TANGIBLES</i>			
1	Tempat pembayaran rekening tagihan air mudah untuk di akses	0,611	0,1975	Valid
2	Meteran air yang pasang baik dan sesuai dengan standart yang ditetapkan	0,6928	0,1975	Valid
3	Materi promosi perusahaan telah cukup baik	0,4368	0,1975	Valid
4	Tempat atau ruang pelayanan telah memadai dan nyaman	0,395	0,1975	Valid
5	Penampilan petugas cukup baik	0,3795	0,1975	Valid
	<i>Reliability</i>			
6	Prosedur pemasangan sambungan baru mudah dan cepat	0,4436	0,1975	Valid
7	Pelayanan masalah konsumen cepat di tanggap	0,3933	0,1975	Valid
8	Pelayanan air bersih dilakukan selama 24 jam setiap harinya	0,7063	0,1975	Valid
9	Petugas membuka loket pembayaran rekening air tepat pukul 08.00 WIB	0,3845	0,1975	Valid
10	Petugas menutup loket pembayaran rekening air tepat pukul 14.00 WIB	0,3698	0,1975	Valid
	<i>Responsiveness</i>			
11	Petugas cepat dalam melayani permohonan sambungan baru	0,5869	0,1975	Valid
12	Petugas loket pembayaran rekening air bersedia menanggapi pertanyaan	0,4836	0,1975	Valid
13	Petugas pencatat meteran air bersedia menanggapi pertanyaan konsumen	0,5803	0,1975	Valid
	<i>Assurance</i>			
14	Kualitas air bersih yang diberikan baik	0,6486	0,1975	Valid
15	Petugas memberikan pelayanan secara tuntas dan menyeluruh	0,5028	0,1975	Valid
16	Petugas bersikap ramah dan sopan dalam memberikan pelayanan	0,6188	0,1975	Valid
17	Petugas mampu memberikan penjelasan atau berkomunikasi dengan baik	0,5526	0,1975	Valid
	<i>Emphaty</i>			
18	Petugas memberikan rasa adil kepada setiap pelanggan	0,5716	0,1975	Valid
19	Petugas bersikap penuh perhatian dalam memberikan pelayanan	0,6512	0,1975	Valid

Dari sampel 99 (sembilan puluh sembilan) dikatakan valid jika nilai r hitung $\geq$ dari pada nilai r tabel, ($df = N-2$) dalam data menggunakan $N=99$, jadi $df = N-2$ maka $\Rightarrow df = 99-2 =$

ITEKS

Intuisi Teknologi Dan Seni

97 jadi untuk melihat tabel r cari nilai df = 97 dari tabel dapat di lihat bahwa nilai r untuk df 97 adalah : 0,1975

3.1.2. Uji Reliabilitas Kuesioner

Pengujian reliabilitas kuesioner ini menggunakan koefisien *alpha cronbach*, hasil dari perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan Microsof Exel 2007 dapat dilihat selengkapnya pada lampiran. Hasil reliabilitas uji kuesioner dapat dilihat pada tabel 4.9. dibawah ini:

a. Nilai Relibitas Kinerja/persepsi

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_n^2}{\sigma_t^2} \right] r_{11} = \left[\frac{19}{19-1} \right] \left[1 - \frac{5,005}{25,471} \right] r_{11} = 1.055556 \times 0.803502$$

$$r_{11} = 0.848141$$

b. Nilai Relibitas Harapan/Ekspektasi

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_n^2}{\sigma_t^2} \right] r_{11} = \left[\frac{19}{19-1} \right] \left[1 - \frac{8,155}{56,582} \right] r_{11} = 1.055556 \times 0.855873$$

$$r_{11} = 0.903421$$

3.1.3. Harapan/Ekspektasi

Hasil perhitungan frekuensi jawaban kuesioner dapat dilihat pada tabel 4.11. dan 4.12. untuk frekuensi jawaban

Tabel 3.8. Frekuensi Jawaban kuesioner Tingkat Kinerja/Persepsi pelayanan yang ada

Variabel Pertanyaan	Tingkat Kinerja/Persepsi				
	Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas
V1		1	32	62	4
V2		17	15	63	4
V3	3		32	61	3
V4			64	33	2
V5		5	34	59	1
V6		4	35	59	1
V7		16	17	64	2
V8		19	17	48	15
V9		2	34	62	1
V10		4	36	57	2
V11			34	45	20
V12		6	20	49	24
V13		3	36	60	
V14		2	36	59	2
V15		4	34	58	3
V16		2	29	65	3
V17		3	38	57	1
V18		2	34	61	2
V19			32	64	3

Tabel 3.9.. Frekuensi Jawaban Responden pada kuesioner Tingkat Harapan/Ekspektasi terhadap Pelayanan

Variabel Pertanyaan	Tingkat Kinerja/Persepsi				
	Sangat Tidak Puas	Tidak Puas	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas
V1			4	43	52
V2			8	46	45
V3				94	5
V4			3	92	4
V5			2	86	11
V6			2	90	7
V7			3	89	7
V8			4	49	46
V9			21	54	24
V10			23	60	16
V11			7	45	47
V12			29	49	21
V13				66	33
V14			1	61	37
V15			26	67	6
V16				66	33
V17			29	63	7
V18			2	66	31
V19				63	33

3.1.4. Perhitungan Pembobotan dan Rata-rata Jawaban Kuesioner Kepuasan Pelanggan

Perhitungan pembobotan untuk tingkat kinerja/persepsi pelanggan sebagai berikut ini :

Variabel pertanyaan 1

$$= (2 \times 1) + (3 \times 32) + (4 \times 62) + (5 \times 4)$$

$$= 2 + 96 + 248 + 20$$

$$= 366$$

Rata-rata jawaban responden dihitung dengan persamaan berikut :

$$\bar{x} = \frac{\sum xi}{n}$$

Keterangan:

$\bar{x}$ = Rata-rata jawaban responden

$\sum xi$ = Jumlah bobot jawaban responden

n = Jumlah responden

Contoh perhitungan:

Diketahui

Bobot frekuensi jawaban variabel 1 = 366

Jumlah responden = 99 orang

$$\bar{x} = \frac{366}{99} = 3.70$$

ITEKS
Intuisi Teknologi Dan Seni

Tabel 3.11. Nilai bobot dan nilai rata-rata jawaban responden terhadap variabel pernyataan kualitas pelayanan (*gap*)

Variabel Pernyataan	Kinerja/Persepsi		Harapan /Ekspektasi	
	Nilai Pembobotan	Nilai Rata-rata	Nilai Pembobotan	Nilai Rata-rata
V1	366	3,7	444	4,48
V2	351	3,55	433	4,37
V3	358	3,62	401	4,05
V4	334	3,37	399	4,03
V5	353	3,57	405	4,09
V6	354	3,58	401	4,05
V7	349	3,53	400	4,04
V8	356	3,6	438	4,42
V9	359	3,63	399	4,03
V10	354	3,58	389	3,93
V11	382	3,86	436	4,4
V12	388	3,92	388	3,92
V13	354	3,58	429	4,33
V14	360	3,64	432	4,36
V15	357	3,61	376	3,8
V16	366	3,7	429	4,33
V17	353	3,57	374	3,78
V18	360	3,64	425	4,29
V19	367	3,71	432	4,36

3.1.5. Perhitungan Nilai Gap Kepuasan Pelanggan

Perhitungan Nilai *gap* kesenjangan antara nilai rata-rata kinerja / persepsi terhadap pelayanan yang ada dan nilai rata-rata nilai harapan / ekspektasi dengan persamaan sebagai berikut:

$$SQ = \bar{y} - \bar{x}$$

Keterangan:

SQ = Nilai *gap*

$\bar{y}$ = Nilai rata-rata kinerja/persepsi

$\bar{x}$ = Nilai rata-rata harapan/ekspektasi

Untuk data nilai *gap* selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.14. dibawah ini.

3.1.6. Perhitungan Rata-Rata Jawaban dan Nilai Gap Kepuasan Pelanggan Per Dimensi Servqual Model Gap

Perhitungan rata-rata jawaban persepsi karyawan terhadap harapan konsumen dan harapan konsumen yang sebenarnya berdasarkan lima dimensi *Servqual* serta kesenjangan antara keduanya dapat dilihat pada tabel 4.15. seperti dibawah ini.

Tabel 4.14. Nilai rata-rata jawaban responden dan nilai *gap*

Variabel Pernyataan	Nilai Rata-rata Kinerja/Persepsi	Nilai Rata-rata Harapan / Ekspektasi	Nilai Gap
V1	3,7	4,48	-0,78
V2	3,55	4,37	-0,82
V3	3,62	4,05	-0,43
V4	3,37	4,03	-0,66
V5	3,57	4,09	-0,52
V6	3,58	4,05	-0,47
V7	3,53	4,04	-0,51
V8	3,6	4,42	-0,82
V9	3,63	4,03	-0,40
V10	3,58	3,93	-0,35
V11	3,86	4,4	-0,54
V12	3,92	3,92	0,00
V13	3,58	4,33	-0,75
V14	3,64	4,36	-0,72
V15	3,61	3,8	-0,19
V16	3,7	4,33	-0,63
V17	3,57	3,78	-0,21
V18	3,64	4,29	-0,65
V19	3,71	4,36	-0,65

Tabel 4.15. Nilai rata-rata per dimensi jawaban responden terhadap kuesioner Kepuasan Pelanggan (*gap*)

Variabel Pernyataan	Nilai Rata-rata Kinerja/Persepsi	Nilai Rata-rata Harapan / Ekspektasi
V1	3,7	4,48
V2	3,55	4,37
V3	3,62	4,05
V4	3,37	4,03
V5	3,57	4,09
$\bar{x}$ Tangibles	3,56	4,21
V6	3,58	4,05
V7	3,53	4,04
V8	3,6	4,42
V9	3,63	4,03
V10	3,58	3,93
$\bar{x}$ Reliability	3,58	4,09
V11	3,86	4,4
V12	3,92	3,92
V13	3,58	4,33
$\bar{x}$ Responsiveness	3,78	4,22
V14	3,64	4,36
V15	3,61	3,8
V16	3,7	4,33
V17	3,57	3,78
$\bar{x}$ Assurance	3,63	4,21
V18	3,64	4,29
V19	3,71	4,36
$\bar{x}$ Empathy	3,67	4,33

Untuk rata-rata jawaban perdimensi dapat dihitung dengan persamaan berikut:

$$\bar{x} = \frac{\sum xi}{k}$$

ITEKS Intuisi Teknologi Dan Seni

$\bar{x}$ = Rata-rata jawaban perdimensi
 $\sum xi$ = Jumlah rata-rata variabel
 k = Jumlah variabel

Contoh perhitungan untuk rata-rata persepsi karyawan dimensi *Tangibles*:

Diketahui

k = 19 variabel

$$\sum xi = \frac{V1 + V2 + V3 + V4 + V5 + V6 + V7 + V8 + V9 + V10 + + V19}{19} =$$

$$\frac{3.70 + 3.55 + 3.62 + 3.37 + 3.57 + 3.58 + 3.53 + 3.60 + 3.63 + 3.58 + 3.86 + 3.92 + 3.58 + 3.64 + 3.61 + 3.70 + 3.57 + 3.64 + 3.71}{19} = \frac{68.96}{19} = 3.63$$

Langkah selanjutnya menghitung nilai *gap* tiap dimensi dihitung dengan menggunakan persamaan sebagai berikut:

$$SQ = \bar{y} - \bar{x}$$

Keterangan:

SQ = Nilai *gap*

$\bar{y}$ = Nilai rata-rata per dimensi kinerja/persepsi

$\bar{x}$ = Nilai rata-rata per dimensi harapan konsumen

Contoh perhitungan nilai *gap* dimensi *Tangibles*:

$$SQ = \bar{y} - \bar{x}$$

$$= 3.56 - 4.21 = -0.65$$

Untuk data nilai *gap* perdimensi selengkapnya dapat dilihat pada tabel 4.16. dibawah ini.
Tabel 4.16. Nilai *gap* berdasarkan lima dimensi *Servqual*

Dimensi Pernyataan	Kinerja / Persepsi	Harapan / Ekspektasi	Nilai Gap	Rank
<i>Tangibles</i>	3,56	4,21	-0,65	2
<i>Reliability</i>	3,58	4,09	-0,52	4
<i>Responsiveness</i>	3,78	4,22	-0,43	5
<i>Assurance</i>	3,63	4,21	-0,58	3
<i>Empathy</i>	3,67	4,33	-0,66	1

Tingkat kesesuaian inilah yang akan menjadikan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan konsumen.

4. Kesimpulan Dan Saran

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

- Nilai *gap* antara Kinerja/Persepsi dan Harapan/Ekspektasi pelanggan PDAM Tirta Wijaya Cilacap Cabang Maos di lihat dari dimensi daya tanggap, jaminan, bukti fisik, empati dan kehandalan menunjukan nilai negatif, dengan demikian secara keseluruhan

dari seluruh dimensi pelanggan belum memperoleh pelayanan yang memenuhi harapan pelanggan atau pelanggan belum memperoleh kepuasan dari layanan yang ada.

- b. Dari seluruh variabel pernyataan, 18 nilai negative dan 1 nilai nol, nilai nol pada dimensi *responsiveness* variabel 12 yaitu Petugas loket pembayaran rekening air bersedia menanggapi pertanyaan konsumen. Dengan demikian dari 18 variabel dengan nilai negatif pelanggan belum memperoleh kepuasan dan baru 1 variabel dengan nilai nol yang mencapai kepuasan pelanggan pada PDAM Tirta Wijaya Cilacap Cabang Maos. Secara keseluruhan kualitas pelayanan belum memenuhi harapan pelanggan atau pelanggan belum memperoleh kepuasan.

4.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka disarankan sebagai berikut:

- a. Mengingat fungsi PDAM Tirta Wijaya Cilacap Cabang Maos sangat penting akan manfaat air bersih bagi kehidupan hendaknya lebih di tingkatkan pelayanan yang baik demi terciptanya peningkatan kualitas layanan terhadap kepuasan konsumen.
- b. Agar kinerja pelayanan yang memberikan pengaruh terhadap peningkatan kepuasan konsumen Empati terus ditingkatkan dengan menunjukkan sikap dan kepedulian untuk melayani setiap pelanggan, kehandalan terus ditingkatkan dengan melayani pelanggan tidak diskriminatif dan daya tanggap terus ditingkatkan tingkat pemahaman dari perusahaan dalam menunjukkan sikap yang baik dalam melayani konsumen.
- c. Disarankan agar dimensi kualitas pelayanan berdasarkan *emphati* yang menunjukkan pengaruh signifikan yang lemah untuk menjadi perhatian dengan menyediakan staf yang handal, memberikan pelayanan yang cepat dan tidak pilih kasih, yang akan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

5. Daftar Pustaka

- [1] Tjiptono, Fandi dan Gregorius Candra, 2005. *Service, Quality, and Satisfaction*. Andi Offset: Yogyakarta.
- [2] Azwar, Saifuddin. 1997, *Reliabilitas dan Validitas*. Pustaka Pelajar. Yogyakarta. Berry, Leonard L., and Parasuraman A. 1997.
- [3] Narbuko, Cholid dan Achmadi A. 2010, *Metodologi Penelitian*. Cet. 11. Jakarta: Bumi Aksara.
- [4] Putra, C.G.D.2011, *Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan daerah air Minum (PDAM) di Kabupaten Jembrana*. Denpasar: Universitas Udayana.
- [5] Nindya Nur Fajriyah. 2014, *Analisis Kepuasan Pelanggan dengan Menggunakan Metode Fuzzy Servqual* pada Restoran X di Kota Malang , TIP UB
- [6] Rendy Priadi Kelana. 2001, *Analisis Kualitas Pelayanan Jasa Kesehatan Terhadap Pasien Inap Di RSU Cibabat Cimahi Dengan Menggunakan Metode Servqual*, Universitas Komputer Indonesia.
- [7] Prasetyani, N. 2009, *Analisis kinerja Pelayanan Publik Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Demak*. Semarang: Universitas Dipenogoro.