

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Pemilihan Judul

Kualitas pelayanan merupakan suatu fenomena yang unik, sebab dimensi dan indikatornya dapat berbeda diantara orang-orang yang terlibat dalam pelayanan, untuk mengatasi perbedaan diatas seharusnya yang dipakai sebagai pedoman adalah hakikat dasar dari penyelenggaraan pelayanan , yaitu memenuhi kebutuhan dan tuntutan para pemakai jasa pelayanan. Kualitas pelayanan menunjuk pada tingkat kesempurnaan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan dan tuntutan setiap konsumen. Dengan demikian, yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah yang menunjukkan tingkat kesempurnaan pelayanan sehingga menimbulkan rasa puas pada diri setiap konsumen.

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Kepuasan merupakan suatu keadaan dimana keinginan, harapan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi. Suatu pelayanan dinilai memuaskan bila pelayanan tersebut dapat memenuhi sebuah kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran kepuasan pelanggan merupakan elemen penting dalam menyediakan pelayanan yang lebih baik, lebih efisien dan lebih efektif. Apabila pelanggan merasa tidak puas terhadap suatu pelayanan yang disediakan, maka pelayanan tersebut dapat diartikan tidak efektif dan efisien. Hal ini terutama sangat penting bagi pelayanan publik dan image perusahaan di mata masyarakat dari pengertian diatas dapat dipahami bahwa peran kualitas pelayanan yang baik merupakan hal sangat penting dan sangat berpengaruh,

tanpa adanya pelayanan yang tepat produk akan kurang diminati oleh konsumen. Oleh karena itu kualitas pelayanan harus meliputi lima dimensi yang terdiri dari bukti fisik (*tangibles*), reliabilitas (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*)”.

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep yang penting dalam perencanaan bisnis dan manajemen suatu perusahaan. Pelanggan umumnya mengharapkan produk berupa barang atau jasa yang dia konsumsi dapat diterima dan dinikmatinya dengan pelayanan yang baik serta memuaskan. Kepuasan dapat membentuk persepsi dan hal ini dapat memposisikan produk perusahaan di mata pelanggan. Hal tersebut penting sebagai acuan dalam membenahan kualitas pelayanan, sehingga pelayanan yang diberikan bisa memberikan kepuasan pada tingkat yang optimal. Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat.

Meningkatnya intensitas persaingan namun secara umum, meningkatnya intensitas persaingan dapat diartikan sebagai peningkatan kompetisi antara perusahaan atau individu dalam suatu pasar atau industri, yang dapat mempengaruhi berbagai aspek seperti harga, kualitas, inovasi, dan strategi pemasaran. Hal ini dapat disebabkan oleh berbagai faktor seperti jumlah pesaing yang meningkat, perubahan teknologi, perubahan kebijakan pemerintah, dan perubahan preferensi konsumen. Perusahaan dan individu yang mampu beradaptasi dengan cepat dan mengembangkan strategi yang efektif akan memiliki keuntungan dalam persaingan ini.

Upaya menciptakan kepuasan pelanggan bukanlah proses yang mudah, karena melibatkan pula komitmen dan dukungan aktif dari para karyawan dan pemilik perusahaan. Oleh sebab itu, sebenarnya proses penciptaan kepuasan pelanggan merupakan sebuah siklus proses yang saling terkait antara kepuasan pemilik, kepuasan karyawan dan kepuasan pelanggan. Keseimbangan di antara ketiga aspek tersebut merupakan tantangan sekaligus kunci keberhasilan pemasaran suatu perusahaan. Adapun bentuk pelayanan yang diberikan oleh PDAM Tirta Betuah Kabupaten Banyuasin sebagai berikut:

1. Sebagai penyedia air bersih yang berkualitas kepada pelanggan
2. Kebersihan dan keterampilan para karyawan PDAM dalam melayani pelanggan.
3. Kenyamanan dan kebersihan ruang pada loket pembayaran rekening air di PDAM Tirta Betuah Kabupaten Banyuasin.
4. Kecepatan dan ketanggapan karyawan dalam melayani keluhan konsumen.
5. Pemberian informasi kepada pelanggan dengan cepat.
6. Keamanan pelanggan dalam mengkonsumsi air yang di produksi oleh PDAM Tirta Betuah Kabupaten Banyuasin.
7. Ketepatan waktu para staff dan karyawan PDAM dalam melayani pelanggan sesuai dengan waktu yang telah diberikan, bila terjadi kebocoran pipa atau meteran air, atau pemasangan pipa baru.

Namun disisi lain, masih terdapat keluhan dan pengaduan yang diajukan atau disampaikan oleh pelanggan kepada PDAM Tirta Betuah Kabupaten Banyuasin.

Berdasarkan hasil wawancara dengan karyawan bagian Hubungan Pelanggan PDAM Tirta Betuah Kabupaten Banyuasin adapun keluhan yang sering diajukan pelanggan kepada perusahaan PDAM Tirta Betuah Kabupaten Banyuasin, antara lain: penyaluran air yang belum maksimal dan merata sehingga masyarakat kekurangan air bersih, serta bagian teknis pihak PDAM yang tidak cepat tanggap merespon keluhan yang pelanggan ajukan, dan juga angka meter yang tidak sesuai, lonjakan pemakaian, masalah kebocoran, air yang mengalir kurang maksimal, air mati, air kecil/tidak mengalir lancar, meteran rusak, kerusakan Ac stopkran dan pindah meter.

Adanya keluhan dan pengaduan tersebut tidak heran kualitas pelayanan sering menjadi perhatian pelanggan. Jika hal ini terus dibiarkan dan tidak ada tindak lanjut segera, maka akan sangat mengakibatkan kerugian pada perusahaan serta penilaian buruk dari pelanggan/konsumen bagi perusahaan ke depannya. Kualitas pelayanan apabila dikelola dengan tepat, akan berkontribusi positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Ikatan

emosional semacam ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan pelanggan. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimalkan atau meniadakan pengalaman yang kurang menyenangkan dari pelanggan.

Dimensi pelayanan adalah karakteristik-karakteristik tertentu yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan suatu perusahaan atau organisasi. Dimensi pelayanan dibuat untuk memahami kebutuhan dan keinginan pelanggan dalam rangka meningkatkan kualitas layanan yang diberikan oleh perusahaan atau organisasi. Dimensi pelayanan biasanya terdiri dari beberapa aspek atau faktor, yang pertama *Tangible* yaitu berupa penampilan fisik, peralatan, staff dan bangunannya dimensi ini menggambarkan wujud secara fisik dan layanan yang akan di terima oleh pelanggan. *Reliability* yaitu kemampuan untuk memberikan jasa yang dijanjikan dengan handal dan akurat. Dalam arti luas, keandalan berarti bahwa perusahaan memberikan janji-janjinya tentang penyediaan, penyelesaian masalah, dan harga.

Responsiveness yaitu kemampuan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan ketepatan ketika berurusan dengan permintaan, pertanyaan, dan keluhan pelanggan. *Assurance* yaitu pengetahuan, sopan santun, dan kemampuan karyawan untuk menimbulkan keyakinan dan kepercayaan. Dimensi ini mungkin akan sangat penting pada jasa layanan yang memerlukan tingkat kepercayaan cukup tinggi. *Empathy* yaitu kepedulian dan perhatian secara pribadi yang diberikan kepada pelanggan inti dari dimensi empati adalah menunjukkan kepada pelanggan melalui layanan yang diberikan bahwa pelanggan itu spesial, dan kebutuhan mereka dapat dimengerti dan dipenuhi.

Menurut Kurz & Clow pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan dijelaskan sebagai berikut. “*If the service Performs at the level that is ,expected or predicted, the satisfaction level is considered to be just*” artinya jika pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan yang

diharapkan, maka akan memberikan kepuasan. “Dengan demikian jika kualitas pelayanan terus ditingkatkan sehingga mencapai apa yang diharapkan oleh pelanggan, maka mereka akan puas (Fajar, 2018)”. Berdasarkan data-data di atas, penulis ingin melakukan penelitian terhadap kualitas pelayanan. Melalui Laporan Akhir ini penulis ingin mengetahui kualitas pelayanan yang diberikan PDAM Tirta Betuah Kabupaten Banyuasin terhadap kepuasan pelanggan, karena itu penulis mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Karyawan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan PDAM Tirta Betuah Kabupaten Banyuasin”**

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang pemilihan judul yang telah diuraikan di atas, untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan ini, maka rumusan masalah yang ada dalam penelitian tersebut adalah: **“Bagaimana Pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada perusahaan PDAM Tirta Betuah Kabupaten Banyuasin.”?**

1.3 Ruang Lingkup Pembahasan

Berdasarkan latar belakang pemilihan judul yang telah diuraikan di atas, untuk mempermudah pembahasan dalam penulisan ini, maka rumusan masalah yang ada dalam penelitian tersebut adalah:

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di PDAM Tirta Betuah Kabupaten Banyuasin.
2. Dimensi kualitas pelayanan yang dominan terhadap kepuasan pelanggan di PDAM Tirta Betuah Kabupaten Banyuasin.

1.4 Tujuan dan Manfaat

Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dan manfaat dilakukan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan di PDAM Tirta Betuah Kabupaten Banyuasin.

1.4.2 Manfaat Penelitian

Penulisan laporan akhir ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak terlibat sebagai berikut:

1. Bagi PDAM Tirta Betuah Kabupaten Banyuasin

Untuk meningkatkan mutu kualitas pelayanan. Selain itu, juga dapat dijadikan sebagai bahan masukan dan bahan pertimbangan

bagi perusahaan untuk mengevaluasi kembali yang diambil mengenai pelayanan yang telah diberikan dalam kaitannya dengan tingkat kepuasan pelanggan.

2. Bagi Penulis

Bertambahnya wawasan dan pengalaman penulisan mengenai tingkat kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan jasa.

3. Bagi Pembaca

Melalui penulisan laporan ini dapat bertambahnya pengetahuan pembaca mengenai kualitas pelayanan pada perusahaan serta dapat dijadikan referensi dalam melakukan studi kasus lanjutan yang serupa dengan laporan akhir ini.

1.5 Metodologi Penelitian

1.5.1 Pendekatan Penelitian

a. Pendekatan Kuantitatif

Pendekatan penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Pemahaman yang muncul dikalangan pengembang penelitian kuantitatif adalah peneliti dapat dengan sengaja mengadakan perubahan terhadap dunia sekitar dengan mealakukan eksperimen.

Tujuan penelitian lebih diarahkan untuk menunjukkan hubungan antar variabel, memverifikasi teori, melakukan prediksi, dan generalisasi. Teori-teori yang diajukan dijadikan sebagai standar untuk menyatakan sesuai tidaknya sebuah gejala yang terjadi, dan disinilah muncul istilah kebenaran etik, sebuah kebenaran berdasarka pada teori yang diajukan peneliti. Menurut Tanzeh pada bukunya

pendekatan kuantitatif bertujuan untuk menguji teori, dan membangun fakta, menunjukkan gabungan antarvariabel, memberikan deskripsi statistic, menaksir dan meramalkan hasilnya. Desain penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif harus terstruktur, baku, formal, dan dirancang sematang mungkin sebelumnya. Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif yang berfokus pada Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Betuah Kabupaten Banyuasin.

1.5.2 Jenis dan Sumber Data

Dalam penelitian ini data yang digunakan adalah data yang bersifat kuantitatif karena dinyatakan dengan angka-angka yang menunjukkan nilai terhadap besaran atas variabel yang diwakilinya. Sumber data penelitian dibedakan menjadi 2, yaitu sumber data primer dan data sekunder (Sugiyono, 2015). Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini ada dua macam data yaitu

1. Data Pimer

Data primer adalah data yang dikumpulkan dan diolah sendiri oleh suatu organisasi atau perseorangan langsung dari objeknya, dalam penelitian ini, data primer yang didapat dengan cara datang langsung ke tempat yang akan diteliti untuk mengamati pelayanan yang diberikan karyawan kepada pelanggan PDAM Tirta Betuah Kabupaten Banyuasin. Serta penulis juga mengelola data yang didapat dari kuesioner yang disebarakan kepada para pelanggan.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain, yang biasanya sudah dalam bentuk publikasi.

Dalam laporan ini, data sekunder yang penulis peroleh berupa data-data perusahaan PDAM Tirta Betuah Kabupaten Banyuasin.

1.5.3 Metode Pengumpulan Data

a. Riset Lapangan (*Field Research*)

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2016), “metode wawancara adalah suatu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian dengan melakukan interaksi antara peneliti dengan responden melalui pertanyaan dan jawaban.”

Peneliti melakukan wawancara dengan karyawan bagian Hubungan Pelanggan (Hublang) dan pelanggan PDAM Tirta Betuah Kabupaten Banyuasin seperti menanyakan kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan di PDAM Tirta Betuah Kabupaten Banyuasin.

2. Kuesioner

Secara umum, kuesioner adalah alat yang digunakan dalam penelitian sosial untuk mengumpulkan data dari responden dengan memberikan pertanyaan tertulis dalam format yang terstruktur. “Menurut Sekaran dan Bougie (2016), kuesioner adalah instrumen yang dirancang secara khusus untuk mengumpulkan data dari responden dengan cara memberikan pertanyaan tertulis dalam format yang sistematis”.

b. Riset Kepustakaan (*Library Research*)

1. Studi Kepustakaan Studi kepustakaan merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti dengan cara mempelajari dan mengumpulkan data dari buku-buku literatur untuk penelitian yang terdapat pada objek yang diteliti tentang kualitas pelayanan karyawan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirta Betuah Kabupaten Banyuasin.

1.5.4 Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2016), “populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan.”

Dalam penelitian ini yang menjadi objek populasi adalah pelanggan PDAM Tirta Betuah Kabupaten Banyuasin. Berdasarkan survei yang penulis lakukan diketahui terdapat 21.828 pelanggan PDAM Tirta Betuah Kabupaten Banyuasin.

Tabel 1.1

Data Pelanggan PDAM Tirta Betuah Betuah Tahun 2019-2020

No	Kecamatan	Tahun	Jumlah Pelanggan					Total
			Gol 1	Gol 2	Gol 3	Gol 4	Gol 5	
1	Banyuasin III	2020	50	44	6.900	240	5	7.239
2	Banyuasin III	2021	55	47	6.909	241	4	7.256
3	Banyuasin III	2022	63	54	6.970	240	6	7.333
Total							21.828	

Sumber : PDAM Tirta Betuah Kabupaten Banyuasin 2023

b. Sampel

Untuk tidak mempersulit peneliti dalam mengumpulkan data, maka peneliti menggunakan sampel agar dapat mempermudah dalam membagikan kusioner sebagai alat untuk mengumpulkan data. Peneliti menggunakan rumus dari Slovin adalah metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel yang diperlukan dalam penelitian dengan memperhitungkan jumlah populasi secara statistik. Metode ini didasarkan pada asumsi bahwa sampel yang diambil secara

acak dari populasi akan mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan. Menurut Sugiyono (2019) menyatakan bahwa rumus Slovin adalah teknik untuk menentukan ukuran sampel yang diambil dari populasi dengan menggunakan metode acak sederhana berikut adalah rumusnya sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan n = Ukuran Sampel

N = Jumlah Populasi

e = Taraf Kesalahan (10%)

$$n = \frac{21.828}{1+21.828(0,1)^2}$$

$$n = \frac{21.828}{1 + (21.828 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{21.828}{1+218}$$

$$n = \frac{21.828}{219}$$

$$n = 99,67$$

$$n = 100 \text{ Responden}$$

Jadi, sampel yang digunakan oleh peneliti adalah sejumlah 100 orang pelanggan PDAM Tirta Betuah Kabupaten Banyuwangi.

1.5.5 Analisis Data

a. Metode kualitatif

“Data kualitatif adalah data yang tidak dapat diukur dalam skala numerik Yusi dan Idris (2016:108)”. Dalam penelitian ini teknik analisis kualitatif digunakan untuk menjelaskan data-data yang diperoleh dari penelitian dan menghubungkannya dengan teori-teori yang ada dan yang berhubungan dengan masalah dari penelitian ini.

b. Metode kuantitatif

Data Kuantitatif Menurut Sugiyono (2018:15). Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

1. Uji Validitas

Menurut Setiawan (2015:72). “Uji validitas adalah sebuah pengukuran terhadap data yang diolah untuk menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat mengukur apa yang diukur.”

Uji Validitas digunakan untuk menguji kevalidan kuesioner dan dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya suatu kuesioner.

2. Uji Reabilitas

Menurut Ghozali (2018), “uji reabilitas merupakan alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan *reliable* atau andal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.” Menurut Ghozali (2018) menunjukkan bahwa *Alpha cronbach's* dapat diterima jika $> 0,6$. Semakin dekat *Alpha cronbach's* dengan 1,

semakin tinggi keandalan konsisten internal.

3. Uji t

Menurut Ghazali (2018) Dalam penelitian Andrew A. Lumintang (2018), uji t digunakan untuk menguji pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial digunakan uji t yaitu untuk menguji pengaruh variabel Independen yaitu yang terdiri dari *Tangibles*, *Responsiveness*, *Assurance*, *Empathy* terhadap variabel dependen yaitu Kepuasan pelanggan secara parsial atau terpisah. Pengujian melalui uji t adalah membandingkan t hitung dengan t tabel pada derajat signifikan 5%. Apabila hasil pengujian menunjukkan :

1. $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau apabila probabilitas kesalahan kurang dari 5% maka H_0 ditolak, H_a diterima. Artinya variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau apabila probabilitas kesalahan lebih dari 5% maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

4. Uji F

Uji F menurut Ghazali dalam (Andrew A. Lumintang, 2013) digunakan untuk menguji pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen secara serentak. Pengujian melalui uji F atau variasinya dengan membandingkan F hitung dengan F tabel pada derajat signifikan 5%. Apabila hasil perhitungan menunjukkan

1. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, 5%
2. Jika $F_{hitung} >> F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, 5%

5. Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi kualitas

pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan. Maka penulis akan menggunakan metode analisis uji regresi linier berganda sebagai berikut:

$$\text{Rumus: } y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta dari persamaan regresi

$b_1b_2 b_3b_4b_5$ = Koefisien regresi masing-masing variabel

x_1 = *Tangibles*

x_2 = *Responsiveness*

x_3 = *Reability*

x_4 = *Empaty*

x_5 = *Assurance*

6. Skala Likert

Skala Likert adalah alat pengukuran yang umum digunakan dalam penelitian sosial dan psikologis untuk mengukur tingkat persetujuan seseorang terhadap pernyataan tertentu. Skala ini dinamai dari penciptanya, Rensis Likert. Skala ini biasanya terdiri dari pernyataan yang diikuti oleh lima atau lebih pilihan jawaban yang mengekspresikan tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap pernyataan tersebut. Menurut Hair, et al. (2019): Skala Likert adalah jenis skala pengukuran yang mengukur kepercayaan atau pendapat responden terhadap pernyataan tertentu dengan memberikan pilihan jawaban dari 1 (sangat tidak setuju) hingga 5 (sangat setuju). Adapun dalam skala Likert, setiap jawaban dihubungkan dengan bentuk pernyataan atau dukungan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata sebagai berikut:

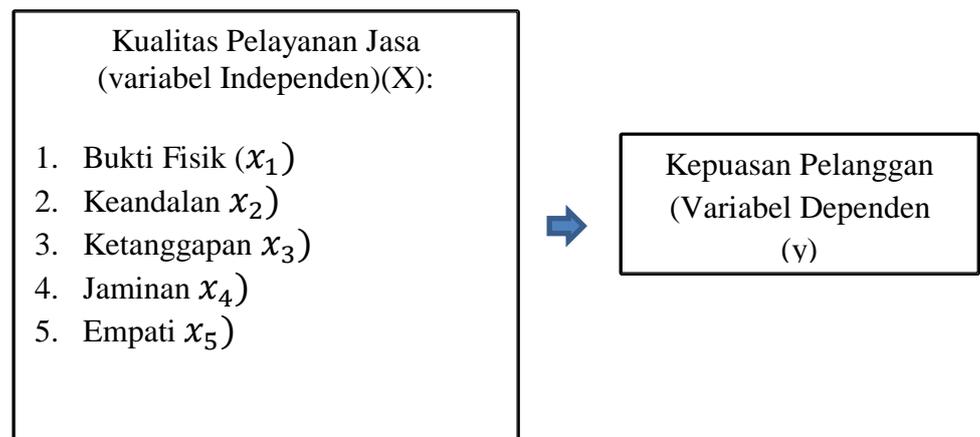
Tabel 1.3
Skala Pengukuran Likert

No	Keterangan	Skala
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Cukup Setuju (CS)	3
4.	Kurang Setuju (KS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Hair, et al. (2019)

Skala Likert ini dibuat sebagai pilihan jawaban kuisisioner untuk responden dan hasil jawaban itu akan diolah sebagai pembahasan untuk memperoleh jawaban yang ada. Sedangkan melihat hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Betuah Kabupaten Banyuasin dapat dilihat melalui tabel penafsiran hubungan korelasi berikut ini:

1. Variabel terikat terikat Y (Dependen): Tingkat Kepuasan Pelanggan.
2. Variabel bebas X (Independen): Kualitas Pelayanan Jasa.



Gambar 1.0
Kerangka konseptual Penelitian

1.5.6 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional adalah melekatkan arti pada suatu variabel dengan cara menctapkan kegiatan atau tindakan yang perlu untuk

mengukur variabel itu. Dalam penelitian ini yang menjadi variabel bebas (variabel X_1 , X_2 , X_3 , X_4 dan X_5) adalah *Realibility*, *Tangibles*, *Responsiveness*, *Assurance*, dan *Empathy* sedangkan variabel tak bebas (Variabel y) adalah Kepuasan Pelanggan Rancangan operasionalisasi variable dapat dilihat pada table berikut ini:

Tabel 1.3
Operasional Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator
1	Kualitas Pelayanan	<i>Tangibles</i> (X_1)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menunjukkan eksistensinya kepada pihak external. 2. Penampilan dan kemampuan. 3. Sarana dan Prasarana yang ada di perusahaan. 4. Keadaan lingkungan disekitar perusahaan.
		<i>Responsiveness</i> (X_2)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemauan dalam membantu pelanggan 2. Memberikan jasa dengan cepat tepat kepada pelanggan. 3. Penyampaian informasi yang jelas kepada pelanggan. 4. Memberikan waktu luang untuk berdiskusi di luar.
		<i>Assurance</i> (X_3)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Komunikasi terus menerus kepada pelanggan. 2. Menanamkan kepercayaan dan memberikan kredibilitas yang baik kepada pelanggan. 3. Memberikan kepercayaan tinggi kepada pelanggan. 4. Sopan santun dan melayani pelanggan.
		<i>Reliability</i> (X_4)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kecepatan Pelanggan dalam dilayani 2. Kesiapan karyawan dalam melayani. 3. ketepatan karyawan dalam melayani pelanggan. 4. Karyawan selalu ada di tempat

		<i>Empathy (X₅)</i>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan perhatian yang tulus kepada pelanggan. 2. Kesabaran dalam melayani pelanggan. 3. kemudahan dalam menghubungi PDAM 4. Memiliki suatu pengertian dan pengetahuan kepada pelanggan
2	Kepuasan Pelanggan	Kepuasan keseluruhan	<ol style="list-style-type: none"> 1. PDAM memberikan pelayanan yang memuaskan kepada pelanggan. 2. PDAM memberikan pelayanan dengan biaya yang cukup terjangkau bagi pelanggan. 3. PDAM memiliki karyawan yang profesional dalam melayani pelanggan dengan baik 4. PDAM memiliki fasilitas yang baik kepada pelanggan.

1.5.7 Pengembangan Hipotesis

Sugiyono (2018:99). Berpendapat bahwa hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

Berdasarkan kerangka berfikir di atas, maka dapat di tarik rumusan masalah atau dugaan sementara yang diambil sebagai hipotesis sebagai berikut.

H_1 : Variabel *independen* berpengaruh secara simultan terhadap variabel dependen.

H_2 : Variabel *Tangibles* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan

H_3 : Variabel *Responsiveness* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan.

H_4 : Variabel *Assurance* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan.

H_5 : Variabel *Empathy* berpengaruh signifikan secara parsial terhadap variabel kepuasan pelanggan.