

PENGARUH DIMENSI-DIMENSI *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT (Studi Pada Pelanggan Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kabupaten Karanganyar)

Suwarto¹⁾, Rohwiyati²⁾, Giyono³⁾

^{1),2),3)}Fakultas Ekonomi Universitas Surakarta

E-mail: dafa.kale88@gmail.com¹⁾, rohwiatiunsa1978@gmail.com²⁾, giyonoUNSA11@gmail.com³⁾

Abstract

This study aims to (1) analyze the effect of reliability on public satisfaction (2) analyze the effect of assurance on public satisfaction (3) analyze the effect of tangible on public satisfaction (4) analyze the effect of empathy on public satisfaction. (5) analyze the effect of responsiveness on public satisfaction (6) analyze the effect simultaneously of reliability, assurance, tangible, empathy, responsiveness on public satisfaction. The object of research is PUDAM in Karanganyar District. Samples consist of 100 respondents using purposive sampling technique. Data collection using a questionnaire technique. Data analysis techniques using multiple linear regression analysis, t test, and F test. The conclusion of the test results of each hypothesis shows that (1) reliability has a significant effect on public satisfaction (2) assurance has a significant effect on public satisfaction (3) tangible has a significant effect on public satisfaction (4) empathy has a significant effect on public satisfaction. (5) responsiveness has a significant effect on public satisfaction (6) reliability, assurance, tangible, empathy, responsiveness have a significant effect simultaneously on public satisfaction.

Keywords: *Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness, Public Satisfaction*

PENDAHULUAN

Prasarana air bersih merupakan salah satu hal yang penting untuk dikaji mengingat air merupakan kebutuhan pokok yang selalu dikonsumsi oleh masyarakat dan juga berpengaruh besar pada kelancaran aktivitas masyarakat. Seiring dengan pertambahan jumlah penduduk dan peningkatan kegiatan ekonomi masyarakat seperti pertumbuhan industri baik kecil maupun besar, perkembangan fasilitas umum, meningkatnya kesejahteraan masyarakat maka kebutuhan akan air bersih bagi penduduk Kabupaten Karanganyar juga menjadi semakin meningkat. Air bersih yang semula dianggap barang sosial yang bersifat bebas akan menjadi barang ekonomis dimana untuk mendapatkannya diperlukan biaya.

Dalam pelayanan publik, akses masyarakat untuk mendapatkan pelayanan air bersih dan sehat sangat penting. PUDAM Kabupaten Karanganyar merupakan Perusahaan Umum Daerah Air Minum yang dikelola oleh Perusahaan Daerah Kabupaten Tingkat II Karanganyar bertujuan untuk memenuhi kebutuhan air bersih dan minum dalam rangka meningkatkan derajat kesehatan masyarakat dan sebagai salah satu sumber pendapatan asli

daerah.

Pelayanan publik pada dasarnya dilakukan untuk memberikan kepuasan bagi masyarakat sebagai pengguna jasa, oleh karena itu setiap penyelenggaraan pelayanan publik harus berpihak pada kepentingan masyarakat.

Dalam kenyataan, PUDAM di wilayah Kabupaten Karanganyar tidak lepas dari keluhan pelanggan, keluhan dari aspek teknik seperti air berbau kaporit, air tidak mengalir, kebocoran pipa, perbaikan pipa dan kerusakan meter air yang kurang memuaskan. Keluhan dibidang pelayanan secara administratif juga masih menjadi kendala seperti prosedur pelayanan permintaan saluran baru, komplain terhadap tagihan pelanggan, saran dan keluhan pelanggan kurang bahkan tidak mendapat respn yang cepat. Sejalan dengan masalah tersebut, peningkatan kualitas pelayanan pada PUDAM Kabupaten Karanganyar amat penting dilakukan sehingga dapat memberikan kontribusi positif pada kepuasan masyarakat.

Kotler (2016) menjelaskan, antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan terdapat hubungan erat, semakin tinggi tingkat kualitas menyebabkan semakin tingginya kepuasan pelanggan. Keputusan Menteri Pendayagunaan

Aparatur Negara Nomor: Kep/25/M.Pan/2/2004 menyatakan, kepuasan masyarakat (publik) dinyatakan sebagai kepuasan pelayanan yaitu hasil pendapat dan penilaian masyarakat terhadap kinerja pelayanan yang diberikan oleh aparatur penyelenggara pelayanan publik.

SERVQUAL (*Service Quality*) atau kualitas pelayanan didefinisikan sebagai perbedaan antara harapan pelanggan dengan pelayanan yang dirasakan. Jika harapan pelanggan lebih besar dari kinerja, maka kualitas yang dirasakan menjadi kurang memuaskan dan karenanya ketidakpuasan pelanggan terjadi (Geraldine & David, 2013). Dalam model *SERVQUAL* yang dikembangkan oleh Parasuraman *et al.* (1988), kualitas pelayanan didasarkan pada lima dimensi yang sering disebut dengan *RATER* yaitu *reliability* (keandalan), *assurance* (jaminan), *tangibles* (bukti fisik), *empathy* (empati), dan *responsiveness* (ketanggapan).

Dalam penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Saragih (2012); Mahmud *et al.*, (2013); Suwaldiman & Putra (2014); Akbar dkk (2016); Kumar (2017); Sartika & Djawa (2019) diperoleh temuan, bahwa dimensi-dimensi *SERVQUAL* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian di atas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul PENGARUH DIMENSI-DIMENSI *SERVICE QUALITY* TERHADAP KEPUASAN MASYARAKAT (Studi Pada Pelanggan Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kabupaten Karanganyar).

Adapun tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk menganalisis pengaruh *reliability* terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar.
2. Untuk menganalisis pengaruh *assurance* terhadap kepuasan masyarakat pada UDAM Kabupaten Karanganyar.
3. Untuk menganalisis pengaruh *tangible* terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar.
4. Untuk menganalisis pengaruh *empathy* terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar.
5. Untuk menganalisis pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar.
6. Untuk menganalisis pengaruh *reliability*,

assurance, *tangible*, *empathy*, *responsiveness* secara simultan terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat (Kotler, 2016). Pelayanan merupakan setiap tindakan/tindakan/unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain yang secara prinsip *intangible* (tidak berwujud) dan tidak menyebabkan kepemilikan apapun (Kotler, 2016). Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian kualitas atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan (Tjiptono, 2017).

Service quality (kualitas pelayanan) adalah kemampuan organisasi untuk memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan adalah kesan menyeluruh konsumen terhadap pelayanan dan kelemahan/keunggulan relatif dari suatu organisasi (Payne, 2016). Parasuraman *et al.* (Tjiptono, 2017) menyatakan dimensi-dimensi *service quality* yaitu:

1. *Kehandalan (Reliability)*
Kehandalan (Reliability) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. Dimensi ini berkaitan dengan kemampuan perusahaan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan.
2. *Daya tanggap (Responsiveness)*
Daya tanggap (responsiveness) adalah kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Dimensi ini meliputi keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.
3. *Jaminan (Assurance)*
Jaminan (assurance) adalah perilaku para karyawan mampu menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga

berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sependan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan. Dimensi ini mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya dan dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko, atau keraguan.

4. Empati (*Empathy*)

Empati (*empathy*) adalah kemampuan perusahaan untuk memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman. Dimensi ini meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi dengan baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

5. Bukti Fisik (*Tangibles*)

Bukti fisik (*tangibles*) adalah daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan. Bukti fisik meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan (Tjiptono, 2015). Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor: Kep/25/M.Pan/2/2004 mendefinisikan kepuasan masyarakat (publik) sebagai kepuasan pelayanan yaitu hasil pendapat dan penilaian masyarakat terhadap kinerja pelayanan yang diberikan oleh aparatur penyelenggara pelayanan publik.

Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor: Kep/25/M.Pan/2/2004 tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat, menyatakan terdapat 14 unsur minimal yang harus ada untuk dasar pengukuran Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) adalah sebagai berikut:

- 1) Prosedur pelayanan, yaitu kemudahan tahapan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dilihat dari sisi kesederhanaan alur pelayanan;
- 2) Persyaratan pelayanan, yaitu persyaratan teknis dan administratif yang diperlukan

untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayannya;

- 3) Kejelasan petugas pelayanan, yaitu keberadaan dan kepastian petugas yang memberikan pelayanan (nama, jabatan serta kewenangan dan tanggung jawabnya);
- 4) Kedisiplinan petugas pelayanan, yaitu kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan terutama terhadap konsistensi waktu kerja sesuai ketentuan yang berlaku;
- 5) Tanggung jawab petugas pelayanan, yaitu kejelasan wewenang dan tanggung jawab petugas dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan;
- 6) Kemampuan petugas pelayanan, yaitu tingkat keahlian dan ketrampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan/ menyelesaikan pelayanan kepada masyarakat;
- 7) Kecepatan pelayanan, yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan;
- 8) Keadilan mendapatkan pelayanan, yaitu pelaksanaan pelayanan dengan tidak membedakan golongan/status masyarakat yang dilayani;
- 9) Kesopanan dan keramahan petugas, yaitu sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat secara sopan dan ramah serta saling menghargai dan menghormati;
- 10) Kewajaran biaya pelayanan, yaitu keterjangkauan masyarakat terhadap besarnya biaya yang ditetapkan oleh unit pelayanan;
- 11) Kepastian biaya pelayanan, yaitu kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan;
- 12) Kepastian jadwal pelayanan, yaitu pelaksanaan waktu pelayanan, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan;
- 13) Kenyamanan lingkungan, yaitu kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapi, dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima pelayanan;
- 14) Keamanan Pelayanan, yaitu terjaminnya tingkat keamanan lingkungan unit penyelenggara pelayanan ataupun sarana yang digunakan, sehingga masyarakat merasa tenang untuk mendapatkan pelayanan terhadap risiko-risiko yang diakibatkan dari pelaksanaan pelayanan.

Hasil penelitian yang pernah dilakukan

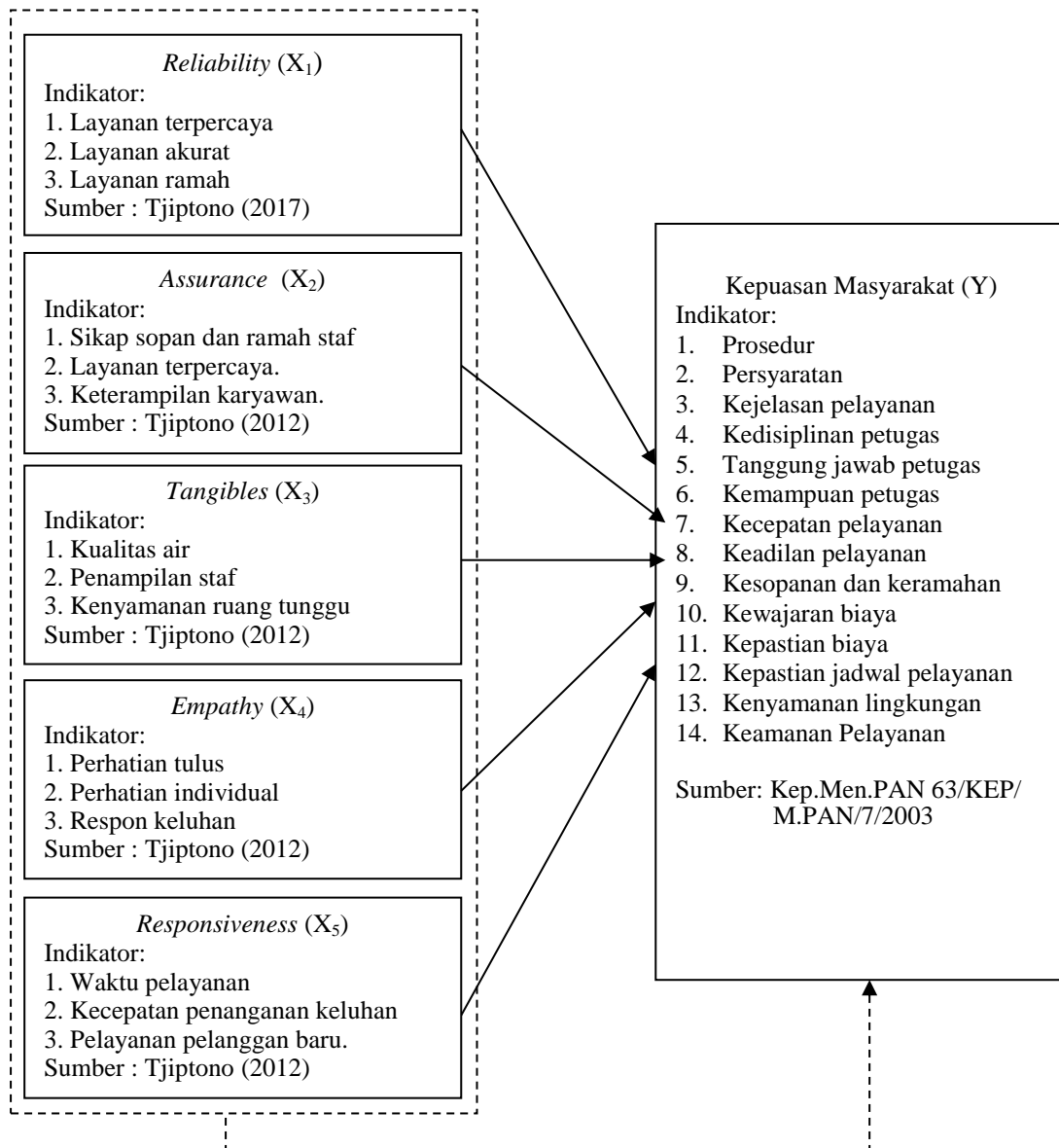
oleh Akbar dkk (2016) menunjukkan bahwa *empathy*, *reliability*, *tangibles*, *responsiveness*, *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Nasabah Prioritas PT. AIA Financial cabang Malang, Jawa Timur.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Saragih (2012) menunjukkan bahwa *empathy*, *reliability*, *tangibles*, *responsiveness*, *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan peserta PT. Askes (Persero) Cabang Utama Semarang.

Hasil penelitian Sartika & Djawa (2019)

menyatakan bahwa *empathy*, *reliability*, *tangibles*, *responsiveness*, *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Travel Fly Wings Luwuk. Hasil penelitian Suwaldiman & Putra (2014) menunjukkan bahwa *empathy*, *reliability*, *tangibles*, *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan mahasiswa Akuntansi dalam mengikuti Pendidikan Profesi Akuntansi.

Kerangka Pemikiran dalam penelitian dapat dilihat pada gambar berikut ini.



Gambar 1
Kerangka Pemikiran

Keterangan :
 Variabel independen/bebas : dimensi-dimensi
 SERVQUAL terdiri dari

Reliability, Assurance,
 Tangible, Empathy,
 Responsiveness.

Variabel dependen/terikat : kepuasan masyarakat
 —————▶ : pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial
 - - - - -▶ : pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan

Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. $H_0 : \beta_1 = 0$ Diduga *reliability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar.
 $H_a : \beta_1 \neq 0$ Diduga *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar.
2. $H_0 : \beta_2 = 0$ Diduga *assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar.
 $H_a : \beta_2 \neq 0$ Diduga *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar.
3. $H_0 : \beta_3 = 0$ Diduga *tangible* tidak berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar.
 $H_a : \beta_3 \neq 0$ Diduga *tangible* berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar.
4. $H_0 : \beta_4 = 0$ Diduga *empathy* tidak berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar.
 $H_a : \beta_4 \neq 0$ Diduga *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar.

5. $H_0 : \beta_5 = 0$ Diduga *responsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar.
 $H_a : \beta_5 \neq 0$ Diduga *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar.
6. $H_0 : \beta_1 = \beta_2 = \beta_3 = \beta_4 = \beta_5 = 0$ Diduga *reliability, assurance, tangible, empathy, responsiveness* tidak berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar.
 $H_a : \beta_1 \neq \beta_2 \neq \beta_3 \neq \beta_4 \neq \beta_5 \neq 0$ Diduga *reliability, assurance, tangible, empathy, responsiveness* berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar.

METODE PENELITIAN

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pelanggan PUDAM Kabupaten Karanganyar dengan jumlah 67.000 orang. Menurut Umar (2017) untuk populasi dengan jumlah yang besar, pengambilan sampel dapat dihitung dengan rumus Slovin sebagai berikut:

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

$$n = \frac{67000}{1 + (67000 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{67000}{1 + (67000 \times 0,01)}$$

$$n = \frac{67000}{671}$$

$$n = 99,85$$

$$n = 100 \text{ (pembulatan)}$$

Berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang pelanggan. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling*. Adapun kriteria sampel dalam penelitian ini adalah masyarakat yang masih

aktif terdaftar sebagai pelanggan PUDAM Kabupaten Karanganyar.

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini diuraikan sebagai berikut :

1. *Reliability*

Reliability (keandalan) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang terpercaya, yang dijanjikan dengan segera, dan akurat. Dimensi keandalan diukur dengan tiga indikator (Tjiptono, 2017) yaitu:

- a. Layanan terpercaya.
- b. Layanan akurat.
- c. Layanan ramah.

2. *Assurance*

Jaminan (*assurance*) adalah perilaku pegawai untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dimensi jaminan (*assurance*) ini diukur dengan tiga indikator (Tjiptono, 2017) yaitu :

- a. Sikap sopan dan ramah staf.
- b. Layanan terpercaya.
- c. Keterampilan karyawan.

3. *Tangibles*

Tangibles (bukti fisik) adalah dimensi kualitas pelayanan berkaitan dengan fasilitas fisik, yang mencakup penampilan staf, sarana dan prasarana untuk pendukung layanan publik. Dimensi *tangibles* diukur dengan tiga indikator (Tjiptono, 2017):

- a. Kualitas air.
- b. Penampilan karyawan.
- c. Kenyamanan ruang tunggu.

4. *Empathy*

Empathy (empati) adalah kemampuan staf untuk memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal terhadap pelanggan. Dimensi *empathy* diukur dengan tiga indikator (Tjiptono, 2017) yaitu:

- a. Perhatian tulus.
- b. Perhatian individual.
- c. Respon keluhan.

5. *Responsiveness*

Responsiveness (ketanggapan) adalah kesediaan dan kemampuan perusahaan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan, serta menginformasikan kapan jasa atau layanan akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Dimensi *responsiveness* (ketanggapan) diukur dengan tiga indikator (Tjiptono, 2017) yaitu :

- a. Waktu pelayanan.
- b. Kecepatan penanganan keluhan.
- c. Pelayanan administrasi pelanggan baru.

6. Kepuasan Masyarakat

Kepuasan masyarakat adalah penilaian masyarakat terhadap kinerja pelayanan yang diberikan oleh PUDAM Kabupaten Karanganyar. Pengukuran kepuasan masyarakat berdasarkan Keputusan Men.PAN Nomor: 63/KEP/M.PAN/7/ 2003 diukur dengan 14 indikator sebagai berikut:

- a. Prosedur Pelayanan
- b. Persyaratan Pelayanan
- c. Kejelasan petugas pelayanan
- d. Kedisiplinan petugas pelayanan
- e. Tanggung jawab petugas pelayanan
- f. Kemampuan petugas pelayanan
- g. Kecepatan pelayanan
- h. Keadilan mendapatkan pelayanan
- i. Kesopanan dan keramahan petugas
- j. Kewajaran biaya pelayanan
- k. Kepastian biaya pelayanan
- l. Kepastian jadwal pelayanan
- m. Kenyamanan lingkungan
- n. Keamanan Pelayanan

Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner diukur dengan skala Likert 5 poin. Untuk menguji kualitas data dilakukan uji uji validitas dan reliabilitas terlebih dahulu. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, dan pengujian hipotesis menggunakan uji t dan uji F.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Instrumen Penelitian

Uji validitas variabel dimensi-dimensi *service quality* dan kepuasan masyarakat melalui uji Korelasi *Pearson* menunjukkan semua butir valid, ditunjukkan dengan nilai r hitung $>$ r tabel.

Tabel 1
 Hasil Uji Validitas Variabel Dimensi-dimensi
Service Quality

Item	r _{hitung}	r _{tabel} (N=100; Ts 5%)	Kesimpulan
X1.1	0,842	0,195	Valid
X1.2	0,894	0,195	Valid
X1.3	0,792	0,195	Valid
X2.1	0,936	0,195	Valid
X2.2	0,944	0,195	Valid
X2.3	0,902	0,195	Valid
X3.1	0,937	0,195	Valid
X3.2	0,927	0,195	Valid
X3.3	0,888	0,195	Valid
X4.1	0,908	0,195	Valid
X4.2	0,874	0,195	Valid
X4.3	0,864	0,195	Valid
X5.1	0,889	0,195	Valid
X5.2	0,919	0,195	Valid
X5.3	0,867	0,195	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2021

Tabel 2
 Hasil Uji Validitas Variabel Kepuasan
 Masyarakat

Item	r _{hitung}	r _{tabel} (N=100; Ts 5%)	Kesimpulan
Y_1	0,666	0,195	Valid
Y_2	0,803	0,195	Valid
Y_3	0,686	0,195	Valid
Y_4	0,631	0,195	Valid
Y_5	0,690	0,195	Valid
Y_6	0,697	0,195	Valid
Y_7	0,666	0,195	Valid
Y_8	0,803	0,195	Valid
Y_9	0,686	0,195	Valid
Y_10	0,631	0,195	Valid
Y_11	0,690	0,195	Valid
Y_12	0,697	0,195	Valid
Y_13	0,666	0,195	Valid
Y_14	0,697	0,195	Valid

Sumber: Data primer diolah, 2021

Hasil uji *Cronbach Alpha* menunjukkan bahwa instrumen untuk variabel dimensi-dimensi *service quality* dan kepuasan masyarakat reliabel ditunjukkan dengan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

Tabel 3
 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Instrumen	Cronbach Alpha	Kriteria uji	Kesimpulan
<i>Reliability</i>	0,792	0,60	Reliabel
<i>Assurance</i>	0,915	0,60	Reliabel
<i>Tangible</i>	0,902	0,60	Reliabel
<i>Empathy</i>	0,854	0,60	Reliabel
<i>Responsive</i>			
<i>ness</i>	0,863	0,60	Reliabel
Kepuasan Masyarakat	0,987	0,60	Reliabel

Sumber: Data primer diolah, 2021

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4
 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda
 Coefficients^a

Model	Standar		Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients	ized Coefficients			
1 (Constant)	-9.374	7.251		-1.293	.199
X1	1.037	.457	.190	2.268	.026
X2	1.879	.884	.408	2.125	.036
X3	.085	.891	.018	.096	.924
X4	1.218	.405	.258	3.007	.003
X5	1.087	.414	.198	2.624	.010

F_{hitung} = 19.226 ; Sig. = 0.000

Adj. R² = 0.479

Berdasarkan hasil SPSS diatas, diketahui nilai *Adjusted R²* sebesar 0,479 artinya sumbangan pengaruh *reliability, assurance, tangible, empathy, dan responsiveness* terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar adalah 47,9% sisanya 52,1% (100%-47,9%) dijelaskan oleh variabel lain di luar model misalnya tarif, kualitas produk, dan citra perusahaan.

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji t dan uji F sebagai berikut

a. Pengaruh *Reliability* terhadap Kepuasan Masyarakat

Hasil uji t menunjukkan nilai t_{hitung} (2,268) > t_{tabel} (2,000) dan *p value* (0,026) < 0,05 berarti *reliability* berpengaruh signifikan terhadap

kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar. Dengan demikian hipotesis 1 diterima.

- b. Pengaruh *Assurance* terhadap Kepuasan Masyarakat
Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung $(2,125) > t$ tabel $(2,000)$ dan p value $(0,036) < 0,05$ berarti *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar. Dengan demikian hipotesis 2 diterima.
- c. Pengaruh *Tangible* terhadap Kepuasan Masyarakat
Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung $(0,096) < t$ tabel $(2,000)$ dan p value $(0,924) > 0,05$ berarti *tangible* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar. Dengan demikian hipotesis 3 ditolak.
- d. Pengaruh *Empathy* terhadap Kepuasan Masyarakat
Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung $(3,007) > t$ tabel $(2,000)$ dan p value $(0,003)$ berarti *empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar. Dengan demikian hipotesis 4 diterima.
- e. Pengaruh *Responsiveness* terhadap Kepuasan Masyarakat
Hasil uji t menunjukkan nilai t hitung $(2,624) > t$ tabel $(2,000)$ dan p value $(0,010) < 0,05$ berarti *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar. Dengan demikian hipotesis 5 diterima.
- f. Pengaruh *Reliability, Assurance, Tangible, Empathy, Responsiveness* secara simultan terhadap Kepuasan Masyarakat
Hasil uji F menunjukkan nilai F hitung $(17,142) > F$ tabel $(2,76)$ atau Sig. $(0,000) < 0,05$ berarti *reliability, assurance, tangible, empathy, dan responsiveness* masyarakat berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar. Dengan demikian hipotesis 6 diterima.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil pengujian setiap hipotesis, diperoleh kesimpulan (1) *Reliability* berpengaruh terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar. (2) *Assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar. (3) *Tangible* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar. (4) *Empathy* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar. (5) *Responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar. (6) *Reliability, assurance, tangible, empathy, responsiveness* berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan masyarakat pada PUDAM Kabupaten Karanganyar.

Adapun saran yang diberikan adalah sebagai berikut :

1. Variabel empati mempunyai pengaruh dominan terhadap kepuasan masyarakat ditunjukkan dari nilai t hitung paling besar $(3,007)$. Perusahaan dalam hal ini PUDAM Kabupaten Karanganyar diharapkan dapat mempertahankan serta meningkatkan pelayanan terhadap empati, yaitu dengan memberikan perhatian tulus kepada semua pelanggan dan merespon keluhan dengan cepat.
2. Untuk meningkatkan dan mempertahankan kepuasan masyarakat, PUDAM Kabupaten Karanganyar diharapkan untuk melakukan evaluasi terhadap pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Strategi yang dapat diupayakan antara lain melakukan survey kepuasan pelanggan secara periodik dan terprogram sehingga perusahaan dapat melakukan perbaikan dan peningkatan pelayanan yang belum memenuhi harapan pelanggan.
3. Variabel *service quality* dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi kepuasan masyarakat, diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang turut mempengaruhi kepuasan masyarakat misalnya tarif, kualitas produk atau *customer value*.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, R. N., Arifin, Z., & Sunarti. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada Nasabah Prioritas PT. AIA Financial cabang Malang, Jawa Timur). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 30(1), 1-8.
- Geraldine, O., & David, C. (2013). Effects of Airline Aervice Quality on Airline Image and Passengers' Loyalty: Findings from Arik Air Nigeria Passengers. *Journal of Hospitality and Management Tourism*, 4(2), 19-28.
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63/Kep/MENPAN/7/2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik.
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor: KEP/25/M.PAN/2/2004 tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah.
- Kotler, P. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kumar, A. (2017). Effect of service quality on customer loyalty and the mediating role of customer satisfaction: an empirical investigation for the telecom service industry. *Journal of Management Research and Analysis*, 4(4):159-166.
- Mahmud, A., Jusoff, K., & Hadijah, S. (2013). The Effect of Service Quality and Price on Satisfaction and Loyalty of Customer of Commercial Flight Service Industry. *World Applied Sciences Journal*, 23(3), 354-359.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. *The Journal of Marketing*, 49(4), 41-50.
- (1988). *SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*. *Journal of Retailing*, 64(4), 12-40.
- Payne, A. (2016). *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Rai, A., & Srivastava, M. (2012). Customer Loyalty Attributes: A Perspective. *NMIMS Management Review*, 22, 49-76.
- Saragih, D. L. M. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Peserta PT. Askes (Persero) Cabang Utama Semarang. *Jurnal SAINS Pemasaran*, 11(2), 146-155.
- Sartika, D., & Djawa, S. K. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Travel Fly Wings Luwuk. *Jurnal EMOR*, 2(1), 17-32.
- Steven, G. (2017). Persepsi Konsumen atas Layanan GrabCar di Surabaya. *Jurnal AGORA*, 5(3), 1-10.