

## Pengaruh Harapan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Perumda Tugu Tirta Kota Malang

Mastotok Illah<sup>1</sup>

Handik Purwantoro<sup>2</sup>

Gufron<sup>3</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Kertanegara Malang

Email Korespondensi:

[totok@stiekma.ac.id](mailto:totok@stiekma.ac.id)

### **Abstract**

This research aims to examine the influence of customer expectations and service quality on customer satisfaction. The population in this study were customers from the Tugu Tirta Malang City. The sampling technique in this research is nonprobability sampling and the sampling technique in this research is accidental sampling. The sample in this research was 100 customers of Perumda Tugu Tirta, Malang City. Independent variables include customer expectations and service quality, while the dependent variable is customer satisfaction. Data analysis was carried out using regression techniques to assess the extent to which these independent variables can predict customer satisfaction. The results of this research show that the customer expectation variable has a positive and significant effect on customer satisfaction. Meanwhile, the service quality variable also has a positive and significant effect on customer satisfaction.

*Keywords: customer expectations, service quality, customer satisfaction*

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh Harapan Pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan dari perumda Tugu Tirta Kota Malang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* dan Teknik sampling dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Sampel pada penelitian ini adalah pelanggan Perumda Tugu Tirta Kota Malang sebanyak 100 responden. Variabel independen meliputi Harapan Pelanggan dan kualitas pelayanan, sementara variabel dependen adalah Kepuasan pelanggan. Analisis data dilakukan dengan menggunakan teknik regresi untuk menilai sejauh mana variabel-variabel independen tersebut dapat memprediksi Kepuasan pelanggan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel harapan pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel kualitas pelayanan juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan.

Kata kunci : harapan pelanggan, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan

**I. Pendahuluan**

Air merupakan sumber daya mineral yang sangat dibutuhkan semua makhluk hidup yang ada dimuka bumi ini termasuk manusia. Oleh karena itu pengolahannya harus dilakukan semaksimal mungkin dan dimanfaatkan secara efektif dan efisien. Hal ini perlu dilakukan karena menyangkut hajat hidup orang banyak. Dasar hukum tentang sumber daya air tertuang dalam Undang-Undang Nomer 7 Tahun 2004. Salah satu perusahaan daerah yang tergabung dalam Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dan mengelola sumber daya air di setiap daerah adalah Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM). Menurut Undangundang Nomor 1 tahun 1974 dan aturan pelaksanaannya dalam Peraturan Pemerintah Nomor. 22 Tahun 1982 pada Pasal 13 ayat (1) menetapkan bahwa "Air untuk keperluan minum merupakan prioritas utama di atas segala keperluan lainnya".

Perumda Tugu Tirta Kota Malang bisa mengoptimalkan potensi untuk membentuk dan mengembangkan kegiatan usaha lainnya, tanpa mengesampingkan pelayanan prima kepada pelanggan sebagai prioritas. Dengan cakupan pelayanan 97,95 % dari jumlah penduduk Kota Malang, Tugu Tirta menyongsong tantangan besar ke depan sesuai visi perusahaan yakni menjadi perusahaan air minum yang sehat dan dibanggakan dengan pelayanan prima yang berkelanjutan dan mengusung jargon ‘Mengalir Tiada Henti, Melayani Sepenuh Hati’. Kenaikan jumlah pelanggan yang signifikan, menjadi tantangan besar dalam komitmen menyediakan pelayanan air minum yang prima dan berkelanjutan.

Kepuasan pelanggan Perumda Tugu Tirta Kota Malang sangat penting karena air menjadi kebutuhan primer (air minum) maupun sekunder (mandi, mencuci, memasak, dsb) yang diperlukan untuk kebutuhan sehari-hari dan seiring berjalannya waktu kebutuhan akan air juga semakin meningkat sejalan dengan pertambahan jumlah penduduk. Ketersediaan air bersih yang layak menjadi masalah yang kian serius saat ini karena sumber daya air bersih yang seharusnya dapat dinikmati dengan mudah oleh masyarakat. Berdasarkan data yang diperoleh, pelanggan Perumda Tugu Tirta Kota Malang terus mengalami kenaikan. Data kenaikan dan hasil survey kepuasan pelanggan di tahun 2023 ditampilkan pada tabel-tabel berikut ini :

**Tabel jumlah Pelanggan**

Tahun	Jumlah Pelanggan
2021	169.571
2022	172.212
2023	175.109
2024	178.000

**Tabel Survey Kepuasan Pelanggan Tahun 2023 (Nilai Total : 77.8)**

No	Kriteria	Nilai
1	Persyaratan Pelayanan	79.07
2	Prosedur Pelayanan	80.44
3	Waktu Pelayanan	79.31

4	Biaya Tarif Pelayanan	71.17
5	Produk Spesifikasi Jenis Pelayanan	78.23
6	Kompetensi Pelaksana	79.9
7	Perilaku Pelaksana	79.67
8	Penanganan Pegaduan Saran dan Masukan	76.79
9	Sarana dan Prasarana	76.14

**Harapan Pelanggan**

Harapan Pelanggan adalah apa yang konsumen pikirkan harus disediakan oleh penyedia jasa. Akan tetapi, harapan bukan merupakan prediksi dari apa yang akan disediakan oleh penyedia jasa (Hill, 1992). Harapan dalam benak pelanggan

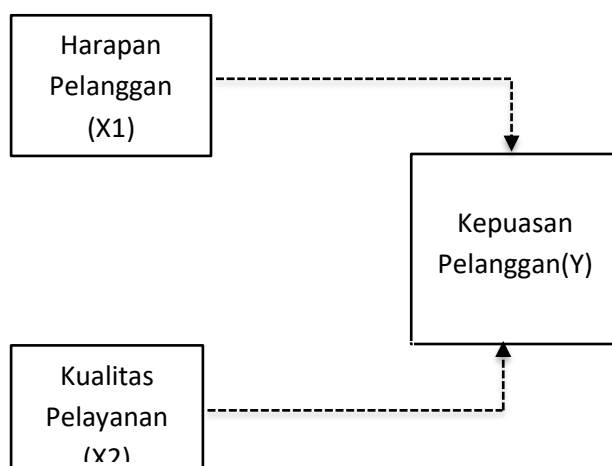
**Kualitas Pelayanan**

Kualitas adalah persepsi dari konsumen setelah penggunaan suatu produk atau jasa yang sifatnya tidak nyata. Kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono, 2014)

**Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa, sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan konsumen yang diperoleh setelah konsumen melakukan atau menikmati sesuatu (Wilkie, 1990). Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan. Pada penelitian ini kepuasan dapat dirasakan setelah harapan dan hasil kerja dari perunda tugu tirta sesuai dengan yang mereka harapkan dan kualitas dari pelayanan yang diterima.

**Gambar 1 Kerangka Konsep Penelitian**



**Hipotesis**

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H1 : Diduga Harapan Pelanggan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan

H2 : Diduga Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan

**II. Metode Penelitian**

Variabel-variabel dalam penelitian ini diukur menggunakan skala Likert. Sedangkan Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan dari aperumda Tugu Tirta Kota Malang sebanyak 178.000 Pelanggan. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling* yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memeberikan peluang atau kesempatan yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampling dalam penelitian ini adalah melalui cara *accidental sampling* yaitu teknik pengambilan sampel secara kebetulan, siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel,. Sampel pada penelitian ini adalah pelanggan Perumda Tugu Tirta Kota Malang sebanyak 100 responden (menggunakan rumus slovin). Data dalam penelitian ini dikumpulkan melalui survei menggunakan kuesioner yang dirancang secara khusus untuk mengukur variabel-variabel lingkungan kerja, stres kerja dan kinerja. Kuesioner ini terdiri dari sejumlah pertanyaan yang mengacu pada definisi operasional masing-masing variabel. Sedangkan definisi Operasional variabel penelitian dijabarkan sebagai berikut:

**Tabel 1 Definisi Operasional Variabel**

No.	Variabel	Pengertian	Sub Variabel	Indikator
1	Harapan Pelanggan (X1)	Harapan adalah apa yang konsumen pikirkan harus disediakan oleh penyedia jasa ( Hill, 1992)	<i>Communications by the service provider</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Janji dalam penyampaian pesan kepada konsumen</li> </ul>
			<i>Price Paid</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Besarnya biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkan pelayanan</li> </ul>
			<i>Past experience</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harapan untuk mendapatkan kepuasan seperti dimasa lalu</li> </ul>
			<i>Similar experience</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Harapan untuk mendapatkan kepuasan seperti yang</li> </ul>

2	Kualitas Pelayanan (X2)	Kualitas adalah persepsi dari konsumen setelah penggunaan suatu produk atau jasa yang sifatnya tidak nyata ( <i>intangible</i> ). (Zeithaml, <i>et.al</i> , 2009)	Realibility (Keandalan)	direkomendasikan <ul style="list-style-type: none"> <li>Keakuratan dalam memberikan informasi kepada konsumen</li> </ul>
			<i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ketersediaan karyawan dalam melayani pelanggan</li> </ul>
			<i>Assurance</i> (Jaminan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kemampuan dalam menjamin pelayanan maksimal</li> </ul>
			<i>Emphaty</i> (Empati)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Karyawan mengutamakan kepentingan pelanggan</li> </ul>
			<i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sarana Informasi yang memadai</li> </ul>
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa, sehingga dapat dikatakan bahwa kepuasan merupakan tingkat perasaan konsumen yang diperoleh setelah konsumen melakukan atau menikmati sesuatu. (Wilkie, 1990)	<i>Reliability</i> (Keandalan)	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kemudahan dalam prosedur pelayanan</li> </ul>
			<i>Response to end remedy of problems</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Kesiagapan petugas melayani pelanggan</li> </ul>
			<i>Sales experience</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Karyawan mampu</li> </ul>

		<p>memberikan pendapat dan saran kepada pelanggannya</p>
	<p><i>Convience of acquisition</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Kemudahan dalam melakukan pembayaran</li> </ul>

## Teknik Analisis Data

Teknik awal yang dilakukan peneliti adalah melakukan uji validitas dan reliabilitas terhadap kuesioner sebelum diberikan kepada responden. Setelah dilakukan uji validitas dan reliabilitas maka kuesioner dibagikan kepada responden, kemudian data yang telah diperoleh dari kuesioner diolah. adapun analisis data yang dilakukan adalah sebagai berikut:

### 1. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, model regresi yang baik memiliki distribusi data normal. Menurut Imam Ghozali model regresi dikatakan berdistribusi normal apabila data plotting (titik-titik) yang menggambarkan data sesungguhnya mengikuti garis diagonal.

#### b. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut Homoskedastisitas dan jika berbeda disebut Heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang Homoskedastisitas atau tidak terjadi Heteroskedastisitas. (Imam Ghozali, 2018). Cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residualnya SRESID. Dasar analisisnya adalah (Imam Ghozali, 2018):

- Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas.
- Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Jika variabel independen saling berkorelasi, maka variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel

independen dengan nilai korelasi antar sesama variabel independen sama dengan nol (Imam Ghozali, 2018). Multikolonieritas bisa dideteksi dengan nilai tolerance dan nilai Variance Inflation Factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Tolerance mengukur variabilitas variabel independen lainnya. Jadi nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena  $VIF = 1/Tolerance$ ). Nilai cut off untuk menunjukkan adanya multikolonearitas adalah nilai tolerance  $\leq 0,10$  atau sama dengan  $VIF \geq 10$  (Imam Ghozali, 2018).

## 2. Analisis Regresi berganda

Alat analisis ini digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Rumus linier berganda yang dipergunakan adalah sebagai berikut (J Supranto, 2001 : 57) :

Rumus :

$$Y = a + bX_1 + bX_2 + bX_3 + \dots + e$$

## 3. Uji Hipotesis F-test

Digunakan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan dan semangat kerjasecara bersama-sama terhadap kepuasan masyarakat yang dilayani. Uji F dalam penelitian ini digunakan untuk menguji signifikansi pengaruh kualitas produk, harga, dan promosi terhadap keputusan pembelian secara simultan. Pengujian uji F menggunakan program SPSS. Menurut Imam Ghozali dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- nilai signifikansi (sig) < 0,05, maka artinya terdapat pengaruh secara simultan
- nilai signifikansi (sig) > 0,05 , maka artinya tidak terdapat pengaruh secara simultan

## 4. Uji hipotesis t- test

Uji hipotesis t-test. Dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel (X) terhadap variabel (Y). Uji t melakukan pengujian terhadap koefisien regresi secara parsial, pengujian ini dilakukan untuk mengetahui signifikansi peran secara parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen dengan mengasumsikan bahwa variabel independen lain dianggap konstan. Menurut Imam Ghazali Dasar pengambilan keputusan uji t sebagai berikut:

- nilai signifikansi < 0,05 , maka artinya terdapat pengaruh secara parsial
- nilai signifikansi > 0,05 , maka artinya tidak ada pengaruh secara parsial

## 5. R<sup>2</sup>

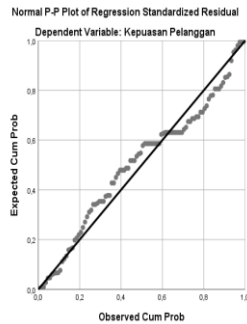
Menurut Ghozali (2018) mengemukakan bahwa: “koefisien determinasi (R<sup>2</sup>) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Nilai R<sup>2</sup> kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen memberikan semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen”.

**III. Hasil dan Pembahasan**

**A. Hasil**

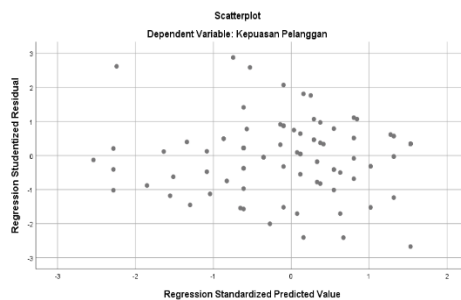
**1. Uji Asumsi Klasik**

**a Uji Normalitas**



Berdasarkan plot distribusi normal pada Gambar diatas yang menunjukkan bahwa data berdistribusi sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal yang menunjukkan distribusi normal, maka model regresi sesuai dengan asumsi normalitas.

**b Uji Heteroskedastisitas**



Pada grafik di atas terlihat bahwa terdapat titik-titik di atas dan di bawah angka 0 (nol) berdistribusi pada sumbu-y dan tidak ada pola yang jelas, sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dengan menggunakan model regresi.

**c Uji Multikolinieritas**

Bedasarkan tabel coeficient dapat di tunjukkan bahwa setiap variabel independen memiliki nilai VIF antara 1-10. Demikian pula dengan hasil *tolerance* > 0,1, sehingga tidak ada hubungan yang kuat atau korelasi lemah serta signifikan antar variabel independen. Sehingga dalam penelitian ini regresi berganda tidak terdapat korelasi antar variabel bebas.



**2. Analisis Regresi berganda**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	,421	1,568		,269	,789		
	Harapan Pelanggan	,382	,117	,328	3,262	,002	,479	2,088
	Kualitas Pelayanan	,455	,101	,455	4,525	,000	,479	2,088

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil perhitungan regresi linier berganda pada tabel dijelaskan bahwa X<sub>1</sub>, dan X<sub>2</sub> signifikan, karena nilai sig lebih kecil dari 0,05. Dapat diketahui persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = 0,421 + 0,382 X_1 + 0,455 X_2$$

**3. Uji F**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	311,795	2	155,898	54,718	,000 <sup>b</sup>
	Residual	276,365	97	2,849		
	Total	588,160	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harapan Pelanggan

**4. R<sup>2</sup>**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,728 <sup>a</sup>	,530	,520	1,688

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harapan Pelanggan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

**B. Pembahasan**

1. Pengaruh harapan Pelanggan terhadap Kepuasan Pelanggan  
Koefisien regresi (Tabel *coeficient*) untuk variabel Harapan Pelanggan (X<sub>1</sub>) adalah 0,382 dengan nilai t sebesar 3,262 dan nilai signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa Harapan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Perumda Tugu Tirta Kota Malang. Artinya, semakin tinggi harapan pelanggan yang terealisasi, maka semakin tinggi pula kepuasannya.
2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Koefisien regresi (Tabel *coeficient*) untuk variabel kualitas pelayanan (X2) adalah 0,455 dengan nilai t sebesar 4,525 dan signifikansi 0,000. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Perumda Tugu Tirta Kota Malang. Artinya, semakin baik tingkat kualitas pelayanan maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.

3. Dari hasil penelitian pada analisis data diperoleh hasil hasil Uji F (tabel Anova) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000. Nilai ini lebih kecil dari nilai signifikansi standart yang ditetapkan yaitu 0,05. ( $0,000 < 0,05$ ). Yang berarti bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan antara harapan pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Perumda Tugu Tirta Kota Malang.
4. Dari data tabel model summary dapat diketahui *R square* bernilai 0,530. *R square* disebut juga koefisien determinasi, sehingga dalam penelitian ini variabel harapan pelanggan dan Kualitas Pelayanan mampu menjelaskan Kepuasan Pelanggan sebesar 53% dan sisanya di pengaruhi oleh variabel lain sebesar 47%.

#### IV. Kesimpulan

##### A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk menganalisis dan mengetahui pengaruh harapan pelanggan dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Perumda Tugu Tirta Kota Malang Hasil penelitian dan pembahasan dengan menggunakan model analisis regresi linier berganda yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Secara parsial variabel Harapan pelanggan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan Perumda Tugu Tirta Kota Malang.
2. Secara parsial variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Perumda Tugu Tirta Kota Malang

##### B. Saran

Saran yang dapat diberikan dalam penelitian ini berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian adalah:

1. Bagi Perumda Tugu Tirta Kota Malang hendaknya dapat mempertahankan kepuasan pelanggannya atau bahkan meningkatkannya dengan meningkatkan kualitas layanannya.
2. Bagi penulis selanjutnya, dapat melakukan penelitian dengan menambahkan variabel lain yang dapat mengukur tingkat kepuasan seperti nilai pelanggan dan lain-lain.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Ghozali, I. 2011. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- J Arifin. (2017). SPSS 24 Untuk Penelitian dan Skripsi. Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, , 2010 “Principle op Marketing”, Edisi ke-13, Global edition, Pearson Education Limite, Inc., New jersey
- Kotler dan Keller. (2012). Manajemen Pemasaran, Edisi12.Jakarta:Erlangga.
- perumdatugutirta.co.id
- Philip dan Gary Armstrong, 2010. “Principle op Marketing”, Edisi ke-13, Global edition, Pearson Education Limite, Inc., New jersey.
- Sugiono, , 2009 “*Metode Penelitian Bisnis*”, Cetakan ke Tiga Belas, Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy, 2014 .“*Pemasaran Jasa, Prinsip, Penerapan dan Penelitian*” C.V Andi Offset, Yogyakarta,.