ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PDAM KABUPATEN SLEMAN

SKRIPSI



ditulis oleh

Nama	:	Gineung Pratidina
Nomor Mahasiswa	:	02 311 243
Program Studi	:	Manajemen
Bidang Konsentrasi	:	Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS EKONOMI

YOGYAKARTA

2006

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PDAM KABUPATEN SLEMAN

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

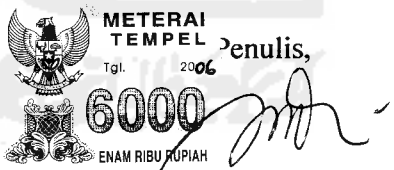
Nama	:	Gineung Pratidina
Nomor Mahasiswa	:	02 311 243
Program Studi	:	Manajemen
Bidang Konsentrasi	:	Pemasaran

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA
FAKULTAS EKONOMI
YOGYAKARTA
2006

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 dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar, saya sanggup menerima hukuman / sanksi apapun sesuai peraturan yang berlaku."

Yogyakarta, November 2006



Penulis,

Gineung Pratidina

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PDAM KABUPATEN SLEMAN

Disusun oleh : Gineung Pratidina

Nomor Mahasiswa : 02 311 243

Telah dipertahankan di depan Tim Penguji dan dinyatakan ***LULUS***

Pada tanggal : 11 Desember 2006

Pembimbing Skripsi : Drs. H. Sumadi, M.Si .....

Penguji : Drs. Asmai Ishak, M.Bus.,Ph.D. .....

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi

Universitas Islam Indonesia

Drs. Asmai Ishak, M.Bus.,Ph.D.

ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PDAM KABUPATEN SLEMAN

Nama	:	Gineung Pratidina
Nomor Mahasiswa	:	02 311 243
Program Studi	:	Manajemen
Bidang Konsentrasi	:	Pemasaran

Yogyakarta, 14 November 2006

Telah disetujui dan disahkan oleh

Dosen Pembimbing,

Drs. H. Sumadi, M. Si

MOTTO

* Kegagalan adalah sukses yang tertunda, jadi jangan kecewa ayo bangkit lagi ! u are what u think.
* Percaya pada sesuatu yang kau yakini. Jangan setengah – setengah, percaya dengan sungguh – sunguh atau tidak sama sekali.
* Kecewa.....sudah bersusah payah tapi hasilnya tidak sesuai, itu wajar jangan putus asa, suatu saat kamu pasti bisa mencapai impianmu. Yang penting berdoa dan berusaha so don't be sad.....cheer up !
* Jangan lari dari kenyataan, walaupun berat kamu harus berusaha menghadapinya, yakinlah dengan dirimu sendiri.....semangat ya !

PERSEMBAHAN

Kupersembahkan karya ini kepada :

~ Bapak & Ibu serta Papa & Mama tercinta

~ Yang terkasih pendamping hidupku Cosmeth Albertho

~ Dico Fathatul Rzki, jagoan kecilku mutiara hati ini

~ Adik – adikku tersayang Satya, Maya & Afan , tak lupa

Fretty & Charles

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb.,

Puji syukur ke hadirat Allah SWT. Karena berkat rahmat dan karunia-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul " *Analisis Kepuasan Pelanggan PDAM Kabupaten Sleman* " . Skripsi ini disusun dalam rangka untuk memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia.

Pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya atas bantuan, bimbingan, dan arahan yang telah diberikan kepada penulis hingga terselesaikannya skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Drs. Asmai Ishak, M.Bus.,Ph.D. Dekan Fakultas Ekonomi, yang telah memberikan ijin kepada penulis untuk menempuh tugas akhir.
2. Bapak Drs. H. Sumadi, M.Si selaku Dosen Pembimbing, yang telah memberikan bimbingan dan arahan sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
3. Staf dan karyawan Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan bantuan kepada penulis, khususnya bagian perpustakaan.

4. Bapak, Ibu, dan adik – adik yang telah memberikan doa, dorongan, dan bimbingan dengan penuh kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
5. Papa & Mama, Fretty, Charles terima kasih atas doa dan dukungannya.
6. Cosmeth Albertho, terima kasih atas cinta, kasih sayang dan pengorbanan yang telah diberikan.
7. Dico Fathatul Rizki, mutiara hati yang telah memberi warna indah dan semangat dalam hidup ini.
8. Teman – teman seperjuangan dimanapun kalian berada sukses selalu.
9. Semua pihak dimanapun yang tidak dapat disebutkan satu – persatu.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini jauh dari sempurna mengingat segala keterbatasan yang ada. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan demi perbaikan dan pengembangan selanjutnya.

Semoga karya tulis dalam skripsi ini dapat memberikan manfaaat bagi pihak – pihak yang berkepentingan dan dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 14 November 2006

Penulis

Abstraksi

Penelitian ini mengambil judul " Analisis Kepuasan Pelanggan PDAM Kabupaten Sleman ". Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu variabel bebas yang terdiri dari produk, harga, kualitas pelayanan dan distribusi, sedangkan variabel terikatnya adalah kepuasan konsumen.

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan rumus korelasi *product moment* dari *Pearson* dan uji reliabilitas dengan rumus koefisien *alpha cronbach.* Sebelum kuesioner disebar diujikan kepada 100 orang responden dan kemudian diuji dengan program komputer SPSS 11.5 dengan hasil valid dan reliabel.

Berdasarkan hasil analisis data diketahui bahwa secara keseluruhan konsumen belum merasa puas dengan kinerja PDAM dan dari analisis tingkat kesesuaian harapan dan kinerja ternyata dimensi harga mempunyai nilai yang paling tinggi dalam membentuk tingkat kepuasan konsumen PDAM Sleman.

DAFTAR ISI

Halaman Sampul Depan Skripsi.....i

Halaman Judul Skripsi.....ii

Halaman Pernyataan Bebas Plagiarisme.....iii

Halaman Pengesahan Skripsi.....iv

Halaman Pengesahan Ujian Skripsi.....v

Halaman Motto.....vi

Halaman Persembahan.....vii

Abstrak.....viii

Kata Pengantar.....ix

Daftar Isi.....xi

Daftar Tabel.....xiv

Daftar Gambar.....xv

Daftar Lampiran.....xvi

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....1

1.2 Rumusan Masalah.....4

1.3 Batasan Masalah.....4

1.4 Tujuan Penelitian.....5

1.5 Manfaat Penelitian.....5

BAB II KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu.....6

2.2 Landasan Teori.....7

2.2.1 Pengertian Pemasaran.....7

2.2.2 Konsep Pemasaran.....8

2.2.3 Pemasaran Jasa.....10

2.2.4 Evaluasi Kepuasan Konsumen.....11

2.2.5 Konsep Kepuasan Dan Pengertian Kepuasan Pelanggan.....14

2.2.6 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan.....16

2.2.7 Gap Kualitas Jasa.....17

2.2.8 Perilaku Konsumen.....18

2.3 Kerangka Pemikiran.....19

2.4 Hipotesis Penelitian.....20

BAB III METODE PENELITIAN

1.1 Gambaran Umum Perusahaan.....21

3.1.1 Sejarah Perusahaan.....21

3.1.2 Visi, Misi, dan Tujuan Perusahaan.....21

3.1.3 Struktur Organisasi.....23

3.2 Lokasi Penelitian.....24

3.3 Populasi dan Sampel.....24

3.4 Variabel Penelitian.....25

3.5 Definisi Operasional Variabel.....27

3.6 Alat Pengumpul Data....28
3.6.1 Bentuk Daftar Pertanyaan....28
3.6.2 Skala....29
3.6.3 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Kuisioner....30
3.7 Teknik Analisis Data....34
3.7.1 Analisis Kualitatif....34
3.7.2 Analisis Kuantitatif....34

BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Data Penelitian....39
4.1.1 Uji Validitas Data Penelitian....39
4.1.2 Uji Reliabilitas Data Penelitian....41
4.2 Analisis Deskriptif....42
4.3 Analisis Kuantitatif....47
4.3.1 Analisis *Importance Performance*....48
4.3.1.1 Produk....48
4.3.1.2 Harga....51
4.3.1.3 Kualitas Pelayanan....53
4.3.1.4 Distribusi....67
4.3.1.5 Pembahasan Secara Umum Untuk Tingkat kesesuaian....70
4.3.2 Analisis Diagram Kartesius....72

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan.....80

5.2 Saran.....82

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Kuisioner.....32

Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas Kuisioner.....33

Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Data Penelitian.....40

Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas Data Penelitian.....41

Tabel 4.3 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....42

Tabel 4.4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur.....43

Tabel 4.5 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....44

Tabel 4.6 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pekerjaan.....45

Tabel 4.7 Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Penghasilan.....47

Tabel 4.8 Air Bersih Tidak Berbau dan Tidak Berwarna.....48

Tabel 4.9 Pemberian Kaporit Tepat.....50

Tabel 4.10 Harga Pemasangan PDAM Wajar.....51

Tabel 4.11 Tarif Pemakaian Air Terjangkau.....52

Tabel 4.12 Kebersihan, Kerapihan, dan Kenyamanan Kantor PDAM.....53

Tabel 4.13 Meteran Air Berfungsi Dengan Baik.....55

Tabel 4.14 Profesionalitas dan Etos Kerja Karyawan.....56
Tabel 4.15 Sistem Pelayanan PDAM.....57
Tabel 4.16 Prosedur Penyampaian Informasi PDAM.....58
Tabel 4.17 Kecepatan dan Ketepatan Pelayanan Yang Diberikan.....60
Tabel 4.18 Tanggapan PDAM Atas Keluhan Pelanggan.....61
Tabel 4.19 Solusi dan Alternatif Pemecahan Masalah.....62
Tabel 4.20 Perhatian Terhadap Komunikasi Timbal Balik.....64
Tabel 4.21 Pemahaman PDAM Terhadap Kebutuhan Pelanggan.....65
Tabel 4.22 Penanganan Pelanggan Oleh Karyawan PDAM.....66
Tabel 4.23 Aliran Air Lancar.....67
Tabel 4.24 Mudah Dalam Melakukan Pembayaran Rekening.....69
Tabel 4.25 Tingkat Kesesuaian Harapan dan Kinerja PDAM Sleman.....70

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....20
Gambar 3.1 Struktur Organisasi.....23
Gambar 3.2 Diagram Kartesius.....37
Gambar 4.1 Diagram Importance dan Performance.....74

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Permohonan Kesediaan Mengisi Kuisioner

Lampiran II Kuisioner

Lampiran III Uji Validitas dan Reliabilitas Kuisioner 30 Responden

Lampiran IV Rekapitulasi Data 100 Responden

Lampiran V Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Data Penelitian 100 Responden

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam fungsinya melayani kepentingan masyarakat, PDAM merupakan perusahaan yang sangat penting dalam pelayanan air bersih kepada masyarakat. Air merupakan salah satu kebutuhan pokok yang vital bagi makhluk hidup. Di kehidupan sehari – hari manusia membutuhkan air untuk minum, memasak, mencuci, mandi, dan kebutuhan hidup lainnya.

Mengikuti perkembangan jaman, semakin lama semakin sulit untuk mendapatkan air bersih terutama di kota – kota besar. Sebagai instansi pemerintah di Kabupaten Sleman yang bertanggung jawab mengelola, mengoperasikan sarana penyediaan air bersih serta melayani kebutuhan air bersih masyarakat, PDAM Kabupaten Sleman mempunyai beberapa tantangan yang harus dihadapi antara lain perkembangan penduduk yang cukup tinggi, pesatnya perkembangan sektor perumahan yang membutuhkan penyediaan air bersih, serta cakupan pelayanan masyarakat yang menikmati air bersih masih rendah karena sistem perpipaan belum menjangkau daerah – daerah yang memerlukan pelayanan.

Musim kemarau yang panjang juga mempengaruhi sulitnya mendapat air bersih, karena sumber mata air juga ikut mengering. Untuk itu Perusahaan Daerah Air Minum yang diberi wewenang penuh oleh negara untuk mengelola sumber daya air harus bisa mengelolanya dengan baik agar dapat dikonsumsi

masyarakat secara adil dan merata. Dalam hal ini, konsumen PDAM menginginkan pelayanan yang terbaik sehingga kebutuhannya akan air bersih dapat terpenuhi.

Kepuasan konsumen sangat ditentukan dari kualitas pelayanan yang disajikan pihak manajemen perusahaan sehingga jaminan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur keunggulan daya saing perusahaan, sebagaimana yang diungkapkan Philip Kotler (1997) bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan setelah membandingkan kinerja yang dinamakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dan perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Jika harapan pelanggan sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakannya,bahkan mungkin apa yang dialami dan dirasakan melebihi harapannya sudah dapat dipastikan pelanggan tersebut akan merasa puas. Bila yang dialami dan dirasakan konsumen tidak sesuai dengan harapannya, misalnya pelayanannya tidak ramah maka sudah dapat dipastikan pelanggan merasa tidak puas.

Adapun pengertian harapan adalah keyakinan pelanggan sebelum membeli suatu produk yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk tersebut. Harapan pelanggan diyakini memiliki andil yang cukup besar dalam menentukan kualitas barang atau jasa dan kepuasan konsumen (Fandy Tjiptono , 1994 : 144).

Semua orang terutama dalam keluarga menginginkan bisa mendapatkan air bersih secara cepat dan praktis dengan biaya yang murah. Dengan tersedianya pelayanan pemasangan PAM akan sangat membantu

kegiatan masyarakat sehari – hari. Kita tinggal memutar kran dan dapat langsung menikmati air bersih untuk memenuhi kebutuhan hidup, biaya yang dikeluarkan pun tidak mahal. Tidak perlu lagi bersusah payah menimba air di sumur. Apalagi kalau musim kemarau tiba, kita harus mengeluarkan biaya ekstra untuk menambah kedalaman sumur. Pemakaian sumur dengan menggunakan pompa air atau sanyo membutuhkan tenaga listrik, bahkan pada daerah – daerah tertentu ada yang harus menggunakan mesin genzet agar air bisa naik. Semakin sering pompa air " hidup – mati " semakin besar daya listrik yang dipakai, itu berarti semakin banyak biaya yang dikeluarkan.

Dengan segala keunggulan yang dimilikinya, PDAM harus dapat mengelola dan memanfaatkan sumber daya yang ada. PDAM diharapkan bisa meningkatkan jumlah pelanggan dengan memilih strategi pemasaran terbaik guna memuaskan konsumennya. Terciptanya kepuasan para pelanggan dapat memberikan manfaat diantaranya hubungan antara perusahaan dan pelanggan menjadi harmonis, pelanggan semakin percaya pada kualitas perusahaan, dan terciptanya loyalitas pelanggan serta terbentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Perusahaan pelayanan umum seperti PDAM diharapkan mampu untuk selalu konsisten pada peranannya terutama kuantitas dan kualitas pelayanan dalam upaya memuaskan kebutuhan konsumen dan senantiasa menjaga komunikasi dengan pelanggannya. Dimana masalah kualitas pelayanan menjadi faktor yang sangat menentukan keberhasilan dan kelangsungan suatu usaha jasa. Dari latar belakang tersebut maka penulis mencoba melakukan

penelitian dengan judul " **ANALISIS KEPUASAN PELANGGAN PDAM KABUPATEN SLEMAN** ".

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah maka yang menjadi pokok masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Bagaimana tingkat kepuasan konsumen terhadap PDAM Kabupaten Sleman ?
b. *Driver's (penggerak)* apa yang perlu diprioritaskan untuk diperbaiki oleh PDAM Kabupaten Sleman ?

1.3 Batasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini adalah :

a. Responden adalah para pelanggan yang menggunakan jasa PDAM Kabupaten Sleman yang berada di wilayah Purwomartani. Dalam penelitian ini jumlah responden sebanyak 100 orang.
b. Penggerak (*driver's)* kepuasan pelanggan meliputi :
   - Produk
   - Harga
   - Kualitas pelayanan, yang terdiri dari *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), dan *emphaty.*
   - Distribusi atau kemudahan.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

a. Untuk mengetahui tingkat kepuasan konsumen terhadap PDAM Kabupaten Sleman.

b. Untuk mengetahui *driver's* (penggerak) apa yang paling memuaskan pelanggan PDAM Kabupaten Sleman.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian pada PDAM Kabupaten Sleman adalah sebagai berikut :

a. Bagi Perusahaan

Memberi sumbangan pemikiran bagi perusahaan yang bersangkutan untuk meningkatkan pelayanan jasa dan meningkatkan kepuasan pelanggan.

b. Bagi Penulis

Menambah pengetahuan dan wawasan di bidang pemasaran sekaligus untuk menerapkan ilmu yang diperoleh selama melakukan studi.

c. Bagi pihak lain

Diharap penelitian ini bisa memberi informasi dan sebagai masukan bagi pembacanya di bidang pemasaran pada umumnya dan perilaku konsumen pada khususnya.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian Terdahulu

Berdasarkan hasil penelitian terdahulu yang pernah dilakukan oleh Retno Endah Arum A. pada tahun 2003 yang berjudul " Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan PT Telkom Cabang Klaten " dengan menggunakan uji beda wilcoxon. Kesimpulan hasil analisis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Berdasar dari hasil analisis, ternyata pelanggan PT Telkom Cabang Klaten merasa belum puas terhadap kualitas jasa pelayanan yang telah diberikan, hal ini ditunjukkan dengan responden yang menyatakan puas sebesar 46 % sedang yang menyatakan tidak puas sebesar 53,2 % sehingga jawaban dari analisis tersebut ternyata tidak sesuai dengan hipotesis yang dikemukakan di depan, karena pada hipotesis menyatakan bahwa rata – rata pelanggan PT Telkom merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan perusahaan, sedang pada kenyataannya pelanggan merasa tidak puas. Masing – masing faktor dimensi kualitas pelayanan yang memuaskan pelanggan adalah sebagai berikut :

a. Untuk kualitas pelayanan pada dimensi *responsive*, pelanggan PT Telkom cenderung merasa puas.
b. Untuk kualitas pelayanan pada dimensi *reliability*, pelanggan PT Telkom cenderung merasa tidak puas.

c. Untuk kualitas pelayanan pada dimensi *assurance*, pelanggan PT Telkom cenderung merasa puas.

d. Untuk kualitas pelayanan pada dimensi *emphaty*, pelanggan PT Telkom cenderung merasa tidak puas.

e. Untuk kualitas pelayanan pada dimensi *tangibles*, pelanggan PT Telkom cenderung merasa puas.

Dari hasil analisis yang diperoleh bahwa faktor *responsive, assurance, dan tangibles* yang memuaskan pelanggan, sedang faktor *reliability* dan *emphaty* yang tidak memuaskan pelanggan. Dari faktor *responsive, assurance,* dan *tangibles*yang paling dominan memuaskan pelanggan adalah faktor *responsive*, karena jumlah *positive ranks* dan *ties* yang hasilnya paling banyak yaitu sebesar 62. Jadi pada hasil analisis tersebut telah sesuai dengan hipotesa yang dikemukakan di depan yang menyatakan bahwa faktor *responsive* yang paling dominan memuaskan pelanggan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Pengertian Pemasaran

Pemasaran merupakan kegiatan yang sangat penting untuk menghubungkan perusahaan dengan konsumen. Setiap perusahaan harus mampu melakukan kegiatan pemasaran dengan baik demi kelangsungan hidup, perkembangan, dan perolehan laba optimal. Pemasaran berarti

bekerja dengan pasar guna mewujudkan pertukaran untuk kepentingan memuaskan dan memenuhi kebutuhan manusia

.Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajemen yang di dalamnya individu dan kelompok mendapat apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Phillip Kotler, 1997 : 41).

Definisi ini membuat pemasaran terkait dengan beberapa konsep kunci, yaitu : (1) kebutuhan, keinginan, dan permintaan (2) produk (barang, jasa, dan ide) (3) nilai, biaya, dan kepuasan (4) pertukaran transaksi (5) hubungan dan jaringan kerja (6) pasar dan pelanggan (7) pemasar dan prospek.

2.2.2. Konsep Pemasaran

Konsep pemasaran bertujuan memberikan kepuasan pelanggan terhadap keinginan dan kebutuhan konsumen. Apabila orientasi dari konsep – konsep tersebut bertolak dari produk perusahaan dan memandang sebagai tugas perusahaan adalah penjualan dan promosi untuk menstimulir volume penjualan yang menguntungkan, maka konsep pemasaran mengajarkan bahwa kegiatan pemasaran suatu perusahaan harus dimulai dengan usaha mengenal, merumuskan keinginan dan kebutuhan dari konsumen kemudian perusahaan itu merumuskan dan menyusun suatu kombinasi dari kebijaksanaan produk, harga, promosi, dan distribusi setepat – tepatnya agar kebutuhan para konsumennya dapat dipenuhi secara memuaskan.

Konsep adalah sebuah falsafah bisnis yang menyatakan bahwa pemuasan kebutuhan konsumen merupakan syarat ekonomis dan sosial bagi kelangsungan hidup perusahaan (Basu Swasta dan T. Hani Handoko, 1997 : 7).

Ada tiga hal pokok yang terkandung dalam konsep pemasaran yaitu :

1. Berorientasi pada pelanggan.

   Perusahaan yang benar – benar ingin memperhatikan konsumen harus :

   a. Menentukan kebutuhan pokok dari pembeli yang akan dilayani dan dipenuhi.
   b. Menentukan kelompok pembeli tertentu sebagai sasaran dalam penjualannya.
   c. Menentukan produk dan program pemasaran
   d. Mengadakan penelitian pada konsumen untuk mengukur, menilai, dan menaksir keinginan, sikap dan tingkah laku mereka.
   e. Menentukan dan melaksanakan strategi pemasaran yang paling baik.

2. Penyusunan kegiatan pemasaran secara integral.

   Mengandung arti bahwa setiap orang dan setiap bagian dalam perubahan turut berkecimpung dalam suatu usaha yang terkoordinir untuk memberi kepuasan konsumen sehingga tujuan perusahaan dapat direalisir. Selain itu harus terdapat juga penyesuaian dan koordinasi antara produk, harga, saluran distribusi dan promosi untuk menciptakan hubungan pertukaran yang kuat dengan konsumen.

3. Kepuasan konsumen.

Faktor yang akan menentukan apakah perusahaan dalam jangka panjang akan mendapat laba ialah banyak sedikitnya kepuasan konsumen yang dapat dipenuhi. Ini tidaklah berarti bahwa perusahaan harus berusaha memaksimalkan kepuasan konsumen, tetapi perusahaan harus mendapat laba dengan cara memberi kepuasan kepada konsumen.

Dewasa ini dengan semakin berkembangnya masyarakat dan teknologi telah menyebabkan konsep pemasaran juga mengalami perkembangan. Perusahaan dituntut untuk tidak hanya berorientasi pada konsumen saja tetapi juga harus berorientasi pada masyarakat. Konsep ini disebut pemasaran sosial (Social Marketing Concept).

Konsep pemasaran sosial mengajak para pemasar untuk membuat keseimbangan antara tiga pertimbangan yaitu laba perusahaan, pemuasan keinginan konsumen, dan kepentingan masyarakat.

2.2.3. Pemasaran Jasa

Pada umumnya produk dapat diklasifikasikan dengan berbagai cara. Salah satunya adalah pengklasifikasian berdasar daya tahan atau berwujud tidaknya suatu produk. Namun, pembedaan secara tegas antara barang dan jasa seringkali sukar dilakukan. Hal ini dikarenakan setiap pembelian suatu barang sering disertai dengan jasa – jasa tertentu dan sebaliknya pembelian suatu jasa terkadang melibatkan barang – barang yang melengkapinya.

Kotler (1997, 476) merumuskan jasa sebagai : " Setiap tindakan atau unjukkerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip intangible dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Produksinya bisa terkait dan bisa juga tidak terikat pada suatu produk fisik."

Sedangkan pengertian jasa menurut Zeithaml dan Bitner (1996, 5) adalah jasa itu mencakup semua aktivitas ekonomi yang keluarannya bukanlah produk atau konstruksi fisik, yang secara umum konsumsi dan produksinya dilakukan pada waktu yang sama, dan nilai tambah yang diberikannya dalam bentuk (kenyamanan, hiburan, kecepatan, dan kesehatan) yang secara prinsip intangible bagi pembeli pertamanya.

2.2.4. Evaluasi kepuasan konsumen

Dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, konsumen umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk manufaktur (Garvin dalam Tjiptono, 1995; 28-29) antara lain meliputi:

1. Kinerja (*performance*) adalah karakteristik operasi pokok dari produk inti (*core product*) yang di beli, yang meliputi kemudahan dalam melakukan pembayaran, cepat dan akurat dalam melayani keinginan dan keluhan dari pelanggan.

2. Ciri – ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap yang meliputi sumber air berasal dari mata air umbul wadon dan tuk dandang serta sumur bor sebanyak 19 unit.
3. Keandalan *(reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau kegagalan dipakai, seperti pengecekan air dilakukan 1 bulan sekali untuk mengetahui kelancaran air, menggantikan tenaga genzet ke PLN atau memasang tenaga listrik bagi unit – unit yang menggunakan sistem perpompaan sehingga akan dicapai stabilitas pelayanan.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to spesification*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar – standar yang telah ditetapkan sebelumnya, standar ukuran pompa sesuai dengan ukuran untuk aliran air sehingga aliran air akan lancar, dan pemberian kaporit yang sesuai sehingga menghasilkan air yang bersih.
5. Daya tahan (*durability*), berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini meliputi umur teknis dan umur ekonomis pengaruh pada PDAM.
6. *Serviceability,* meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan reparasi, serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak terbatas hanya sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual.

7. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indra, misalnya air yang bersih, tidak berbau, dan tidak berwarna.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Biasanya kurangnya pengetahuan pelanggan akan ciri – cirri produk yang dibeli, maka pembeli akan mempersepsikan kualitas dari aspek harga, nama merk, dan reputasi perusahaan.

Sementara itu dalam mengevaluasi jasa yang bersifat intangible, konsumen umumnya menggunakan beberapa atribut atau faktor berikut (Parasuraman dalam Tjiptono, 1995:29)

1. Bukti langsung (*tangibles*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi
2. Keandalan (*reliability*) yakni kemampuan untuk memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan
3. Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu keinginan para staf dan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap
4. Jaminan (*assurance*) mencakup kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keragu-raguan.
5. Empati (*empathy*) meliputi kemudahan dalma melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

2.2.5. Konsep Kepuasan dan Pengertian Kepuasan Pelanggan.

Dalam era globalisasi ini, para pelaku bisnis harus berperan aktif. Tidak hanya berusaha memehuhi kebutuhan konsumen saja tetapi berusaha juga melakukan perbaikan atas produk dan pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Kepuasan konsumen bisa menjadi motivasi bagi perusahaan untuk menentukan langkah selanjutnya. Memberikan kepuasan kepada konsumen dapat diperoleh apabila perusahaan memperhatikan apa yang diharapkan konsumen.

Harapan konsumen dapat diketahui apabila perusahaan mengerti persepsi pelanggan terhadap kepuasan. Persepsi pelanggan terhadap kepuasan merupakan penilaian subyektif dari hasil yang dirasakan. Dengan kata lain kepuasan konsumen merupakan evaluasi pascakonsumsi bahwa suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapannya.

Dalam menilai suatu barang atau jasa, banyak hal yang bisa mempengaruhi konsumen. Diantaranya adalah penggerak (driver's) kepuasan pelanggan yang meliputi :

1. Produk, yaitu berupa air, dalam hal ini mengenai kualitas air yang dihasilkan oleh PDAM.
2. Harga, meliputi harga produk itu sendiri dan jasa yang menyertainya.
3. Kualitas pelayanan, yang terdiri dari :

i. *Tangibles* (bukti langsung), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personel, dan media komunikasi.

ii. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan sesuai dengan yang telah dijanjikan.

iii. *Responsiveness* (daya tanggap), yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan dalam memberi jasa dengan tanggap.

iv. *Assurance* (jaminan), yaitu pengetahuan dan kesopanan staf yang dapat dipercaya, bebas dari resiko.

v. *Emphaty,* yaitu peduli dan memberi perhatian pada kebutuhan pelanggan.

4. Distribusi atau kemudahan.

Pencapaian kepuasan adalah suatu proses yang kompleks dan rumit. Tingkat kepuasan dari satu orang tidak sama dengan tingkat kepuasan orang lain. Konsep kepuasan juga bersifat abstrak, oleh karena itu peranan setiap individu sangat penting dan berpengaruh terhadap kepuasan yang dibentuk.

Menurut Kotler (1994, 40) kepuasan pelanggan adalah :

" The level of a person's felt state resulting from comparing a product's perceived performance (or outcome) in relation to the person' s expectation ".

Sedangkan menurut Day (Tse dan Wilton, 2001), definisi dari kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian atau diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan

sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Dari berbagai definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

2.2.6. Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan palanggan tidak boleh dilupakan, dikarenakan langkah tersebut membawa umpan balik bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan berbagai macam metode. Beberapa metode dalam pengukuran kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut (Kotler, 1994) :

1. Sistem keluhan dan saran.

   Perusahaan memberi kesempatan kepada pelanggannya untuk menyampaikan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar, customer hot lines dan lain – lain. Informasi ini memberi ide bagi perusahaan dan memungkinkannya untuk bereaksi secara tanggap dan cepat untuk mengatasi masalah yang mungkin timbul.

2. Ghost shopping.

   Perusahaan memperkerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pembeli potensial, kemudian melaporkan temuan – temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan

produk perusahaan dan pesaing berdasar pengalaman mereka. Selain itu para *ghost shopper* juga dapat mengamati cara penanganan setiap keluhan.

3. Lost customer analysis.

   Perusahaan menghubungkan para pelanggan yang telah berhenti membeli atau telah berpindah pada pesaing lain dan memahami mengapa itu terjadi. Bukan hanya dengan interview saja, tetapi juga pemantauan *customer loss rate*. Peningkatan *customer loss rate* menunjukkan kegagalan perusahaan dalam memuaskan pelanggannya. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

4. Survai kepuasan pelanggan.

   Dengan melakukan survai, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan yang juga memberi tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian kepada pelanggannya.

2.2.7. Gap Kualitas Jasa

Proses penyampaian jasa dari perusahaan terkadang tidak sesuai dengan apa yang dipersepsikan konsumen. Hal ini bisa menimbulkan gap yaitu perbedaan pandangan antara konsumen dengan perusahaan. Terdapat lima gap kualitas jasa, yaitu :

1. Gap antara Harapan Konsumen – Persepsi Manajemen

2. Gap antara Persepsi Manajemen – Harapan Akan Kualitas Jasa
3. Gap antara Kualitas Jasa Yang Diharapkan – Penyampaian jasa
4. Gap antara Penyampaian Jasa – Komunikasi Eksternal Ke Konsumen
5. Gap antara Jasa Yang Diharapkan – Jasa Yang Diterima

Faktor – faktor yang bisa menimbulkan kesenjangan atau gap antara pelayanan perusahaan dengan konsumen antara lain :

1. Tidak mengetahui apa yang diharapkan konsumen
2. Tidak memiliki desain dan standar pelayanan yang tepat
3. Tidak memberikan pelayanan berdasar standar pelayanan
4. Tidak memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan

Diperlukan pengendalian yang baik untuk mencapai pelayanan jasa yang berkualitas. Salah satu sistem pengendalian mengacu pada siklus penngendalian yaitu " Plan – Do – Check – Action ". Dengan siklus ini bisa menilai sistem manajemen secara keseluruhan. Sehingga bisa memperbaiki kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen.

2.2.8. Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah proses memilih, membeli, menggunakan produk, guna memenuhi kebutuhan (Solomon, 1996). Proses tersebut berupa interaksi dinamis dari faktor afeksi dan kognisi, perilaku serta lingkungan yang membawa pada pertukaran.

Perilaku juga dipengaruhi oleh faktor individual antara lain demografis yang meliputi jenis kelamin, usia, pendidikan dan penghasilan, pekerjaan, dan sebagainya.

2.3 Kerangka Pemikiran

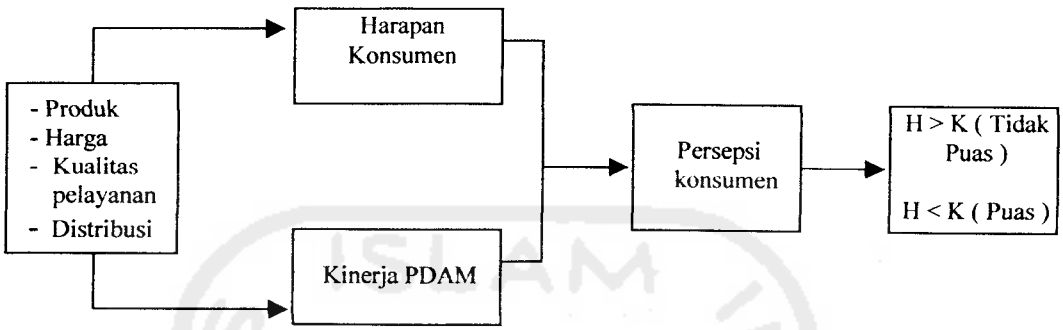
Dalam konteks kepuasan konsumen, harapan merupakan pikiran atau keyakinan konsumen tentang apa – apa yang diterimanya. Dalam mengevaluasi kinerja produk atau jasa, pelanggan akan menggunakan harapannya sebagai acuan. Dengan demikian harapanlah yang melatarbelakangi mengapa dua organisasi pada bisnis yang sama dapat dinilai berbeda oleh pelanggannya.

Kinerja mempunyai hubungan yang erat dengan kepuasan konsumen, kinerja merupakan kemampuan produk atau jasa untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Oleh karena itu, bila pelanggan menganggap jasa yang diterimanya memiliki kinerja yang baik, maka pelanggan tersebut akan merasakan kepuasan seiring dengan kualitas jasa yang diterima.

Dari uraian di atas dapat ditarik kesimpulam bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Bila kinerja produk lebih rendah dibanding dengan harapan pelanggan, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Bila kinerja produk sesuai atau lebih tinggi dibanding harapan, maka

pelanggan akan merasa puas. Hal tersebut bisa digambarkan sebagai berikut :

Gambar 2.1



H : Harapan

K : Kinerja

2.4 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan dugaan sementara yang mungkin benar atau mungkin salah dan harus dibuktikan keberadaannya setelah data lapangan diperoleh. Hipotesis yang ingin dibuktikan dari penelitian ini adalah :

1. Konsumen sudah merasa puas terhadap produk yang diberikan oleh PDAM Kabupaten Sleman.
2. Driver's kualitas pelayanan mempunyai nilai paling tinggi dalam membentuk tingkat kepuasan konsumen PDAM di Kalasan, Sleman.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Gambaran Umum Perusahaan

3.1.1 Sejarah Perusahaan

PDAM didirikan sebagai BUMD berdasarkan Undang – Undang Nomor 5 tahun 1962 tentang Perusahaan Daerah. Pada tahun 1974 Departemen Pekerjaan Umum membangun prasarana dan sarana infrastruktur bagi penyediaan air bersih di Sleman. Setelah sarana dan prasarana telah selesai dibangun, maka pada tahun 1981 dibentuk Badan Pengelola Air Minum (BPAM), berdasarkan SK Menteri PU Nomor : 124 / KPTS / K / II / 1981 tanggal 14 Desember 1981. Setelah beroperasi selama 11 tahun sebagai Badan Pengelola Air Minum, maka melalui Perda Kabupaten Dati II Sleman Nomor 5 tahun 1990 beralih menjadi Perusahaan Daerah Air Minum dan resmi beroperasi sejak tanggal 2 November 1992 setelah dilaksanakan penyerahan pengelolaan prasarana dan sarana penyediaan air bersih dari Departemen PU kepada Pemerintah Daerah tingkat II Sleman melalui Gubernur Kepala Daerah Istimewa Yogyakarta.

3.1.2 Visi, Misi dan Tujuan Perusahaan

Dalam rangka pelaksanaan tugas pelayanan yaitu mencukupi kebutuhan air minum masyarakat di Kabupaten Sleman dengan segala perkembangannya, PDAM Kabupaten Sleman membuat / mempunyai visi, misi, dan tujuan perusahaan sebagai berikut :

Visi :

Menjadi perusahaan yang sehat didukung SDM yang profesional sehingga dapat melayani kebutuhan air minum masyarakat secara layak agar hidup sehat sejahtera dalam lingkungan damai, aman, dan nyaman.

Misi :

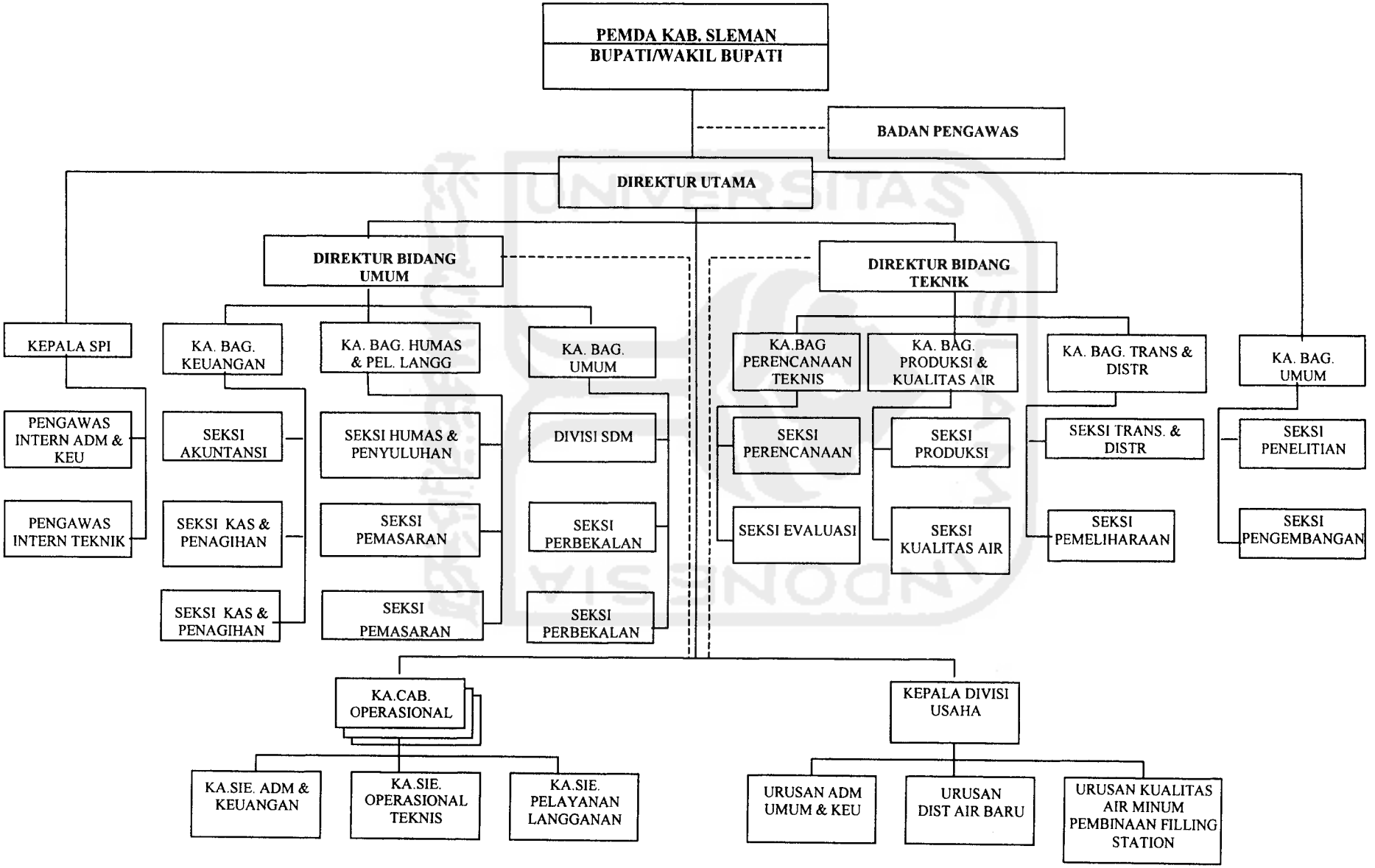
1. Melayani kebutuhan air minum masyarakat.
2. Mengoperasikan perusahaan dengan basic ekonomi perusahaan.
3. Sebagai BUMD di Daerah Otonomi Kabupaten Sleman.

Tujuan :

1. Masyarakat di Kabupaten Sleman tercukupi air minum / bersih secara layak.
2. Mengembangkan visi, misi, dan goal agar perusahaan dapat beroperasi dengan baik.
3. Mengelola potensi sumber daya alam dengan rekayasa dan pengembangan teknologi air minuman.
4. Bermitra dengan masyarakat.
5. Meningkatkan kemampuan SDM agar menjadi pegawai perusahaan yang potensial melalui program pembelajaran dan pengembangan SDM secara komprehensif.

Visi, misi dan tujuan tersebut diangkat menjadi pernyataan "SEMBADA 53-1", yaitu : lima sasaran, tiga misi untuk mencapai satu visi dalam menuju PDAM Kabupaten Sleman tahun 2020 sebagai arah dan tujuan utama pelaksanaan tugas.

STRUKTUR ORGANISASI
PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM
KABUPATEN SLEMAN



3.2. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini berada di dua tempat yaitu di kantor PDAM Kabupaten Sleman yang beralamat di Jl. Parasamya 18 Sleman dan masyarakat Purwomartani, Kalasan.

3.3. Populasi dan Sampel

Populasi adalah ruang lingkup atau besaran karasteristik dari seluruh objek yang diteliti. Dalam penelitian ini ditentukan populasinya adalah pelanggan PDAM Kabupaten Sleman.

Sampel adalah besaran karakteristik (tertentu) dari sebagian populasi yang memiliki karakteristik sama dengan populasi. Teknik penentuan jumlah sample dilakukan dengan menggunakan rumus (pedoman penulisan skripsi FE UII, 2003) :

$$n = \frac{(Z\ ½\alpha)^2 \cdot S^2}{E^2}$$

dimana :

Z : luas kurva normal standar (dapat dilihat pada table Z)

E : deviasi sampling maksimum yang diinginkan peneliti

S : standar deviasi sampel (berdasar pengalaman)

Berdasarkan ketentuan diatas, peneliti menggunakan α = 5 % karena umum digunakan dalam penelitian dan peneliti menginginkan tingkat kesalahan data yang ditoleransi adalah 5 %. Karena telah ditentukan α = 5 %, maka Z ½α = 1,96 (dari tabel Z). Peneliti juga menentukan E = 0,1 karena peneliti menginginkan tingkat kesalahan yang

mungkin terjadi tidak lebih dari 0,1(10 %), sedangkan tingkat kebenaran adalah 0,9 (90 %). Standar deviasi sampel (berdasarkan pengalaman) adalah 0,25 (25 %).

Dari data diatas, maka jumlah sampel yang akan diteliti sebanyak :

$$n = \frac{(1,96)^2 (0,25)}{(0,1)^2}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,01}$$

n = 96,04 (dibulatkan menjadi 100 pelanggan)

Dalam penelitian ini yang dijadikan sampel adalah pelanggan di wilayah Purwomartani. Subyeknya adalah ibu dalam suatu keluarga, karena dalam rumah tangga peranan ibu sangat besar dan dominan dalam pemenuhan kebutuhan hidup sehari – hari terutama yang berkaitan dengan penggunaan air seperti memasak dan mencuci sehingga seorang ibu kemungkinan besar lebih tahu tentang kualitas air yang digunakan.

3.4. Variabel Penelitian

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Kepuasan konsumen
2. Penggerak (*driver,s*) kepuasan pelanggan, meliputi :
    a. Produk.
    b. Harga.
    c. Kualitas pelayanan, terdiri dari :

- *Tangibles*
- *Reliability*
- *Responsiveness*
- *Assurance*
- *Emphaty*

3. Distribusi atau kemudahan.

   Sedang karakteristik konsumen ditentukan berdasarkan :

   1. Jenis kelamin
      a. L : Laki- laki
      b. P : Perempuan
   2. Umur
      a. < 25 tahun b. 25 – 40 tahun c. > 40 tahun
   3. Pendidikan
      a. SMP
      b. SMU
      c. Akademi
      d. Perguruan Tinggi
   4. Pekerjaan
      a. Pegawai Negeri Sipil (PNS)
      b. Pegawai Swasta
      c. Wiraswasta
      d. TNI / Polri
   5. Penghasilan

a. < Rp 1.000.000

b. Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000

c. > Rp 3.000.000

3.5. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional dari masing – masing variabel dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Kepuasan konsumen adalah keadaan dimana kinerja atau hasil yang dirasakan sesuai atau bahkan mungkin melebihi harapan pelanggan.
2. Produk adalah barang atau jasa yang dibuat dan ditambah gunanya atau nilainya dalam proses produksi dan menjadi hasil akhir dari proses produksi itu. Dalam penelitian ini produknya berupa air bersih.
3. Harga adalah nilai barang yang ditentukan atau dirupakan dengan uang, bisa juga diartikan sebagai jumlah uang atau alat tukar lain yang senilai yang harus dibayarkan untuk produk atau jasa. Dalam penelitian ini harga meliputi pemasangan PAM dan iuran per bulan yang harus dibayar konsumen sesuai dengan pemakaian air.
4. Kualitas pelayanan, terdiri dari :
   a. *Tangibles* (bukti langsung), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, personel, dan media komunikasi.

b. *Reliability* (kehandalan), yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan sesuai dengan yang telah dijanjikan.

c. Responsiveness (daya tanggap), yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan dalam memberi jasa dengan tanggap.

d. *Assurance* (jaminan), yaitu pengetahuan dan kesopanan staf yang dapat dipercaya, bebas dari resiko.

e. *Emphaty*, yaitu peduli dan memberi perhatian pada kebutuhan pelanggan.

5. Distribusi atau kemudahan adalah penyaluran (pembagian, pengiriman) produk kepada beberapa orang atau ke beberapa tempat.

3.6. Alat Pengumpul Data

3.6.1. Bentuk Daftar Pertanyaan

Jenis data yang digunakan dalam analisis penelitian ini adalah sumber data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari responden, dalam hal ini data yang berkaitan dengan penilaian responden terhadap pernyataan – pernyataan yang diajukan peneliti tentang harapan dan kinerja yang responden rasakan selama menjadi pelanggan PDAM Kabupaten Sleman khususnya yang berada di wilayah Purwomartani.

Cara mengumpulkan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan :

1. Kuisioner, yaitu dengan memberi daftar pertanyaan tertulis kepada responden untuk memperoleh data – data yang diperlukan mengenai harapan dan kinerja PDAM yang selanjutnya dijadikan sebagai dasar pengukuran kepuasan pelanggan. Kuisioner yang diedarkan berupa kuisioner tertutup.
2. Interview atau wawancara, yaitu mengadakan tanya jawab dengan pihak PDAM untuk mendapatkan keterangan yang berhubungan dengan data umum dan fasilitas yang sudah dimiliki atau mungkin ada pembaharuan.
3. Observasi, yaitu cara pengumpulan data dengan jalan mengamati dan mencatat secara langsung pada objek yang diteliti.

3.6.2. Skala

Kuisioner yang digunakan dalam pengumpulan data diukur dari bobot harapan dan kenyataan yang diterima pelanggan atas kinerja perusahaan yang diukur dengan menggunakan skala likert, yaitu skala yang dirancang untuk memungkinkan responden menjawab berbagai tingkatan pada setiap butir yang menguraikan kualitas pelayanan. Masing–masing variabel baik itu faktor harapan dan kenyataan yang terdapat dalam kuisioner terdiri dari *driver's* (penggerak) kepuasan pelanggan yaitu berupa produk, harga dan kualitas pelayanan meliputi *responsiveness, reliability, assurance, emphaty, dan tangibles.*

. Dalam memberikan jawaban pertanyaan dari variabel – variabel tersebut, yaitu dengan memilih alternatif antara 1 sampai 5 dengan penilaian sebagai berikut :

5 : sangat baik

4 : baik

3 : cukup baik

2 : kurang baik

1 : tidak baik

3.6.3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Kuisioner

Untuk menguji kesahihan butir pertanyaan dan keandalan digunakan uji validitas dan reliabilitas.

a. Analisis validitas

Validitas menunjukkan sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi alat ukurnya. Dalam penelitian ini uji validitas data dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor item dengan skor total. Formula yang digunakan adalah (Sutrisno Hadi, 1991 : 23)

$$r_{xy} = \frac{N(\Sigma XY) - (\Sigma X)(\Sigma Y)}{\sqrt{N\Sigma^2 - (\Sigma X)^2}\sqrt{N\Sigma Y - (\Sigma Y)^2}}$$

dimana :

r = korelasi moment

N = cacah subyek uji coba

ΣX = total skor yang belahan ganjil

ΣY = total skor yang belahan genap

ΣXY = total skor hasil kali belahan ganjil dan genap

Perhitungan sahih atau tidaknya suatu butir pertanyaan dilakukan dengan cara membandingkan hasil korelasi antara item pertanyaan dengan skor total kemudian dibandingkan dengan angka korelasi kritis atau korelasi tabel. Jika nilai korelasi item pertanyaan lebih besar dari nilai kritis atau korelasi tabel, maka item tersebut bisa dikatakan valid.

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 valid apabila mampu mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Sedangkan dikatakan tidak valid apabila tidak mampu mengungkapkan data variabel yang diteliti secara tepat. Syarat minimum untuk dianggap valid adalah nilai $r \geq 0,3$ (Sugiyono, 1999 : 183). Validitas kuisioner ini menggunakan N = 30 responden, dimana hasil validitas ini dapat dilihat dari tabel 3.1 sebagai berikut :

Tabel 3.1
Hasil Uji Validitas

Kinerja				Harapan			
Butir	r xy	r kritis	Keterangan	Butir	r xy	r kritis	Keterangan
Produk 1	0.7084	0,3	Valid	Produk 1	0.6416	0,3	Valid
Produk 2	0.7084	0,3	Valid	Produk 2	0.6416	0,3	Valid
Harga 1	0.7926	0,3	Valid	Harga 1	0.8459	0,3	Valid
Harga 2	0.7926	0,3	Valid	Harga 2	0.8459	0,3	Valid
Tangible1	0.6611	0,3	Valid	Tangible1	0.8832	0,3	Valid
Tangible2	0.6611	0,3	Valid	Tangible2	0.8832	0,3	Valid
Reliability1	0.4381	0,3	Valid	Relibility1	0.8708	0,3	Valid
Reliability2	0.4381	0,3	Valid	Reliability2	0.8708	0,3	Valid
Responsive1	0.8274	0,3	Valid	Responsive1	0.8593	0,3	Valid
Responsive2	0.6855	0,3	Valid	Responsive2	0.8739	0,3	Valid
Responsive3	0.7157	0,3	Valid	Responsive3	0.8685	0,3	Valid
Assurance1	0.7825	0,3	Valid	Assurance1	0.8356	0,3	Valid
Assurance2	0.7825	0,3	Valid	Assurance2	0.8356	0,3	Valid
Emphaty 1	0.6113	0,3	Valid	Emphaty 1	0.8603	0,3	Valid
Emphaty 2	0.6113	0,3	Valid	Emphaty 2	0.8603	0,3	Valid
Distribusi 1	0.6185	0,3	Valid	Distribusi 1	0.7970	0,3	Valid
Distribusi 2	0.6185	0,3	Valid	Distribusi 2	0.7970	0,3	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2006

Berdasarkan tabel 3.1 di atas menunjukkan bahwa seluruh item pertanyaan yang terdiri dari masing-masing 17 butir pada variabel kinerja, dan kepentingan dapat dinyatakan valid, karena r hitung (*Corrected Item Total Correlation*) lebih besar dari r kritis. Dengan demikian seluruh butir pertanyaan dapat digunakan untuk mengukur data secara tepat

b. Analisis reliabilitas

Adalah indeks yang menunjukkan sejauh mana tingkat kekuatan suatu alat ukur dapat dipercaya dan diandalkan.Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten apabila pengukuran dilakukan dua kali atau lebih. Ada beberapa teknik yang dapat digunakan untuk menguji reliabilitas instrumen, antara lain dengan alpha.

Dalam penelitian ini reliabilitas instrumen diuji dengan menggunakan koefisien alpha dari Cronbach (α) karena skor butir instrumen tidak dikotomi (skornya bukan 1 dan 0). Rumus yang digunakan adalah :

$$\alpha = \frac{kr}{1 + (k-1)\,r}$$

dimana :

r = rata – rata korelasi antar item

k = banyak butir pertanyaan

Suatu variabel akan dinyatakan reliabel apabila nilai koefisien alpha cronbachnya positif dan lebih besar dari 0,6 (Rangkuti, 2002 : 77) Reliabilitas kuisioner ini menggunakan N = 30 responden.

Hasil pengujian reliabilitas dapat ditunjukkan pada tabel berikut :

Tabel 3.2
Hasil Pengujian Reliabilitas

Penilaian	Koef. Alpha		Nilai Kritis	Keterangan
	Kinerja	Harapan		
Produk	0,8292	0,7723	0.6	Handal
Harga	0,8829	0,9164	0,6	Handal
Tangible	0,7929	0,9380	0.6	Handal
Reliability	0,6795	0,9309	0.6	Handal
Responsiveness	0,8566	0,9356	0.6	Handal
Assurance	0,8765	0,9103	0.6	Handal
Emphaty	0,7545	0,9249	0.6	Handal
Distribusi	0,7633	0,8852	0.6	Handal

Sumber : Data primer diolah, 2006

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

3.7. Teknik Analisis Data

3.7.1. Analisis Kualitatif

Merupakan analisis yang tidak dinyatakan dalam bentuk angka yang bersifat kuantitatif, tetapi berupa pendapat atau keterangan mengenai situasi obyek penelitian yang dianalisa. Bisa berbasis pada perspektif teori tertentu yang digunakan untuk memberikan diskripsi yang lebih jelas tentang kaitan antara variabel – variabel yang digunakan dengan maksud untuk lebih memperkaya pemahaman atas hasil analisis kuantitatif.

3.7.2. Analisis Kuantitatif

1. Analisis Tingkat Kepentingan

Dengan menggunakan data yang diperoleh dari responden kemudian dilakukan analisis statistik. Untuk mengetahui sejauh mana kepuasan konsumen digunakan teknik *Importance Performance Analisys* (Martila dan James, pp. 77 – 79 dalam Fandy Tjiptono, pp. 40–41). Responden diminta untuk merangking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat kepentingan setiap elemen dan seberapa baik kinerja perusahaan masing – masing elemen.

Indeks kepuasan konsumen dapat diperoleh dengan menggunakan skala likert yang ditentukan dalan 5 point skala baik untuk penilaian tingkat harapan maupun tingkat kinerja.

Dalam penelitian ini terdapat 2 (dua) buah variabel yang diwakilkan oleh huruf X dan Y, dimana X merupakan skor penilaian kinerja perusahaan yang dapat memberikan kepuasan konsumen dan Y merupakan skor penilaian harapan konsumen.

Rumus yang digunakan (J. Supranto, 1997 : 241)

$$TK_i = \frac{X_i}{Y_i} \times 100\%$$

Keterangan

TK_i = Tingkat kesesuaian responden

X_i = Skor penilaian kinerja penuh

Y_i = Skor penilaian harapan konsumen

$_i$ = Atribut jasa

2. Analisis Diagram Kartesius.

Sumbu horizontal (x) akan diisi oleh skor penilaian kinerja dan sumbu vertikal (y) akan diisi oleh skor penilaian harapan konsumen (J. Supranto, 1997 : 241)

$$\overline{X} = \frac{X_i}{n} \qquad \overline{Y} = \frac{Y_i}{n}$$

Keterangan :

$\overline{X}$ = Skor rata – rata kinerja / pelaksanaan

$\overline{Y}$ = Skor rata – rata harapan konsumen

n = Jumlah responden

Selanjutnya membuat diagram kartesius yaitu merupakan suatu bangun yang dibagi atas empat bagian yang dibatasi oleh dua buah garis yang berpotongan tegak lurus pada titik $(\overline{\overline{X}}, \overline{\overline{Y}})$ dimana $\overline{\overline{X}}$ merupakan rata – rata dari skor rata – rata pelaksanaan atau kinerja perusahaan seluruh faktor – faktor yang mempengaruhi dan $\overline{\overline{Y}}$ merupakan rata – rata dari skor harapan konsumen seluruh faktor – faktor yang mempengaruhinya. Dalam penelitian ini terdapat 17 faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, sehingga K = 17.

Rumus yang digunakan (J. Supranto, 1997, p. 241)

$$\overline{\overline{X}} = \sum_{\frac{i=1}{K}}^{N} X_i \qquad \overline{\overline{Y}} = \sum_{\frac{i=1}{K}}^{N} Y_i$$

Dimana :

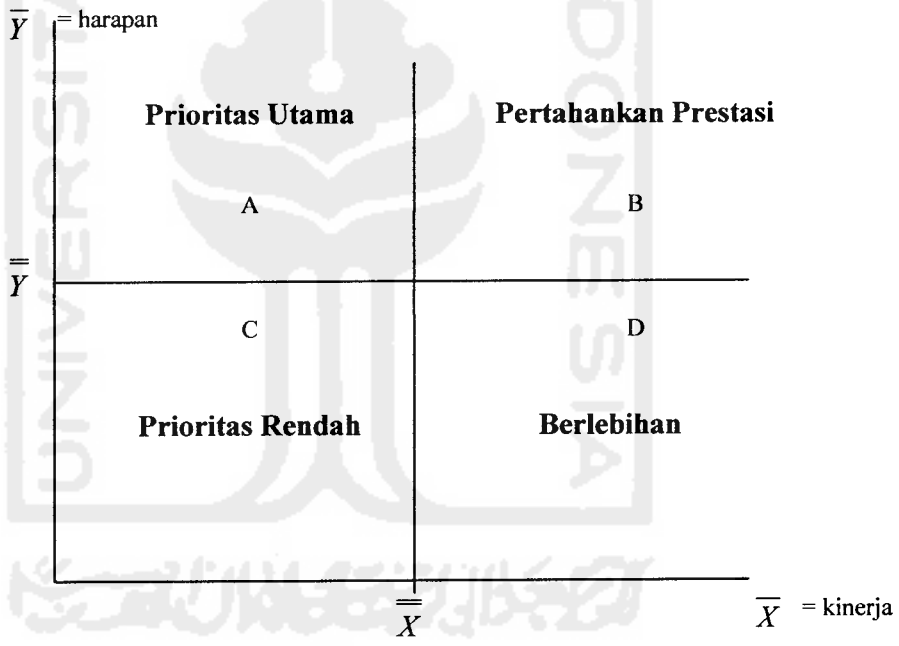
$\overline{\overline{X}}$ = Rata-rata dari skor kinerja

$\overline{\overline{Y}}$ = Rata-rata dari skor harapan konsumen

$\sum_{\frac{i=1}{K}}^{N} X_i$ = Jumlah dari skor penilaian kinerja perusahaan

$\frac{\sum_{i=1}^{N} Y_i}{K}$ = Jumlah dari skor penilaian harapan konsumen

Untuk menentukan tingkat kepuasan konsumen, maka ditentukan melalui : TK > 1 sangat puas, TK = 1 puas, TK < 1 tidak puas (Bilson Simamora , 2001 , p. 157). Selanjutnya tingkat unsur – unsur akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian kedalam diagram kartesius seperti pada gambar.



Gambar 3.2

Keterangan :

A : Kuadran A menunjukkan faktor atau atribut yang dianggap penting oleh konsumen, namun manajemen belum dapat memberikan sesuai keinginan konsumen sehingga mengecewakan atau tidak puas.

B : Kuadran B menunjukkan unsur jasa pokok yang telah berhasil dilaksanakan perusahaan untuk itu wajib dipertahankan. Dianggap sangat penting dan sangat memuaskan.

C : Kuadran C menunjukkan beberapa faktor yang dianggap kurang penting bagi konsumen, tetapi pelaksanaannya oleh perusahaan biasa–biasa saja. Dianggap kurang penting dan kurang memuaskan.

D : Kuadran D menunjukkan faktor atau atribut yang mempengaruhi konsumen kurang penting, akan tetapi pelaksanaannya berlebihan. Dianggap kurang penting tetapi sangat memuaskan.

BAB IV

ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan PDAM Sleman, serta mengetahui driver yang paling memuaskan pelanggan sehingga dapat diketahui atribut pada dimensi pelayanan yang diprioritaskan pada PDAM Sleman. Dalam penelitian ini diambil sampel sebanyak 100 responden yaitu pelanggan PDAM Sleman yang bertempat tinggal di wilayah Purwomartani, Kalasan.

Subyek penelitian ini adalah pelanggan PDAM Sleman. Sedang atribut yang diteliti adalah persepsi mereka tentang atribut produk, harga, kualitas pelayanan, dan distribusi. Dengan cara ini pihak pada PDAM Sleman dapat melihat komponen mana saja yang harus ditingkatkan kualitas pelayanannya sehingga sesuai dengan harapan pelanggan. Analisis yang dilakukan dalam penelitian ini terdiri dari analisis deskriptif dan analisis kuantitatif. Analisis deskriptif yaitu mengambarkan profil pelanggan pada PDAM Sleman, sedangkan analisis kuantitatif dalam penelitian ini yaitu analisis Tingkat Kesesuaian dan Analisis Diagram Kartesius.

4.1. Uji Validitas dan Reliabilitas Data Penelitian

4.1.1. Uji Validitas Data Penelitian

Uji validitas data penelitian bertujuan untuk mengetahui valid tidaknya data yang akan dijadikan objek pengukuran dalam analisis

penelitian. Uji validitas data penelitian ini dilakukan dengan bantuan komputer program SPSS 11.5 yang bertujuan untuk mengetahui bahwa setiap butir pertanyaan yang diajukan kepada responden telah dinyatakan valid atau tidak. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan teknik korelasi, yaitu dengan membandingkan hasil koefisien *corrected item total correlation* dengan nilai kritis sebesar 0,3 hal ini berdasar pada syarat minimum yang dianggap valid adalah nilai $r \geq 0,3$ (Sugiyono, 1999 : 183) dan nilai N sebesar 100.

Tabel 4.1
Hasil Uji Validitas

Kinerja				Harapan			
Butir	r xy	r kritis	Keterangan	Butir	r xy	r kritis	Keterangan
Produk 1	0.5455	0,3	Valid	Produk 1	0.4431	0,3	Valid
Produk 2	0.5455	0,3	Valid	Produk 2	0.4431	0,3	Valid
Harga 1	0.7872	0,3	Valid	Harga 1	0.5713	0,3	Valid
Harga 2	0.7872	0,3	Valid	Harga 2	0.5713	0,3	Valid
Tangible1	0.7729	0,3	Valid	Tangible1	0.3984	0,3	Valid
Tangible2	0.7729	0,3	Valid	Tangible2	0.3984	0,3	Valid
Reliability1	0.4541	0,3	Valid	Relibility1	0.4117	0,3	Valid
Reliability2	0.4541	0,3	Valid	Reliability2	0.4117	0,3	Valid
Responsive1	0.7674	0,3	Valid	Responsive1	0.5591	0,3	Valid
Responsive2	0.7440	0,3	Valid	Responsive2	0.5343	0,3	Valid
Responsive3	0.6863	0,3	Valid	Responsive3	0.5056	0,3	Valid
Assurance1	0.7818	0,3	Valid	Assurance1	0.5299	0,3	Valid
Assurance2	0.7818	0,3	Valid	Assurance2	0.5299	0,3	Valid
Emphaty 1	0.5672	0,3	Valid	Emphaty 1	0.5165	0,3	Valid
Emphaty 2	0.5672	0,3	Valid	Emphaty 2	0.5165	0,3	Valid
Distribusi 1	0.6703	0,3	Valid	Distribusi 1	0.5323	0,3	Valid
Distribusi 2	0.6703	0,3	Valid	Distribusi 2	0.5323	0,3	Valid

Sumber : Data primer diolah, 2006

Dari hasil perhitungan koefisien *corrected item total corelation* seluruhnya mempunyai r hitung yang lebih besar dari standart nilai kritis yang telah ditentukan sebesar 0,3. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa seluruh butir pertanyaan yang ada pada instrumen penelitian dapat dinyatakan layak sebagai instrumen untuk mengukur data penelitian.

4.1.2 Uji Reliabilitas Data Penelitian

Reliabilitas data penelitian merupakan suatu proses pengukuran yang mengacu pada derajat ketepatan, ketelitian dan akurasi yang ditunjukkan oleh data penelitian pada instrumen penelitian. Uji ini menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulang dua kali atau lebih. Prngujian reliabilitas terhadap daftar pertanyaan dilakukan dengan menggunakan program SPSS 11.5.

Tabel 4.2
Hasil Pengujian Reliabilitas

Penilaian	Koef. Alpha		Nilai Kritis	Keterangan
	Kinerja	Harapan		
Produk	0,7057	0,6107	0.6	Handal
Harga	0,8808	0,7271	0,6	Handal
Tangible	0,8716	0,6293	0.6	Handal
Reliability	0,6199	0,6027	0.6	Handal
Responsiveness	0,8581	0,7133	0.6	Handal
Assurance	0,8771	0,6925	0.6	Handal
Emphaty	0,7237	0,6810	0.6	Handal
Distribusi	0,8020	0,6946	0.6	Handal

Sumber : Data primer diolah, 2006

Variabel – variabel ini dapat dinyatakan reliabel karena koefisien alpha lebih besar dari nilai kritis yang telah ditentukan sebesar 0,6 (Rangkuti, 2002 : 77).

4.2. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif dalam penelitian ini menjelaskan profil pelanggan PDAM Sleman berdasarkan karakteristik responden. Karakteristik responden yang disampaikan dalam penelitian ini meliputi jenis kelamin, Umur, pendidikan, pekerjaan, dan tingkat penghasilan. Karakteristik responden tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Jenis Kelamin

Jenis kelamin merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi individu dalam menyikapi suatu produk dan jasa, hal ini berkaitan dengan tingkat kepentingan masing-masing jenis kelamin. Dari hasil angket yang telah disebarkan diperoleh hasil seperti terlihat pada tabel 4.3

Tabel 4.3
Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	59	59%
Perempuan	41	41%
Jumlah	100	100%

Sumber:Data primer yang diolah, 2006

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat diketahui bahwa 59 persen responden berjenis kelamin Laki-laki dan 41 persen responden

berjenis kelamin Perempuan. Ditinjau dari besarnya persentase menunjukkan bahwa responden mayoritas adalah konsumen dengan jenis kelamin laki-laki. Hal ini disebabkan karena responden laki-laki cenderung yang dominan dalam mengambil keputusan di dalam rumah tangga termasuk dalam memutuskan menjadi pelanggan PDAM Sleman.

2. Umur

Umur seseorang dapat mempengaruhi penilaian pelanggan karena pengetahuan, pandangan, pengalaman dan keyakinan sehingga akan mempengaruhi kepuasan dalam memilih obyek. Tabel 4.4 menunjukkan usia responden.

Tabel 4.4
Klasifikasi Responden Berdasarkan Umur

Umur	Jumlah	Persentase
< 25 tahun	23	23%
25 - 40 tahun	49	49%
> 40 tahun	28	28%
Jumlah	100	100%

Sumber : Data Primer yang diolah, 2006

Dari data di atas menunjukkan bahwa responden yang menggunakan jasa di PDAM Sleman mayoritas berusia antara 25 - 40 tahun, yaitu sebesar 49 persen (49 orang). Sedangkan distribusi usia yang lain yaitu usia lebih dari 40 tahun sebesar 28 persen (28 orang), dan terakhir berusia kurang dari 25 tahun sebesar 23 persen atau 23 orang.

Kenyataan menunjukkan bahwa mayoritas pelanggan PDAM Sleman adalah berusia produktif yaitu antara 25 hingga 40 tahun. Hal ini disebabkan karena kelompok pelanggan ini termasuk dalam kelompok yang memiliki tingkat aktivitas dan produktivitas yang tinggi , sehingga dalam melakukan bisnis ataupun pekerjaan responden ini sangat membutuhkan pelayanan yang handal sehingga tidak akan menganggu aktivitasnya.

3. Pendidikan

Pendidikan merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan karena kemampuan berfikir akan mempengaruhi perilaku seseorang. Tabel 4.5 menunjukkan tingkat pendidikan responden.

Tabel 4.5
Klasifikasi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Tingkat Pendidikan	Jumlah	Persentase
SMP	4	4%
SMU	45	45%
Akademi	17	17%
Perguruan Tinggi	34	34%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer yang Diolah, 2006

Dari tabel 4.5 dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan responden mayoritas berpendidikan terakhir adalah lulus Sekolah Lanjutan Tingkat Atas, yaitu sebesar 45 persen (45 orang). Distribusi tingkat pendidikan yang lain adalah berpendidikan terakhir perturuan tinggi yaitu sebesar 34 persen atau 34 orang, berpendidikan terakhir

akademi sebanyak 17 orang atau 17 persen serta berpendidikan terakhir lulus SMP sebesar 4 orang atau 4 persen.

Hasil ini menunjukkan bahwa pelanggan yang menggunakan jasa di PDAM Sleman merupakan responden yang telah memiliki tingkat pendidikan menengah keatas. Hal ini berarti penilaian yang diberikan oleh pelanggan terhadap kualitas pelayanan PDAM Sleman lebih representatif karena responden telah memiliki tingkat pendidikan yang tinggi.

4. Jenis Pekerjaan

Jenis pekerjaan merupakan faktor yang dapat menentukan kepuasan pelanggan dalam memilih PDAM. Hal ini disebabkan karena jenis pekerjaan berhubungan langsung dengan tingkat kepentingan pada jenis pekerjaan yang ditekuninya. Tabel 4.6 menunjukkan pekerjaan responden.

Tabel 4.6
Klasifikasi Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
PNS	29	29%
Pegawai Swasta	31	31%
Wiraswasta	24	24%
TNI / POLRI	16	16%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Dari tabel 4.6 di atas menunjukan bahwa jenis pekerjaan responden mayoritas adalah pegawai swasta, yaitu sebesar 31 persen (31 orang). Sedangkan distribusi tingkat pekerjaan yang

lain yaitu PNS sebesar 29 persen (29 orang), wiraswasta sebesar 24 persen (24 orang), dan responden yang memiliki pekerjaan TNI / POLRI sebanyak 16 orang atau 16%.

Kenyataan ini berarti jenis pekerjaan pelanggan yang menggunakan jasa di PDAM Sleman adalah Pegawai swasta dan Pegawai Negeri Sipil. Hal ini disebabkan karena lokasi penelitian di wilayah Purwomartani, yang sebagian besar adalah bertempat tinggal di perumahan dimana mereka adalah sebagian besar adalah pegawai.

5. Tingkat Penghasilan

Tingkat penghasilan seseorang merupakan faktor yang dapat menentukan kepuasan pelanggan dalam memilih jasa PDAM. Responden yang berpendapatan rendah cenderung belum merasa penting untuk menggunakan jasa PDAM karena kebutuhan air bersih sebenarnya masih mudah didapatkan di daerah Purwomartani. Sementara bagi responden yang berpendapatan tinggi cenderung mementingkan sarana yang lebih mudah sehingga tidak akan mengganggu pekerjaanya mereka yaitu dengan memanfaatkan fasilitas yang diberikan PDAM. Tabel 4.7 menunjukkan distribusi tingkat pendapatan responden.

Tabel 4.7
Klasifikasi Responden berdasarkan Tingkat Penghasilan

Tingkat Penghasilan	Jumlah	Persentase
< Rp.1.000.000	10	10%
Rp.1.000.000 - 3.000.000	69	69%
> Rp.3.000.000	21	21%
Jumlah	100	100%

Sumber: Data primer yang diolah, 2006

Dari tabel 4.7 di atas menunjukan bahwa tingkat penghasilan responden mayoritas adalah antara Rp.1.000.000 – 3.000.000 yaitu sebesar 69 persen (69 orang). Sedangkan distribusi tingkat penghasilan yang lain yaitu lebih dari 3.000.000 yaitu sebesar 16 persen (16 orang), dan 10 persen atau 10 orang berpenghasilan kurang dari Rp.1.000.000.

Mayoritas responden yang menggunakan jasa PDAM Sleman adalah berpendapatan menengah keatas. Hal ini disebabkan karena mayoritas responden yang menggunakan jasa pada PDAM Sleman telah memiliki tingkat penghasilan tetap, selain sebagai pegawai negeri juga seorang pegawai swasta yang berada di lingkungan perumahan Purwomartani Kalasan.

4.3. Analisis Kuantitatif

Analisis kuantitatif yang dimaksudkan di penelitian ini yaitu analisis data yang berdasarkan pada masalah yang dapat dinyatakan dalam angka. Analisis data ini didekati dengan *importance performance analisys* dan analisis diagram kartesius.

4.3.1. Analisis *Importance Performance*

Analisis ini berdasarkan hasil penelitian tingkat harapan dan hasil penelitian kinerja atau penampilan maka akan dihasilkan suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat harapan dan pelaksanaannya. Tingkat kesesuaian adalah hasil perbandingan skor kinerja dengan skor harapan. Semakin tinggi tingkat kesesuaian berarti semakin besar kepuasan pelanggan.

Untuk mengukur tingkat kesesuaian ini digunakan rumus :

$$Tki = \frac{Xi}{Yi} x100\%$$

Keterangan :

Tki = Tingkat kesesuaian responden

Xi = Skor penilaian kinerja (performance)

Yi = Skor Harapan pelanggan (Importance)

4.3.1.1. Produk

1) Air bersih tidak berbau dan tidak berwarna

Berdasarkan data pada lampiran 2 dapat diketahui hasil tanggapan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8. air bersih tidak berbau dan tidak berwarna

Kriteria Jawaban Performance	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria Jawaban Importance	Skor	Jumlah Jawaban	Total
Sangat baik	5	3	15	Sangat penting	5	27	135
Baik	4	38	152	penting	4	65	260
Cukup baik	3	41	123	Cukup penting	3	8	24
Tidak baik	2	13	26	Tidak penting	2	0	0
Sangat tidak baik	1	5	5	Sangat tidak penting	1	0	0
Jumlah		100	321	Jumlah		100	419

Sumber : Data primer diolah

Data pada tabel 4.8 menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kinerja, sebagian besar memilih cukup baik, yaitu sebanyak 41 orang, urutan kedua memilih baik yaitu sebanyak 38 orang dan sisanya memilih tidak baik sebanyak 13 orang, sangat tidak baik 5 orang dan sangat baik 3 orang. Sedangkan tanggapan responden terhadap harapan air bersih tidak berbau dan tidak berwarna, sebagian besar responden memilih penting yaitu sebanyak 65 orang, dan urutan kedua memilih sangat penting yaitu sebanyak 27 orang dan sisanya memilih cukup penting yaitu sebanyak 8 orang.

Setelah dilakukan pembobotan masing-masing dengan skor yang telah ditentukan, maka hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data adalah sebagai berikut:

Tingkat kesesuaian = Xi/Yi x 100 %

= 321 / 419 x100 %

= 76,6%

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai kinerja lebih rendah dari tingkat harapan. Angka rasio kesesuaian sebesar 76,6%. Nilai X < Y atau tingkat kesesuaian di bawah 100%, maka menunjukkan kepuasan konsumen baru tercapai sebesar 76,6% pada air bersih tidak berbau dan tidak berwarna.

2) Pemberian kaporit tepat sehingga menghasilkan air yang bersih

Berdasarkan data pada lampiran 2 dapat diketahui hasil tanggapan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9. pemberian kaporit tepat sehingga menghasilkan air yang bersih

Kriteria Jawaban Performance	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria Jawaban Importance	Skor	Jumlah Jawaban	Total
Sangat baik	5	13	65	Sangat penting	5	13	65
Baik	4	48	192	penting	4	51	204
Cukup baik	3	21	63	Cukup penting	3	30	90
Tidak baik	2	17	34	Tidak penting	2	6	12
Sangat tidak baik	1	1	1	Sangat tidak penting	1	0	0
Jumlah		100	355	Jumlah		100	371

Sumber : Data primer diolah

Data pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kinerja, sebagian besar memilih baik, yaitu sebanyak 48 orang, urutan kedua memilih cukup baik yaitu sebanyak 21 orang dan sisanya memilih tidak baik sebanyak 17 orang, sangat baik 13 orang serta sangat tidak baik 1 orang. Sedangkan tanggapan responden terhadap harapan pemberian kaporit tepat sehingga menghasilkan air yang bersih, sebagian besar responden memilih penting yaitu sebanyak 51 orang, dan urutan kedua memilih cukup penting yaitu sebanyak 30 orang dan sisanya memilih sangat penting yaitu sebanyak 13 orang serta 6 orang memilih tidak penting.

Setelah dilakukan pembobotan masing-masing dengan skor yang telah ditentukan, maka hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data adalah sebagai berikut:

Tingkat kesesuaian = Xi/Yi x 100 %

= 355 / 371 x100 %

= 95,7%

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai kinerja lebih rendah dari tingkat harapan. Angka rasio kesesuaian sebesar 95,7%. Nilai X < Y atau tingkat

kesesuaian di bawah 100%, maka menunjukkan kepuasan konsumen sudah tercapai sebesar 95,7% pada pemberian kaporit tepat sehingga menghasilkan air yang bersih.

4.3.1.2. Harga

1) Harga pemasangan PDAM wajar

Berdasarkan data pada lampiran 2 dapat diketahui hasil tanggapan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10. harga pemasangan PDAM wajar

Kriteria Jawaban Performance	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria Jawaban Importance	Skor	Jumlah Jawaban	Total
Sangat baik	5	51	255	Sangat penting	5	30	150
Baik	4	49	196	penting	4	61	244
Cukup baik	3	0	0	Cukup penting	3	9	27
Tidak baik	2	0	0	Tidak penting	2	0	0
Sangat tidak baik	1	0	0	Sangat tidak penting	1	0	0
Jumlah		100	451	Jumlah		100	421

Sumber : Data primer diolah

Data pada tabel 4.10 menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kinerja, sebagian besar memilih sangat baik, yaitu sebanyak 51 orang, urutan kedua memilih baik yaitu sebanyak 49 orang. Sedangkan tanggapan responden terhadap harapan harga pemasangan PDAM wajar, sebagian besar responden memilih penting yaitu sebanyak 61 orang, dan urutan kedua memilih sangat penting yaitu sebanyak 30 orang dan sisanya memilih cukup penting yaitu sebanyak 9 orang.

Setelah dilakukan pembobotan masing-masing dengan skor yang telah ditentukan, maka hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data adalah sebagai berikut:

Tingkat kesesuaian = Xi/Yi x 100 %

= 451/ 421x 100 %

= 107,1%

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai kinerja lebih tinggi dari tingkat harapan. Angka rasio kesesuaian sebesar 107,1%. Nilai X > Y atau tingkat kesesuaian diatas 100%, maka menunjukkan konsumen sudah merasa puas terhadap harga pemasangan PDAM yang wajar.

2) Tarif pemakaian air per m^3 cukup terjangkau

Berdasarkan data pada lampiran 2 dapat diketahui hasil tanggapan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11. tarif pemakaian air per m^3 cukup terjangkau

Kriteria Jawaban Performance	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria Jawaban Importance	Skor	Jumlah Jawaban	Total
Sangat baik	5	20	100	Sangat penting	5	34	170
Baik	4	70	280	penting	4	59	236
Cukup baik	3	8	24	Cukup penting	3	6	18
Tidak baik	2	2	4	Tidak penting	2	1	2
Sangat tidak baik	1	0	0	Sangat tidak penting	1	0	0
Jumlah		100	408	Jumlah		100	426

Sumber : Data primer diolah

Data pada tabel 4.11 menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kinerja, sebagian besar memilih baik, yaitu sebanyak 70 orang, urutan kedua memilih sangat baik yaitu sebanyak 20 orang dan sisanya sebanyak 8 orang memilih cukup baik serta 2 orang memilih tidak baik. Sedangkan tanggapan responden terhadap harapan tarif pemakaian air per m^3 cukup terjangkau, sebagian besar responden memilih penting yaitu sebanyak 59 orang, dan urutan kedua memilih sangat penting yaitu

sebanyak 34 orang dan sisanya memilih cukup penting yaitu sebanyak 6 orang serta 1 orang memilih tidak penting.

Setelah dilakukan pembobotan masing-masing dengan skor yang telah ditentukan, maka hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data adalah sebagai berikut:

Tingkat kesesuaian = Xi/Yi x 100 %

= 408 / 426 x 100 %

= 95,8%

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai kinerja lebih rendah dari tingkat harapan. Angka rasio kesesuaian sebesar 95,8%. Nilai X < Y atau tingkat kesesuaian dibawah 100%, maka menunjukkan konsumen baru memperoleh kepuasan sebesar 95,8% terhadap tarif pemakaian air per m^3 cukup terjangkau.

4.3.1.3. Kualitas Pelayanan

1) Tangible (Bukti Langsung)

(1) Kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan kantor PDAM

Berdasarkan data pada lampiran 2 dapat diketahui hasil tanggapan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12. kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan kantor PDAM

Kriteria Jawaban Performance	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria Jawaban Importance	Skor	Jumlah Jawaban	Total
Sangat baik	5	25	125	Sangat penting	5	31	155
Baik	4	66	264	penting	4	54	216
Cukup baik	3	9	27	Cukup penting	3	10	30
Tidak baik	2	0	0	Tidak penting	2	4	8
Sangat tidak baik	1	0	0	Sangat tidak penting	1	1	1
Jumlah		100	416	Jumlah		100	410

Sumber : Data primer diolah

Data pada tabel 4.12 menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kinerja, sebagian besar memilih baik, yaitu sebanyak 66 orang, urutan kedua memilih sangat baik yaitu sebanyak 25 orang dan sisanya sebanyak 9 orang memilih cukup baik. Sedangkan tanggapan responden terhadap harapan kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan kantor PDAM, sebagian besar responden memilih penting yaitu sebanyak 54 orang, dan urutan kedua memilih sangat penting yaitu sebanyak 31 orang dan sisanya memilih cukup penting yaitu sebanyak 10 , 4 orang memilih tidak penting dan 1 orang memilih sangat tidak penting.

Setelah dilakukan pembobotan masing-masing dengan skor yang telah ditentukan, maka hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data adalah sebagai berikut:

Tingkat kesesuaian = Xi/Yi x 100 %

= 416 / 410 x 100 %

= 101,5%

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai kinerja lebih tinggi dari tingkat harapan. Angka rasio kesesuaian sebesar 101,5%. Nilai X > Y atau tingkat kesesuaian diatas 100%, maka menunjukkan konsumen telah merasa puas terhadap kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan kantor PDAM.

(2) Meteran air berfungsi dengan baik

Berdasarkan data pada lampiran 2 dapat diketahui hasil tanggapan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13. meteran air berfungsi dengan baik

Kriteria Jawaban Performance	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria Jawaban Importance	Skor	Jumlah Jawaban	Total
Sangat baik	5	21	105	Sangat penting	5	21	105
Baik	4	75	300	penting	4	57	228
Cukup baik	3	3	9	Cukup penting	3	22	66
Tidak baik	2	1	2	Tidak penting	2	0	0
Sangat tidak baik	1	0	0	Sangat tidak penting	1	0	0
Jumlah		100	416	Jumlah		100	399

Sumber : Data primer diolah

Data pada tabel 4.13 menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kinerja, sebagian besar memilih baik, yaitu sebanyak 75 orang, urutan kedua memilih sangat baik yaitu sebanyak 21 orang dan sisanya sebanyak 3 orang memilih cukup baik serta 1 orang memilih tidak baik. Sedangkan tanggapan responden terhadap harapan meteran air berfungsi dengan baik, sebagian besar responden memilih penting yaitu sebanyak 57 orang, dan urutan kedua memilih sangat penting yaitu sebanyak 21 orang dan sisanya memilih cukup penting yaitu sebanyak 22 orang.

Setelah dilakukan pembobotan masing-masing dengan skor yang telah ditentukan, maka hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data adalah sebagai berikut:

Tingkat kesesuaian = Xi/Yi x 100 %

= 416/ 399 x 100 %

= 104,3%

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai kinerja lebih tinggi dari tingkat harapan. Angka rasio kesesuaian sebesar 104,3%. Nilai X > Y atau tingkat

kesesuaian diatas 100%, maka menunjukkan konsumen sudah merasa puas terhadap meteran air berfungsi dengan baik.

2) Reliability (Keandalan)

(1) Profesionalitas dan etos kerja seluruh karyawan

Berdasarkan data pada lampiran 2 dapat diketahui hasil tanggapan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14. profesionalitas dan etos kerja seluruh karyawan

Kriteria Jawaban Performance	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria Jawaban Importance	Skor	Jumlah Jawaban	Total
Sangat baik	5	36	180	Sangat penting	5	32	160
Baik	4	54	216	penting	4	57	228
Cukup baik	3	7	21	Cukup penting	3	10	30
Tidak baik	2	3	6	Tidak penting	2	1	2
Sangat tidak baik	1	0	0	Sangat tidak penting	1	0	0
Jumlah		100	423	Jumlah		100	420

Sumber : Data primer diolah

Data pada tabel 4.14 menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kinerja, sebagian besar memilih baik, yaitu sebanyak 54 orang, urutan kedua memilih sangat baik yaitu sebanyak 36 orang dan sisanya sebanyak 7 orang memilih cukup baik serta 3 orang memilih tidak baik. Sedangkan tanggapan responden terhadap harapan profesionalitas dan etos kerja seluruh karyawan, sebagian besar responden memilih penting yaitu sebanyak 57 orang, dan urutan kedua memilih sangat penting yaitu sebanyak 32 orang, responden yang memilih cukup penting yaitu sebanyak 10 orang dan sisanya 1 orang memilih tidak penting.

Setelah dilakukan pembobotan masing-masing dengan skor yang telah ditentukan, maka hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data adalah sebagai berikut:

Tingkat kesesuaian = Xi/Yi x 100 %

= 423 / 420 x 100 %

= 100,7%

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai kinerja lebih tinggi dari tingkat harapan. Angka rasio kesesuaian sebesar 100,7%. Nilai X > Y atau tingkat kesesuaian diatas 100%, maka menunjukkan konsumen sudah merasa puas terhadap profesionalitas dan etos kerja seluruh karyawan.

(2) Sistem pelayanan PDAM

Berdasarkan data pada lampiran 2 dapat diketahui hasil tanggapan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15. sistem pelayanan PDAM

Kriteria Jawaban Performance	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria Jawaban Importance	Skor	Jumlah Jawaban	Total
Sangat baik	5	19	95	Sangat penting	5	37	185
Baik	4	33	132	penting	4	48	192
Cukup baik	3	34	102	Cukup penting	3	13	39
Tidak baik	2	13	26	Tidak penting	2	2	4
Sangat tidak baik	1	1	1	Sangat tidak penting	1	0	0
Jumlah		100	356	Jumlah		100	420

Sumber : Data primer diolah

Data pada tabel 4.15 menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kinerja, sebagian besar memilih cukup baik, yaitu sebanyak 34 orang, urutan kedua memilih baik yaitu sebanyak 33 orang, sebanyak 19 orang memilih sangat baik dan sisanya memilih tidak baik yaitu sebanyak 13 orang serta memilih sangat tidak baik sebanyak 1 orang. Sedangkan tanggapan responden terhadap harapan sistem pelayanan PDAM, sebagian besar responden memilih penting yaitu sebanyak 48 orang, dan urutan kedua memilih sangat penting yaitu sebanyak 37 orang

dan sisanya memilih cukup penting yaitu sebanyak 13 orang serta memilih tidak penting yaitu sebanyak 2 orang.

Setelah dilakukan pembobotan masing-masing dengan skor yang telah ditentukan, maka hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data adalah sebagai berikut:

Tingkat kesesuaian = Xi/Yi x 100 %

= 356 / 420 x 100 %

= 84,8%

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai kinerja lebih rendah dari tingkat harapan. Angka rasio kesesuaian sebesar 84,8%. Nilai X < Y atau tingkat kesesuaian dibawah 100%, maka menunjukkan konsumen belum merasa puas terhadap sistem pelayanan PDAM.

3) Responsiveness (Daya tanggap)

(1) Prosedur penyampaian informasi PDAM

Berdasarkan data pada lampiran 2 dapat diketahui hasil tanggapan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16. prosedur penyampaian informasi PDAM

Kriteria Jawaban Performance	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria Jawaban Importance	Skor	Jumlah Jawaban	Total
Sangat baik	5	19	95	Sangat penting	5	22	110
Baik	4	60	240	penting	4	65	260
Cukup baik	3	17	51	Cukup penting	3	12	36
Tidak baik	2	4	8	Tidak penting	2	1	2
Sangat tidak baik	1	0	0	Sangat tidak penting	1	0	0
Jumlah		100	394	Jumlah		100	408

Sumber : Data primer diolah

Data pada tabel 4.16 menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kinerja, sebagian besar memilih baik, yaitu sebanyak

60 orang, urutan kedua memilih sangat baik yaitu sebanyak 19 orang dan sisanya sebanyak 17 orang memilih cukup baik serta sebanyak 4 orang memilih tidak baik. Sedangkan tanggapan responden terhadap harapan prosedur penyampaian informasi PDAM, sebagian besar responden memilih penting yaitu sebanyak 65 orang, dan urutan kedua memilih sangat penting yaitu sebanyak 22 orang dan sisanya memilih cukup penting yaitu sebanyak 12 orang serta 1 orang memilih tidak penting.

Setelah dilakukan pembobotan masing-masing dengan skor yang telah ditentukan, maka hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data adalah sebagai berikut:

Tingkat kesesuaian = Xi/Yi x 100 %

= 394 / 408 x 100 %

= 96,6%

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai kinerja lebih rendah dari tingkat harapan. Angka rasio kesesuaian sebesar 96,6%. Nilai X < Y atau tingkat kesesuaian dibawah 100%, maka menunjukkan konsumen belum merasa puas terhadap prosedur penyampaian informasi PDAM.

(2) Kecepatan dan ketepatan pelayanan yang diberikan

Berdasarkan data pada lampiran 2 dapat diketahui hasil tanggapan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.17. kecepatan dan ketepatan pelayanan yang diberikan

Kriteria Jawaban Performance	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria Jawaban Importance	Skor	Jumlah Jawaban	Total
Sangat baik	5	31	155	Sangat penting	5	32	160
Baik	4	58	232	penting	4	55	220
Cukup baik	3	9	27	Cukup penting	3	11	33
Tidak baik	2	2	4	Tidak penting	2	2	4
Sangat tidak baik	1	0	0	Sangat tidak penting	1	0	0
Jumlah		100	418	Jumlah		100	417

Sumber : Data primer diolah

Data pada tabel 4.17 menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kinerja, sebagian besar memilih baik, yaitu sebanyak 58 orang, urutan kedua memilih sangat baik yaitu sebanyak 31 orang dan sisanya sebanyak 9 orang memilih cukup baik serta 2 orang memilih tidak baik. Sedangkan tanggapan responden terhadap harapan kecepatan dan ketepatan pelayanan yang diberikan, sebagian besar responden memilih penting yaitu sebanyak 55 orang, dan urutan kedua memilih sangat penting yaitu sebanyak 32 orang dan sisanya memilih cukup penting yaitu sebanyak 11 orang serta 2 orang memilih tidak penting.

Setelah dilakukan pembobotan masing-masing dengan skor yang telah ditentukan, maka hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data adalah sebagai berikut:

Tingkat kesesuaian = Xi/Yi x 100 %

= 418 / 417 x 100 %

= 100,2%

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai kinerja lebih tinggi dari tingkat harapan. Angka rasio kesesuaian sebesar 100,2%. Nilai X > Y atau tingkat

kesesuaian diatas 100%, maka menunjukkan konsumen telah merasa puas terhadap kecepatan dan ketepatan pelayanan yang diberikan.

(3) Tanggapan PDAM atas keluhan pelanggan

Berdasarkan data pada lampiran 2 dapat diketahui hasil tanggapan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.18. tanggapan PDAM atas keluhan pelanggan

Kriteria Jawaban Performance	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria Jawaban Importance	Skor	Jumlah Jawaban	Total
Sangat baik	5	10	50	Sangat penting	5	31	155
Baik	4	60	240	penting	4	59	236
Cukup baik	3	17	51	Cukup penting	3	9	27
Tidak baik	2	11	22	Tidak penting	2	1	2
Sangat tidak baik	1	2	2	Sangat tidak penting	1	0	0
Jumlah		100	365	Jumlah		100	420

Sumber : Data primer diolah

Data pada tabel 4.18 menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kinerja, sebagian besar memilih baik, yaitu sebanyak 60 orang, urutan kedua memilih cukup baik yaitu sebanyak 11 orang, sebanyak 10 orang memilih sangat baik dan sisanya memilih tidak baik sebanyak 11 orang serta 2 orang memilih sangat tidak baik. Sedangkan tanggapan responden terhadap harapan tanggapan PDAM atas keluhan pelanggan, sebagian besar responden memilih penting yaitu sebanyak 59 orang, dan urutan kedua memilih sangat penting yaitu sebanyak 31 orang dan sisanya memilih cukup penting yaitu sebanyak 9 orang serta 1 orang memilih tidak penting.

Setelah dilakukan pembobotan masing-masing dengan skor yang telah ditentukan, maka hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data adalah sebagai berikut:

Tingkat kesesuaian = Xi/Yi x 100 %

= 365/ 420 x 100 %

= 86,9%

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai kinerja lebih rendah dari tingkat harapan. Angka rasio kesesuaian sebesar 86,9%. Nilai X < Y atau tingkat kesesuaian dibawah 100%, maka menunjukkan konsumen belum merasa puas terhadap tanggapan PDAM atas keluhan pelanggan.

4) Assurance (jaminan)

(1) Solusi dan alternatif pemecahan masalah terhadap gangguan teknis dan non teknis oleh PDAM

Berdasarkan data pada lampiran 2 dapat diketahui hasil tanggapan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.19. solusi dan alternatif pemecahan masalah terhadap gangguan teknis dan non teknis oleh PDAM

Kriteria Jawaban Performance	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria Jawaban Importance	Skor	Jumlah Jawaban	Total
Sangat baik	5	25	125	Sangat penting	5	35	175
Baik	4	64	256	penting	4	59	236
Cukup baik	3	10	30	Cukup penting	3	6	18
Tidak baik	2	1	2	Tidak penting	2	0	0
Sangat tidak baik	1	0	0	Sangat tidak penting	1	0	0
Jumlah		100	413	Jumlah		100	429

Sumber : Data primer diolah

Data pada tabel 4.19 menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kinerja, sebagian besar memilih baik, yaitu sebanyak 64 orang, urutan kedua memilih sangat baik yaitu sebanyak 25 orang dan sisanya sebanyak 10 orang memilih cukup baik serta memilih tidak baik sebanyak 1 orang. Sedangkan tanggapan responden terhadap harapan

solusi dan alternatif pemecahan masalah terhadap gangguan teknis dan non teknis oleh PDAM, sebagian besar responden memilih penting yaitu sebanyak 59 orang, dan urutan kedua memilih sangat penting yaitu sebanyak 35 orang dan sisanya memilih cukup penting yaitu sebanyak 6 orang.

Setelah dilakukan pembobotan masing-masing dengan skor yang telah ditentukan, maka hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data adalah sebagai berikut:

Tingkat kesesuaian = Xi/Yi x 100 %

= 413/ 429 x 100 %

= 96,3%

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai kinerja lebih tinggi dari tingkat harapan. Angka rasio kesesuaian sebesar 96,3%. Nilai X < Y atau tingkat kesesuaian dibawah 100%, maka menunjukkan konsumen belum merasa puas terhadap solusi dan alternatif pemecahan masalah terhadap gangguan teknis dan non teknis oleh PDAM.

(2) Perhatian terhadap komunikasi timbal balik dengan seluruh lapisan pelanggan

Berdasarkan data pada lampiran 2 dapat diketahui hasil tanggapan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.20. perhatian terhadap komunikasi timbal balik dengan seluruh lapisan pelanggan

Kriteria Jawaban Performance	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria Jawaban Importance	Skor	Jumlah Jawaban	Total
Sangat baik	5	45	225	Sangat penting	5	43	215
Baik	4	48	192	penting	4	53	212
Cukup baik	3	7	21	Cukup penting	3	3	9
Tidak baik	2	0	0	Tidak penting	2	1	2
Sangat tidak baik	1	0	0	Sangat tidak penting	1	0	0
Jumlah		100	438	Jumlah		100	438

Sumber : Data primer diolah

Data pada tabel 4.20 menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kinerja, sebagian besar memilih baik, yaitu sebanyak 48 orang, urutan kedua memilih sangat baik yaitu sebanyak 45 orang dan sisanya sebanyak 7 orang memilih cukup baik. Sedangkan tanggapan responden terhadap harapan komunikasi timbal balik dengan seluruh lapisan pelanggan, sebagian besar responden memilih penting yaitu sebanyak 53 orang, dan urutan kedua memilih sangat penting yaitu sebanyak 43 orang dan sisanya memilih cukup penting yaitu sebanyak 3 orang serta memilih tidak penting sebanyak 1 orang.

Setelah dilakukan pembobotan masing-masing dengan skor yang telah ditentukan, maka hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data adalah sebagai berikut:

Tingkat kesesuaian = Xi/Yi x 100 %

= 438/ 438 x 100 %

= 100,0%

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai kinerja sama dengan tingkat harapan. Angka rasio kesesuaian sebesar 100,0%. Nilai X = Y atau tingkat

kesesuaian sama dengan 100%, maka menunjukkan konsumen sudah merasa puas terhadap komunikasi timbal balik dengan seluruh lapisan pelanggan.

5) Emphaty

(1) Pemahaman PDAM terhadap kebutuhan pelanggan

Berdasarkan data pada lampiran 2 dapat diketahui hasil tanggapan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.21. pemahaman PDAM terhadap kebutuhan pelanggan

Kriteria Jawaban Performance	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria Jawaban Importance	Skor	Jumlah Jawaban	Total
Sangat baik	5	17	85	Sangat penting	5	35	175
Baik	4	57	228	penting	4	52	208
Cukup baik	3	15	45	Cukup penting	3	12	36
Tidak baik	2	11	22	Tidak penting	2	1	2
Sangat tidak baik	1	0	0	Sangat tidak penting	1	0	0
Jumlah		100	380	Jumlah		100	421

Sumber : Data primer diolah

Data pada tabel 4.21 menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kinerja, sebagian besar memilih baik, yaitu sebanyak 57 orang, urutan kedua memilih sangat baik yaitu sebanyak 17 orang dan sisanya sebanyak 15 orang memilih cukup baik serta memilih tidak baik sebanyak 11 orang. Sedangkan tanggapan responden terhadap harapan pemahaman PDAM terhadap kebutuhan pelanggan, sebagian besar responden memilih sangat penting yaitu sebanyak 52 orang, dan urutan kedua memilih sangat penting yaitu sebanyak 35 orang dan sisanya memilih cukup penting yaitu sebanyak 12 orang serta sebanyak 1 orang memilih tidak penting.

Setelah dilakukan pembobotan masing-masing dengan skor yang telah ditentukan, maka hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data adalah sebagai berikut:

Tingkat kesesuaian = Xi/Yi x 100 %

= 380 / 421x 100 %

= 90,3%

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai kinerja lebih rendah dari tingkat harapan. Angka rasio kesesuaian sebesar 90,3%. Nilai X < Y atau tingkat kesesuaian dibawah 100%, maka menunjukkan konsumen belum merasa puas terhadap pemahaman PDAM terhadap kebutuhan pelanggan.

(2) Penanganan pelanggan oleh karyawan PDAM

Berdasarkan data pada lampiran 2 dapat diketahui hasil tanggapan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.22. penanganan pelanggan oleh karyawan PDAM

Kriteria Jawaban Performance	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria Jawaban Importance	Skor	Jumlah Jawaban	Total
Sangat baik	5	40	200	Sangat penting	5	35	175
Baik	4	52	208	penting	4	49	196
Cukup baik	3	4	12	Cukup penting	3	16	48
Tidak baik	2	4	8	Tidak penting	2	0	0
Sangat tidak baik	1	0	0	Sangat tidak penting	1	0	0
Jumlah		100	428	Jumlah		100	419

Sumber : Data primer diolah

Data pada tabel 4.22 menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kinerja, sebagian besar memilih baik, yaitu sebanyak 52 orang, urutan kedua memilih sangat baik yaitu sebanyak 40 orang dan sisanya masing – masing sebanyak 4 orang memilih sangat baik dan tidak baik. Sedangkan tanggapan responden terhadap harapan penanganan

pelanggan oleh karyawan PDAM, sebagian besar responden memilih penting yaitu sebanyak 49 orang, dan urutan kedua memilih sangat penting yaitu sebanyak 35 orang dan sisanya memilih cukup penting yaitu sebanyak 16 orang.

Setelah dilakukan pembobotan masing-masing dengan skor yang telah ditentukan, maka hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data adalah sebagai berikut:

Tingkat kesesuaian = Xi/Yi x 100 %

= 428 / 419 x 100 %

= 102,1%

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai kinerja lebih tinggi dari tingkat harapan. Angka rasio kesesuaian sebesar 102,1%. Nilai X > Y atau tingkat kesesuaian diatas 100%, maka menunjukkan konsumen telah merasa puas terhadap penanganan pelanggan oleh karyawan PDAM.

4.3.1.4. Distribusi

1) Aliran air lancar

Berdasarkan data pada lampiran 2 dapat diketahui hasil tanggapan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.23. aliran air lancar

Kriteria Jawaban Performance	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria Jawaban Importance	Skor	Jumlah Jawaban	Total
Sangat baik	5	19	95	Sangat penting	5	34	170
Baik	4	59	236	penting	4	50	200
Cukup baik	3	22	66	Cukup penting	3	16	48
Tidak baik	2	0	0	Tidak penting	2	0	0
Sangat tidak baik	1	0	0	Sangat tidak penting	1	0	0
Jumlah		100	397	Jumlah		100	418

Sumber : Data primer diolah

Data pada tabel 4.23 menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kinerja, sebagian besar memilih baik, yaitu sebanyak 59 orang, urutan kedua memilih cukup baik yaitu sebanyak 22 orang dan sisanya sebanyak 19 orang memilih sangat baik. Sedangkan tanggapan responden terhadap aliran air lancar, sebagian besar responden memilih penting yaitu sebanyak 50 orang, dan urutan kedua memilih sangat penting yaitu sebanyak 34 orang dan sisanya memilih cukup penting yaitu sebanyak 16 orang.

Setelah dilakukan pembobotan masing-masing dengan skor yang telah ditentukan, maka hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data adalah sebagai berikut:

Tingkat kesesuaian = Xi/Yi x 100 %

= 397/ 418x 100 %

= 95%

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai kinerja lebih rendah dari tingkat harapan. Angka rasio kesesuaian sebesar 95%. Nilai X < Y atau tingkat kesesuaian dibawah 100%, maka menunjukkan konsumen belum merasa puas terhadap aliran air lancar.

2). Mudah dalam melakukan pembayaran rekening

Berdasarkan data pada lampiran 2 dapat diketahui hasil tanggapan responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.24. Mudah dalam melakukan pembayaran rekening

Kriteria Jawaban Performance	Skor	Jumlah Jawaban	Total	Kriteria Jawaban Importance	Skor	Jumlah Jawaban	Total
Sangat baik	5	47	235	Sangat penting	5	31	155
Baik	4	45	180	penting	4	58	232
Cukup baik	3	7	21	Cukup penting	3	11	33
Tidak baik	2	1	2	Tidak penting	2	0	0
Sangat tidak baik	1	0	0	Sangat tidak penting	1	0	0
Jumlah		100	438	Jumlah		100	420

Sumber : Data primer diolah

Data pada tabel 4.24 menunjukkan bahwa hasil tanggapan responden terhadap kinerja, sebagian besar memilih sangat baik, yaitu sebanyak 47 orang, urutan kedua memilih baik yaitu sebanyak 45 orang dan sisanya sebanyak 7 orang memilih cukup baik serta 1 orang memilih tidka baik. Sedangkan tanggapan responden terhadap harapan akan kemudahan dalam melakukan pembayaran rekening, sebagian besar responden memilih penting yaitu sebanyak 58 orang, dan urutan kedua memilih sangat penting yaitu sebanyak 31 orang dan sisanya memilih cukup penting yaitu sebanyak 11 orang.

Setelah dilakukan pembobotan masing-masing dengan skor yang telah ditentukan, maka hasil rasio tingkat kesesuaian kedua data adalah sebagai berikut:

Tingkat kesesuaian = Xi/Yi x 100 %

= 438 / 420 x 100 %

= 104,3%

Hasil tersebut menunjukkan bahwa nilai kinerja lebih tinggi dari tingkat harapan. Angka rasio kesesuaian sebesar 104,3%. Nilai X > Y atau tingkat

kesesuaian diatas 100%, maka menunjukkan konsumen telah merasa puas terhadap kemudahan dalam melakukan pembayaran rekening.

4.3.1.5. Pembahasan Secara Umum untuk tingkat Kesesuaian

Tabel 4.25
Tingkat Kesesuaian Harapan dan Kinerja Pada PDAM Sleman

No	DIMENSI	Kinerja	Harapan	Kesesuaian
A. Produk				
1	air bersih tidak berbau dan tidak berwarna	3.21	4.19	76.6%
2	pemberian kaporit tepat sehingga menghasilkan air yang bersih	3.55	3.71	95.7%
	Rata-rata	**3.38**	**3.95**	**85.6%**
B. Harga				
3	harga pemasangan PDAM wajar	4.51	4.21	107.1%
4	tarif pemakaian air per m^3 cukup terjangkau	4.08	4.26	95.8%
	Rata-rata	**4.295**	**4.235**	**101.4%**
C. Tangibles				
5	kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan kantor PDAM	4.16	4.1	101.5%
6	meteran air berfungsi dengan baik	4.16	3.99	104.3%
	Rata-rata	**4.16**	**4.045**	**102.8%**
D Reliability				
7	profesionalitas dan etos kerja seluruh karyawan	4.23	4.20	100.7%
8	sistem pelayanan PDAM	3.56	4.20	84.8%
	Rata-rata	**3.90**	**4.20**	**92.7%**
E. Responsivenss				
9	prosedur penyampaian informasi PDAM	3.94	4.08	96.6%
10	kecepatan dan ketepatan pelayanan yang diberikan	4.18	4.17	100.2%
11	tanggapan PDAM atas keluhan pelanggan	3.65	4.20	86.9%
	Rata-rata	**3.92**	**4.15**	**94.5%**
F. Assurance				
12	solusi pemecahan masalah terhadap gangguan teknis	4.13	4.29	96.3%
13	perhatian terhadap komunikasi dengan pelanggan	4.38	4.38	100.0%
	Rata-rata	**4.26**	**4.34**	**98.2%**
G. Emphaty				
14	pemahanan PDAM terhadap kebutuhan pelanggan	3.80	4.21	90.3%
15	penanganan pelanggan oleh karyawan PDAM	4.28	4.19	102.1%
	Rata-rata	**4.04**	**4.20**	**96.2%**
H. Distribusi dan kemudahan				
16	aliran air lancar	3.97	4.18	95.0%
17	mudah dalam melakukan pembayaran rekening	4.38	4.20	104.3%
	Rata-rata	**4.18**	**4.19**	**99.6%**
	Rata-rata Total	**4.01**	**4.16**	**96.3%**

Sumber : Data primer diolah, 2006 (Lampiran 2)

Hasil tingkat kesesuaian diatas secara keseluruhan menunjukkan bahwa kinerja PDAM sleman rata-ratanya adalah sebesar 4,01 sedangkan harapan pelanggan adalah sebesar 4,16 atau terjadi kesesuaian sebesar 96,3%. Hal ini berarti kepuasan pelanggan baru tercapai sebesar 96,3% atau mendekati angka yang puas. Kepuasan dengan tingkat kesesuaian $\geq$ angka 100% telah dicapai pada item harga pemasangan PDAM wajar, kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan kantor PDAM, meteran air berfungsi dengan baik, profesionalitas dan etos kerja seluruh karyawan, kecepatan dan ketepatan pelayanan yang diberikan, perhatian terhadap komunikasi dengan pelanggan, penanganan pelanggan oleh karyawan PDAM dan mudah dalam melakukan pembayaran rekening. Sedangkan untuk item yang lain kepuasan pelanggan masih dibawah angka 100%. Untuk kepuasan terendah dicapai pada item air bersih tidak berbau dan tidak berwarna.

Berdasarkan analisis tingkat kesesuaian di atas maka strategi yang hendaknya dilakukan oleh PDAM Sleman adalah meningkatkan seluruh jasa yang ada terutama dimensi jasa yang masih memiliki tingkat kesesuaian paling rendah seperti menyediakan air bersih tidak berbau dan tidak berwarna. Untuk itu dalam menyediakan air bersih ini pihak PDAM hendaknya harus memanfaatkan potensi alam yang ada di sekitar kabupaten Sleman terutama di daerah pegunungan yang sumber airnya belum tercemar dan masih alami, sehingga tidak perlu adanya pemberian

bahan-bahan kimia yang dapat menurunkan kualitas air seperti bau, berasa, atau berwarna.

4.3.2. Analisis Diagram Kartesius

Analisis Diagram Kartesius bertujuan untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap pelayanan pada kualitas pelayanan pada PDAM Sleman. 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 Kinerja (Performance) perusahaan dan sumbu Y adalah harapan (Importance) pelanggan.

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

$\overline{\overline{X}}$ = Skor rata-rata seluruh faktor tingkat kinerja PDAM Sleman

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

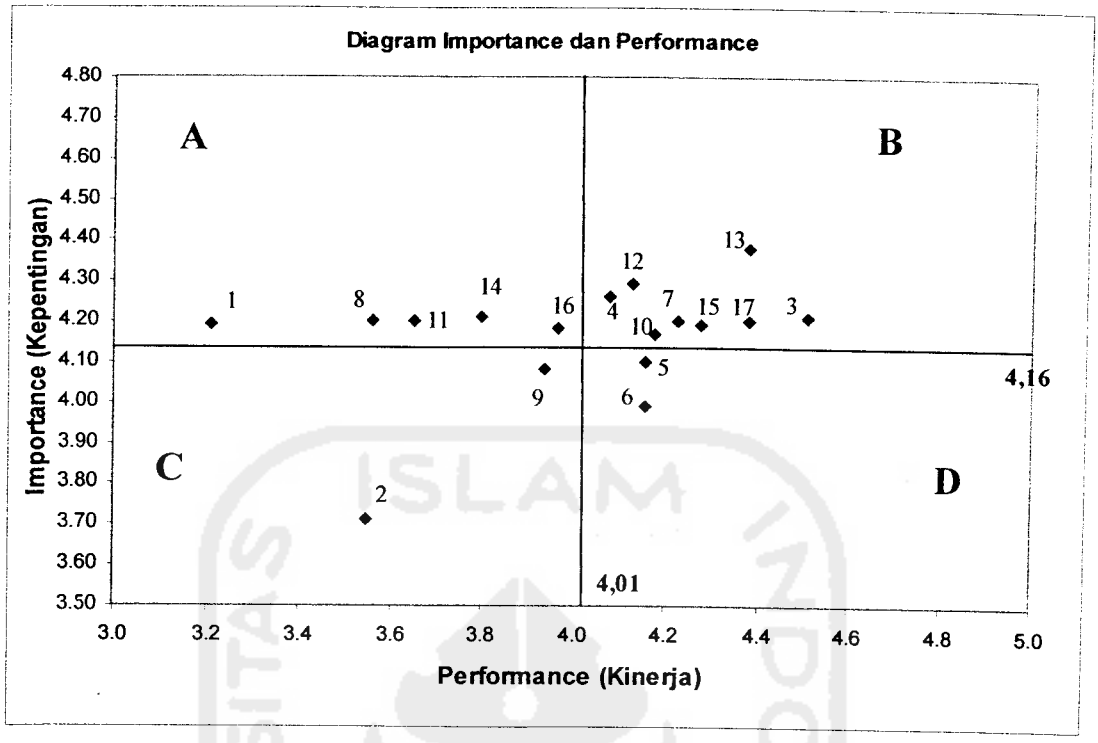
$$\overline{\overline{X}} = \frac{\sum_{i=1} \overline{Xi}}{K} \qquad \overline{\overline{Y}} = \frac{\sum_{i=1} \overline{Yi}}{K}$$

Sehingga dapat ditentukan besarnya skor rata-rata tersebut sebagai berikut :

$$\overline{\overline{X}} = \frac{3{,}21 + 3{,}55 + \ldots + 4{,}38}{17} = 4{,}01$$

$$\bar{\bar{Y}} = \frac{4{,}19 + 3{,}71 \ldots + 4{,}20}{17} = 4{,}16$$

Hasil perhitungan Analysis Diagram Kartesius pada pelayanan pada PDAM Sleman dapat ditunjukkan pada tabel 4.25 di atas. Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai rata-rata kinerja sebesar 4.01 dan rata-rata nilai harapan adalah sebesar 4.16. 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 item yang nilai kinerja kurang dari 4.01 dan nilai harapannya diatas 4.16. Untuk Kuadran B, yaitu item-item yang memiliki nilai kinerja diatas 4.01 dan nilai harapannya diatas 4.16. Untuk kuadran C yaitu item yang memiliki nilai kinerja kurang dari 4.01 dan nilai harapannya kurang dari 4.16. Sedangkan pada kuadran D berisi item-item yang memiliki nilai kinerja lebih dari 4.01 tetapi nilai harapannya kurang dari 4.16. Selanjutnya dari data yang diperoleh pada tabel 4.26 diatas dapat digambarkan diagram kartesius sebagai berikut :



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 sangat tinggi yaitu diatas rata-rata harpaan. Varibel-variabel ini penanganannya perlu diprioritasnya oleh perusahaan, karena keberadaan faktor-faktor inilah yang dinilai sangat penting oleh pelanggan, sedangkan kinerjanya masih rendah.

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

a) Variabel 1 yaitu air bersih tidak berbau dan tidak berwarna
b) Variabel 8 yaitu sistem pelayanan PDAM
c) Variabel 11 yaitu tanggapan PDAM atas keluhan pelanggan
d) Variabel 14 yaitu pemahanan PDAM terhadap kebutuhan pelanggan
e) Variabel 16 yaitu aliran air lancar

Hasil analisis di atas menunjukkan bahwa sebagian besar item yang masuk dalam kuadra A adalah dimensi kualitas pelayanan yaitu item no 8 untuk dimensi reliability, item no11 untuk dimensi responsiveness, dan 14 untuk dimensi emphaty. Sedangkan sisanya item no1 adalah dimensi produk, item no 16 dimensi distribusi. Dengan demikian pihak pada PDAM Sleman harus memprioritaskan pada peningkatan kinerja atau performance pada kelima variabel ini yaitu dengan cara meningkatkan dalam kualitas mutu penyediaan air bersih, sehingga kualitas air benar-benar higienis misalnya tidak berbau dan berwarna akibat campuran bahan-bahan kimia seperti kapurit dan lain sebagainya. Selain itu sistem pelayanan PDAM hendaknya ditingkatkan mengingat pelayanan yang selama ini dilakukan masih direspon rendah oleh pelanggan seperti dalam memberikan tanggapan atas keluhan pelanggan serta jaminan akan air yang lancar. Hal ini penting apalagi pada musim kemarau sekarang ini dimana sumber air PDAM debitnya mulai berkurang, terkadang sistem pelayanan PDAM melakukan dengan cara sistem pelayanan bergilir misalnya di Blok 1 air dimatikan, di Blok 2 dialirkan dan secara bergantian untuk blok-blok yang

lain. Tentu saja kondisi ini sangat merugikan pelanggan, karena setiap saat pelanggan sangat membutuhkan air tersebut baik untuk bisnis seperti warung, loundry dan lain-lain atau untuk kebutuhan sehari-hari. Beberapa komplain telah dilakukan pelanggan untuk menanyakan hal tersebut, tetapi jawaban dari petugas terkadang kurang memuaskan.

2. Kuadran B

Variabel yang masuk dalam kuadran B merupakan kekuatan perusahaan karena memiliki tingkat harapan yang tinggi dengan performance yang tinggi pula. Variabel-variabel yang ada dalam kuadran B ini adalah :

a) Variabel 3 yaitu harga pemasangan PDAM wajar
b) Variabel 4 yaitu tarif pemakaian air per m^3 cukup terjangkau
c) Variabel 7 yaitu profesionalitas dan etos kerja seluruh karyawan
d) Variabel 8 yaitu karyawan adalah tenaga ahli dan berpengalaman
e) Variabel 12 yaitu solusi pemecahan masalah terhadap gangguan teknis
f) Variabel 13 yaitu perhatian terhadap komunikasi dengan pelanggan
g) Variabel 15 yaitu penanganan pelanggan oleh karyawan PDAM
h) Variabel 17 yaitu mudah dalam melakukan pembayaran rekening

Dengan demikian perusahaan harus dapat mempertahankan ketujuh variabel diatas yang telah dinilai oleh pelanggan sebagai pelayanan yang memuaskan. Hal ini memang telah dilakukan oleh pihak PDAM Sleman sebagai satu-satunya perusahaan air minum di wilayah Kabupaten

Sleman terutama di Purwomartani. PDAM merupakan salah satu perusahaan milik pemerintah daerah, sehingga dalam memberikan tarif harga ini cukup terjangkau dan wajar karena telah disesuaikan dengan beban operasional dan tingkat pendapatan masyarakat di kabupaten Sleman. Selain itu pihak PDAM juga telah memperkerjakan karyawan yang profesional, dan berpengalaman sehingga dalam menyelesaikan masalah gangguan-gangguan teknis dapat diatasi dengan cepat. Sistem pembayarannya pun sangat mudah karena sistem pembayaran ini tidak terpusat di kota Kabupaten tetapi telah tersebar di seluruh kecamatan-kecamatan sehingga pelanggan dengan mudah untuk melakukan pembayaran rekening.

3. **Kuadran C**

Variabel yang berada pada kuadran C adalah variabel 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 Sleman. Variabel yang ada pada kuadran ini adalah :

a) Variabel 2 yaitu pemberian kaporit tepat sehingga menghasilkan air yang bersih
b) Variabel 9 yaitu prosedur penyampaian informasi PDAM

Dengan demikian perusahaan harus memberikan perhatian dan pengelolaan yang serius pada kedua variabel diatas, karena ketidakpuasan pelanggan pada umumnya berawal dari variabel ini.

Walaupun pemberian kapurit selama ini tidak terbukti membayahakan kesehatan pelanggan , namun terkadang sangat menganggu karena pemberian kaporit dapat menyebabkan air menjadi keruh dan berbau. Apalagi jika sebelumnya terjadi pemutusan aliran, begitu aliran telah diaktifkan pada awal-awal air keluar dari kran, konsentrasi kaporit ini sangat terlihat jelas sehingga air kelihatan berwarna putih. Namun karena hal tersebut sudah menjadi hal yang biasa bagi pelanggan, bahkan di Yogyakarta masih lebih baik dibandingkan dengan kota-kota besar lainnya yang kualitasnya jauh lebih buruk, maka pelanggan menempatkan kepentingan yang cukup rendah.

Akibat adanya pemutusan aliran sepihak oleh PDAM, hal ini tidak diikuti dengan pemberian informasi yang jelas dan akurat kepada pelanggan, sehingga pelanggan tidak mengetahui jika hari hari tertentu terjadi pemutusan aliran air. Tentu saja hal ini dapat menyebabkan ketidakpuasan bai pelanggan. Untuk itu pihak PDAM hendaknya menyampaikan informasi ini secara jelas baik lewa media cetak maupun media elektronik tentang daerah-daerah mana saja yang akan terjadi pemutusan aliran, sehingga masyarakat atau pelanggan tidak terkejut dan mengantisipasi keadaan tersebut, misalnya dengan menampung air yang lebih banyak sebelum terjadi pemutusan aliran.

4. Kuadran D

Variabel yang berada pada kuadran D adalah variabel yang memiliki kinerja yang menurut pelanggan sangat baik, tetapi variabel ini memiliki

tingkat harapan yang tidak begitu tinggi. Variabel yang ada dalam kuadran ini adalah :

a) Variabel 5 yaitu kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan kantor PDAM

b) Variabel 6 yaitu meteran air berfungsi dengan baik

Dengan demikian pihak perusahaan harus mempertimbangkan kembali kedua variabel diatas karena dirasakan terlalu berlebihan. Sebaiknya kinerja yang ada pada kedua variabel diatas tidak perlu terlalu tinggi, hal ini disebabkan karena pelanggan tidak begitu mementingkan pelayanan pada kedua variabel tersebut. Mengingat jarangnya kerusakan pada meteran air, pelanggan juga jarang membutuhkan pelayanan seperti kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan kantor PDAM, mengingat pelanggan datang ke kantor PDAM biasanya hanya untuk transaksi rekening saja yang dilakukan 1 kali dalam sebulan. Sebaiknya usaha peningkatan kualitas pelayanan dialihkan pada beberapa variabel yang dirasa sangat dipentingkan oleh pelanggan tetapi kinerjanya masih terasa kurang yaitu variabel-variabel yang berada pada kuadran A.

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 perdimensi menunjukkan bahwa , tidak semua dimensi telah memberikan kepuasan bagi pelanggan. Kepuasan pelanggan telah dicapai pada item harga pemasangan PDAM wajar, kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan kantor PDAM, meteran air berfungsi dengan baik, profesionalitas dan etos kerja seluruh karyawan, kecepatan dan ketepatan pelayanan yang diberikan, perhatian terhadap komunikasi dengan pelanggan, penanganan pelanggan oleh karyawan PDAM dan mudah dalam melakukan pembayaran rekening. Hal ini dapat dibuktikan dengan tingkat kesesuaian antara kinerja dan harapan yang nilainya di atas angka 100 %. yang menunjukkan bahwa kinerja pada PDAM Sleman telah sesuai dengan harapan pelanggan. Sedangkan untuk item yang lain, belum memberikan kepuasan, namun jika dilihat dari tingkat kesesuaiannya nilainya telah mendekati angka 100%. Hasil dari rata – rata total tingkat kesesuaian harapan dan kinerja pada PDAM Sleman nilainya 96,3 % berarti kurang dari 100 %, hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan pelanggan PDAM Sleman belum merasa puas atas kinerja PDAM.

2. Dari keempat driver's pembentuk kepuasan konsumen, diperoleh hasil tingkat kesesuaian harapan dan kinerja masing – masing sebagai berikut :

   a. Produk, nilainya 85,6 % (< 100 %) berarti konsumen belum merasa puas terhadap produk PDAM Sleman.

   b. Harga, nilainya 101,4 % (> 100 %) berarti konsumen sudah merasa puas terhadap harga yang ditawarkan PDAM Sleman.

   c. Kualitas pelayanan, nilainya 96,9 % (< 100 %) berarti konsumen belum merasa puas terhadap kualitas pelayanan yang diberikan PDAM Sleman.

   d. Distribusi, nilainya 99,6 % (< 100 %) berarti konsumen belum merasa puas terhadap pendistribusian PDAM Sleman.

   Berdasarkan data diatas maka hipotesis kedua yang menyebutkan bahwa driver's kualitas pelayanan mempunyai nilai paling tinggi dalam membentuk tingkat kepuasan konsumen tidak terbukti. Dari hasil tingkat kesesuaian harapan dan kinerja ternyata dimensi harga mempunyai nilai yang paling tinggi dalam membentuk tingkat kepuasan konsumen PDAM Sleman.

3. Berdasarkan analisis dengan menggunakan diagram kartesius menunjukkan bahwa atribut yang perlu diprioritaskan karena berada di kuadran A, sebagian besar adalah kualitas pelayanan yaitu :

   a) Variabel 1 yaitu air bersih tidak berbau dan tidak berwarna

   b) Variabel 8 yaitu sistem pelayanan PDAM

   c) Variabel 11 yaitu tanggapan PDAM atas keluhan pelanggan

d) Variabel 14 yaitu pemahanan PDAM terhadap kebutuhan pelanggan

e) Variabel 16 yaitu aliran air lancar

5.2. Saran

1. Pihak manajemen PDAM Sleman harus dapat memprioritaskan pada peningkatan kinerja atau performance pada kelima variabel yang berada pada kuadran A yaitu dengan cara meningkatkan dalam kualitas mutu penyediaan air bersih, sehingga kualitas air benar-benar higienis misalnya tidak berbau dan berwarna akibat campuran bahan-bahan kimia seperti kapurit dan lain sebagainya. Selain itu sistem pelayanan PDAM hendaknya ditingkatkan mengingat pelayanan yang selama ini dilakukan masih direspon rendah oleh pelanggan seperti dalam memberikan tanggapan atas keluhan pelanggan serta jaminan akan air yang lancar. Hal ini penting apalagi pada musim kemarau sekarang ini dimana sumber air PDAM debitnya mulai berkurang, terkadang sistem pelayanan PDAM melakukan dengan cara sistem pelayanan bergilir misalnya di Blok 1 air dimatikan, di Blok 2 dialirkan dan secara bergantian untuk blok-blok yang lain. Tentu saja kondisi ini sangat merugikan pelanggan, karena setiap saat pelanggan sangat membutuhkan air tersebut baik untuk bisnis seperti warung, loundry dan lain-lain atau untuk kebutuhan sehari-hari. Beberapa komplain telah dilakukan pelanggan untuk menanyakan hal tersebut, tetapi jawaban dari petugas terkadang kurang memuaskan.

2. Pihak PDAM harus dapat mempertahankan variabel-variabel yang kinerjanya tinggi dan sangat penting bagi pelanggan yaitu variabel yang berada pada kuadran B, misalnya memberikan tarif harga yang terjangkau dan wajar Selain itu pihak PDAM juga mempertahankan akan kualitas sumber daya karyawan yang profesional, dan berpengalaman sehingga dalam menyelesaikan masalah gangguan-gangguan teknis dapat diatasi dengan cepat. Begitu juga dengan sistem pembayaran yang mudah dengan menempatkan kantor-kantor cabang secara merata di seluruh kecamatan-kecamatan sehingga pelanggan dengan mudah untuk melakukan pembayaran rekening.

DAFTAR PUSTAKA

Basu Swasta dan T. Hani Handoko (1987). *Analisa Perilaku Konsumen.* Edisi Pertama.Yogyakarta : Liberty.

Engel, J . F . R . D . Blackwell, dan P. W . Miniard (terj.) (1994). *Perilaku Konsumen.* Jilid 1. Edisi Keenam. Jakarta : Binarupa Aksara.

J. Supranto (1997). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan.* Cetakan Pertama. Jakarta : PT. Rineka Cipta.

Kotler, Phillip (1993). *Manajemen Pemasaran.* Jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta : Erlangga.

Singgih Santoso (2001). *Statistik Non Parametrik.* Jakarta : PT. Alex Media Komputindo.

Sugiyono (1999). *Metodologi Penelitian Bisnis* : Cetakan Pertama . Bandung : Alfabeta.

Tjiptono, Fandy (1996). *Manajemen Jasa.* Yogyakarta : Andi.

Yamit, Zulian (2001). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa.* Edisi Pertama. Yogyakarta : Ekonisia.

Yazid (1999). *Pemasaran Jasa Konsep dan Implementasi.* Edisi Pertama. Yogyakarta : Ekonisia.

LAMPIRAN I

Hal : Permohonan kesediaan mengisi kuisioner

Kepada Yth
Bapak / Ibu / Sdr / i
di Yogyakarta

Dengan hormat,

Sehubungan dengan diadakannya penelitian tentang **Analisis Kepuasan Pelanggan PDAM Kabupaten Sleman** maka saya, mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia memohon kesediaan Bapak / Ibu / Sdr / i dapat meluangkan waktu untuk menjawab pertanyaan dalam kuisioner ini. Jawaban yang anda berikan akan sangat berarti bagi saya, untuk selanjutnya akan menjadi masukan yang sangat bermanfaat bagi hasil penelitian yang saya lakukan.

Demikianlah surat permohonan ini, atas kesediaan Bapak / Ibu / Sdr / i untuk mengisi kuisioner ini saya ucapkan banyak terima kasih.

Yogyakarta, Juli 2006

hormat saya,

(Gineung Pratidina)

LAMPIRAN II

KUISIONER

Isi dan pilihlah jawaban yang sesuai dengan keadaan anda dengan memberi tanda silang (x) pada jawaban yang anda pilih.

Data responden (dapat dirahasiakan)

Nama :

Alamat :

No. telp :

1. Jenis kelamin
   a. Laki – laki
   b. Perempuan

2. Umur
   a. < 25 tahun b. 25 – 40 tahun c. > 40 tahun

3. Pendidikan
   a. SMP
   b. SMU
   c. Akademi
   d. Perguruan Tinggi

4. Pekerjaan
   a. Pegawai Negeri Sipil (PNS)
   b. Pegawai Swasta
   c. Wiraswasta
   d. TNI / Polri

5. Pendapatan
   a. < Rp 1.000.000
   b. Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000
   c. > Rp 3.000.000

Berikan tanda silang (x) pada kolom yang telah disediakan

Keterangan

SB	: Sangat Baik	SP	: Sangat Penting
B	: Baik	P	: Penting
CB	: Cukup Baik	CP	: Cukup Penting
KB	: Kurang Baik	KP	: Kurang Penting
TB	: Tidak baik	TP	: Tidak Penting

PERNYATAAN	KINERJA					HARAPAN				
	SB	B	CB	KB	TB	SP	P	CP	KP	TP
1. Produk										
a. Air bersih, tidak berbau dan tidak berwarna										
b. Pemberian kaporit tepat sehingga menghasilkan air yang bersih										
2. Harga										
a. Harga pemasangan PDAM wajar.										
b. Tarif pemakaian air per m^3 yang ditetapkan oleh PDAM cukup terjangkau dan wajar.										
3. *Tangibles* (bukti langsung)										
a. Kebersihan, kerapihan dan kenyamanan ruangan kantor PDAM										
b. Meteran air berfungsi dengan baik										
4. Reliability										
a. Profesionalitas dan etos kerja seluruh karyawan										
b. Sistem pelayanan PDAM										
5. *Responsiveness*										
a. Prosedur penyampaian informasi PDAM										
b. Kecepatan dan ketepatan pelayanan yang diberikan										
c. Tanggapan PDAM atas keluhan pelanggan										

PERNYATAAN	KINERJA					HARAPAN				
	SB	B	CB	KB	TB	SP	P	CP	KP	TP
6. Assurance a. Solusi dan alternatif pemecahan masalah terhadap gangguan teknis dan non teknis oleh PDAM b. Perhatian terhadap komunikasi timbal balik dengan seluruh lapisan pelanggan										
7. Empathy a. Pemahaman PDAM terhadap kebutuhan pelanggan b. Penanganan pelanggan oleh karyawan PDAM (bantuan fasilitas peralatan kepada pelanggan apabila terjadi kerusakan)										
8. Distribusi atau kemudahan a. Aliran air lancar b. Mudah dalam melakukan pembayaran rekening										

LAMPIRAN III

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KINJ_1	3.8667	1.4989	.7084	.
KINJ_2	3.6000	1.5586	.7084	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 2

Alpha = .8292

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KINJ_3	4.3000	.7690	.7926	.
KINJ_4	4.4000	.6621	.7926	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 2

Alpha = .8829

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KINJ_5	4.3667	.6540	.6611	.
KINJ_6	4.2667	.8230	.6611	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 2

Alpha = .7929

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KINJ_7	3.8667	1.5678	.4381	.
KINJ_8	4.4000	.7310	.4381	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 2

Alpha = .6795

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale	Scale	Corrected

	Mean if Item Deleted	Variance if Item Deleted	Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KINJ_9	8.4000	3.0759	.8274	.7010
KINJ_10	7.9667	4.3782	.6855	.8527
KINJ_11	8.3000	3.3207	.7157	.8197

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 3

Alpha = .8566

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

_

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KINJ_12	4.4000	.8000	.7825	.
KINJ_13	4.2667	.6851	.7825	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 2

Alpha = .8765

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

_

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KINJ_14	4.3333	.9195	.6113	.

KINJ_15	4.0333	1.2057	.6113	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 2

Alpha = .7545

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KINJ_16	4.4000	.7310	.6185	.
KINJ_17	4.1667	.8333	.6185	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 2

Alpha = .7633

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
HAR_1	3.7333	1.5126	.6416	.
HAR_2	4.1333	1.0161	.6416	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 2

Alpha = .7723

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
HAR_3	4.2667	1.0299	.8459	.
HAR_4	4.1333	1.0851	.8459	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 2

Alpha = .9164

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
HAR_5	4.1333	1.0161	.8832	.
HAR_6	4.1667	1.0402	.8832	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 2

Alpha = .9380

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
HAR_7	4.1667	1.0402	.8708	.
HAR_8	4.1000	1.0586	.8708	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 2

Alpha = .9309

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
HAR_9	8.2000	3.7517	.8593	.9130
HAR_10	8.1000	3.8172	.8739	.9009
HAR_11	8.2333	3.9092	.8685	.9056

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 3

Alpha = .9356

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
HAR_12	4.3000	1.0448	.8356	.
HAR_13	4.1333	1.0851	.8356	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 2

Alpha = .9103

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
HAR_14	4.3000	1.1138	.8603	.
HAR_15	4.2667	1.0989	.8603	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 2

Alpha = .9249

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item	Scale Variance if Item	Corrected Item-Total	Alpha if Item

	Deleted	Deleted	Correlation	Deleted
HAR_16	4.2000	.9931	.7970	.
HAR_17	4.1667	1.1782	.7970	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 2

Alpha = .8852

LAMPIRAN IV

LAMPIRAN 2.
REKAPITULASI DATA PENELITIAN 100 RESPONDEN

No	KINERJA (Xi)																	KEPENTINGAN (Wi)																
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17
1	4	4	4	5	5	4	5	3	3	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	3	3	4	4	5	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4
2	3	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	4	3	4	4	5	5	3	5	5	4	3	5	4	5	5	4	4	5
3	4	4	5	4	4	4	5	2	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5
4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	3	5	5	4	5	4	4	4
5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	3	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5
6	3	2	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
7	3	3	5	4	4	5	5	3	3	5	4	5	5	5	5	4	4	3	2	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	5	3	5	3	5
8	3	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	5	3	4	4	4	5	5	4	5	5
9	3	4	5	4	5	4	4	3	2	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	3	5
10	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	3	5
11	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	5	3	4	4	5	2	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	3	4
12	2	3	4	4	4	5	5	2	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5
13	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	2	1	4	5	4	4	5	2	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	3	5	4	5	5	3	5
15	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	5	4	5	3	5	4	4	4	4	5	4	5	3	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4
16	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
17	3	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	3	4	3	5	4	4	5
18	3	5	4	3	4	5	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	4
19	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5
20	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
21	3	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	3	5	4	5	4	4	3	5	2	4	5	4	4	4	4	4	3	4
22	3	2	4	4	4	4	5	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4
23	4	3	5	3	5	4	5	2	3	4	3	3	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4
24	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	3	4
25	4	2	5	5	4	4	4	2	4	5	4	4	3	4	5	3	5	5	3	4	4	5	3	4	3	5	5	3	5	4	5	4	4	4
26	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	3	3
27	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3	5	4	5	3	4	5
28	3	2	5	4	4	4	5	3	3	5	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4
29	4	3	5	4	4	4	5	2	5	4	4	4	5	4	5	3	5	4	3	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	5
30	3	4	5	4	5	4	5	3	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	5	5	5	5	3	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	4
31	2	3	4	4	5	4	5	3	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	3	5	5	4	4	4	5	4	5	5
32	3	2	4	2	4	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	4	5	3	5	4	5	5	4	3	5	5	5	5	4	5	4
33	3	2	4	4	4	5	5	2	5	4	4	3	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5
34	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	5	3	5	5	5	4	5	5	4

35	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	3	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
36	5	5	4	4	5	5	4	3	5	5	2	4	4	4	4	4	5	3	4	5	5	4	3	5	5	4	3	5	3	5	5	5	5	5
37	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5
38	3	4	5	4	4	5	2	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5
39	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	2	3	4	5	3	5	4	4	5	5	4	4	5	3	4	5	4	5	4	4	4	5	5
40	2	4	5	4	5	5	3	2	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4
41	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	3	3	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	5	4
42	3	4	5	5	4	5	3	5	3	4	4	5	5	5	2	3	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	5
43	3	2	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	3	4	3	3	4	4	5	4	5	4	4	2	5	3	5	4
44	4	3	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	3	5	5	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5
45	2	3	5	4	4	5	5	3	4	4	4	3	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	3	4	5	4	3
46	4	3	4	5	3	4	5	4	4	4	3	5	5	4	5	3	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
47	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	3	5	5	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	5	5	3	3	4	4	4	5	5	4
48	4	3	5	5	3	4	3	3	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	3	3	5	2	4	4	4	4	4	4	5	5	4
49	3	4	5	4	4	4	4	5	5	4	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5
50	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	5	3	3	5	3	4	5	3	5	3	4	4	5	5	4	4	5
51	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	2	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	2	4	5	5	5	3	4
52	3	2	5	4	4	4	4	3	4	4	2	4	5	5	4	5	5	5	3	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
53	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	5	4	4	3	5	3	5	4	4	4	4	5	4	5	4	3	5	4	5	4	4
54	4	5	5	4	4	5	4	3	4	4	2	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4
55	4	3	5	4	3	4	3	3	4	4	2	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4
56	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	2	4	5	2	5	4	5	4	3	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4
57	4	5	5	4	4	4	4	3	4	3	1	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
58	4	4	5	4	4	4	2	3	4	4	2	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4
59	4	4	5	4	4	5	5	4	4	2	2	3	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4
60	2	3	4	5	4	4	3	2	4	4	3	5	4	4	4	4	5	3	3	5	4	2	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	3
61	4	4	4	3	3	4	5	3	3	4	1	4	5	2	5	4	4	3	4	5	4	1	3	3	3	2	2	4	4	4	3	3	3	4
62	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	3	5	3	4	4	5	2	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4
63	3	3	5	4	4	4	5	5	2	4	2	4	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
64	2	4	4	4	3	5	4	3	4	5	4	4	5	2	2	5	4	4	4	4	5	4	5	2	4	3	5	5	4	4	5	4	4	4
65	4	2	4	4	4	5	5	2	4	4	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	3	4	4	3
66	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	3	3	4	2	3	3	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5
67	3	4	4	2	4	5	5	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	5	4	5	5	4	5	3	3	4	3
68	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	3	4	5	5	4	4	2	3	5	4	5	4	5	5	4	3	4	4	5	4	5	5
69	3	4	4	4	3	4	5	5	5	3	5	4	4	2	4	5	4	4	4	3	4	2	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	5	3
70	4	3	4	4	4	4	2	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	5	4	5	3	4	4	4	5	4	3	3	4
71	2	3	4	4	4	4	4	4	5	2	5	4	5	5	4	5	3	4	4	4	4	2	5	4	3	4	4	4	5	5	4	3	3	4
72	4	3	5	4	3	4	4	3	4	3	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	5	5	4	3	5	4
73	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	3	4	4	3	4	5	4	5	3	5	4

74	3	4	5	4	4	4	4	2	2	3	3	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4
75	3	5	5	4	4	4	5	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	4	3	4	5	5	4	4	4	4	3
76	3	2	4	5	4	3	4	3	3	3	4	4	5	4	5	4	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3
77	3	2	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	5	3	5	4	4	4	3	5	4	5	5	5	4	3	4	5	4	4	3	5	5	3
78	4	4	5	3	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	2	5	4	4	4	5	4	4
79	3	2	5	4	4	4	4	5	4	3	5	3	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	5	5	4	3	5	5	4
80	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	5	3	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	3
81	1	4	5	4	5	4	4	4	3	5	4	4	5	3	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4
82	1	5	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	5	2	5	5	5	5	3	4	5	3	4	3	3	3	5	4	4	4	4	4	5	5
83	3	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	5	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	5	5	5	3	4	4	5	
84	3	4	5	4	5	4	5	3	3	4	4	5	4	3	5	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4
85	1	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	5	2	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	5	4
86	2	3	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	2	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	2	4	4	4
87	1	4	5	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	5	5	4
88	1	3	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	2	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	3
89	3	4	4	5	4	3	3	4	4	5	4	3	5	2	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
90	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	4
91	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	5	4	5
92	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	3	5	3	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4
93	2	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4
94	3	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4
95	2	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	5	4	4	5	2	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	5	4
96	2	3	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	3	5	4	5	5	3	3	3	4	3	3	4	5	4	5	4
97	4	2	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4
98	4	2	4	5	5	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	5	5	4	3	3	4	5	4	4	4	5	4	3	3	5	5	5	5	5
99	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
100	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	3	5	4	4	4	5	5	4	5	5
Rata 2	3.21	3.55	4.51	4.08	4.16	4.16	4.23	3.56	3.94	4.18	3.65	4.13	4.38	3.80	4.28	3.97	4.38	4.19	3.71	4.21	4.26	4.10	3.99	4.20	4.20	4.08	4.17	4.20	4.29	4.38	4.21	4.19	4.18	4.20

LAMPIRAN V

Produk (Kinerja)
Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KINJ_1	3.5200	1.3632	.5455	.
KINJ_2	3.2600	1.2853	.5455	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0 N of Items = 2

Alpha = .7057

Harga (Kinerja)
Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KINJ_3	3.9700	1.0193	.7872	.
KINJ_4	4.2900	1.0565	.7872	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0 N of Items = 2

Alpha = .8808

Tangibles (Kinerja)
Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KINJ_5	4.0100	.9595	.7729	.
KINJ_6	4.0600	1.0267	.7729	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0 N of Items = 2

Alpha = .8716

Reliability (Kinerja)
Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KINJ_7	3.5400	1.5640	.4541	.
KINJ_8	4.1000	1.1616	.4541	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0 N of Items = 2

Alpha = .6199

Responsiveness (Kinerja)
Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KINJ_9	7.7900	3.7231	.7674	.7672
KINJ_10	7.5600	3.9257	.7440	.7904
KINJ_11	7.9500	3.9874	.6863	.8437

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0 N of Items = 3

Alpha = .8581

Assurance (Kinerja)
Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KINJ_12	4.2500	1.1389	.7818	.
KINJ_13	3.9900	1.0403	.7818	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0 N of Items = 2

Alpha = .8771

Empati (Kinerja)
Reliability

```
****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******
```

```
R E L I A B I L I T Y   A N A L Y S I S   -   S C A L E   (A L P H A)
```

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KINJ_14	4.1000	1.2424	.5672	.
KINJ_15	3.7600	1.1943	.5672	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0 N of Items = 2

Alpha = .7237

Distribusi dan Kemudahan (Kinerja)
Reliability

```
****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******
```

```
R E L I A B I L I T Y   A N A L Y S I S   -   S C A L E   (A L P H A)
```

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KINJ_16	4.2200	1.1834	.6703	.
KINJ_17	3.8300	1.0718	.6703	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0 N of Items = 2

Alpha = .8020

Produk (Harapan)
Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
HAR_1	3.6400	.8590	.4431	.
HAR_2	4.0900	.6686	.4431	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0 N of Items = 2

Alpha = .6107

Harga (Harapan)
Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
HAR_3	4.1500	.7146	.5713	.
HAR_4	4.0600	.7034	.5713	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0 N of Items = 2

Alpha = .7271

Tangibles (Harapan)
Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

_

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
HAR_5	3.8700	.7405	.3984	.
HAR_6	4.0500	.8157	.3984	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0 N of Items = 2

Alpha = .6293

Reliability (Harapan)
Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

_

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
HAR_7	4.0800	.8824	.4117	.
HAR_8	4.1000	.7980	.4117	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0 N of Items = 2

Alpha = .6027

Responsiveness (Harapan)

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

_

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
HAR_9	8.0800	2.2360	.5591	.5936
HAR_10	8.0200	2.0804	.5343	.6221
HAR_11	8.0400	2.2206	.5056	.6559

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0 N of Items = 3

Alpha = .7133

Assurance (Harapan)

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

_

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
HAR_12	4.2200	.7794	.5299	.
HAR_13	4.1500	.7348	.5299	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0 N of Items = 2

Alpha = .6925

Empati (Harapan)

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
HAR_14	4.0800	.8218	.5165	.
HAR_15	4.1300	.7809	.5165	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0 N of Items = 2

Alpha = .6810

Distribusi dan Kemudahan (Harapan)

Reliability

****** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ******

R E L I A B I L I T Y A N A L Y S I S - S C A L E (A L P H A)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
HAR_16	4.0900	.7494	.5323	.
HAR_17	4.0300	.7971	.5323	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0 N of Items = 2

Alpha = .6946