

“ANALISIS TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN LAYANAN SPAM TRANS SUBUR DI KEC. MUARA LAKITAN KABUPATEN MUSI RAWAS”

Endra Saputra¹, Anna Emiliawati², Okma Yendri³, Radha Krisnamurti Sigamura^{4*}

^{1,3,4} Universitas Musi Rawas

² Universitas Jambi

Gmail: radhaKrisna964@gmail.com

ABSTRAK

Perusahaan Daerah Air Minum merupakan suatu badan usaha yang mengolah dan melayani kebutuhan air minum masyarakat. Salah satu permasalahan yang telah dan akan timbul dalam pengelolaan air bersih adalah kemampuan penyedia air bersih pada umumnya masih terbatas baik jangkauan maupun mutu pelayanannya. Tujuan penelitian ini yaitu mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap distribusi pelayanan air minum oleh SPAM Trans Subur. Dan menganalisis tingkat kepuasan pelanggan terhadap distribusi pelayanan air minum oleh SPAM Trans Subur. Pada penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas dan pengukuran skala likert. Dari hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kepuasan pelanggan, semua variabel tingkat kepuasan valid dan reliabel. Sehingga faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap distribusi pelayanan air minum adalah sebagai berikut: faktor kualitas air minum yang meliputi suhu, rasa, kekeruhan, bau dan warna, faktor debit/jumlah air yang keluar, faktor ketersediaan air, faktor pelayanan petugas, faktor respon terhadap keluhan, faktor kemudahan mendapatkan informasi, faktor proses pemasangan sambungan baru, faktor harga pemasangan sambungan baru, faktor tarif air minum. Berdasarkan analisa tentang perhitungan dengan skala likert diketahui tingkat kepuasan pelanggan rata-rata presentase yaitu 98,71%. Jika dilihat pada skala likert, maka diketahui bahwa rentang kepuasan berada pada tingkat "sangat puas".

Kata kunci: Kepuasan Pelanggan, Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Pengukuran Skala Likert.

ABSTRAK

The Regional Drinking Water Company is a business entity that processes and serves the community's drinking water needs. One of the problems that has arisen and will arise in clean water management is that the ability of clean water providers in general is still limited in terms of reach and quality of service. The aim of this research is to identify factors that influence the level of customer satisfaction with the distribution of drinking water services by SPAM Trans Subur. And analyzing the level of customer satisfaction with the distribution of drinking water services by SPAM Trans Subur. This research uses validity tests, reliability tests and Likert scale measurements. From the results of validity and reliability tests on customer satisfaction levels, all satisfaction level variables are valid and reliable. So the factors that influence the level of customer satisfaction with the distribution of drinking water services are as follows: drinking water quality factors which include temperature, taste, turbidity, smell and color, discharge factor/amount of water that comes out, water availability factor, officer service factor, the response factor to complaints, the ease of getting information, the process factor for installing a new connection, the price factor for installing a new connection, the drinking water tariff factor. Based on analysis of calculations using a Likert scale, it is known that the average percentage of customer satisfaction is 98.71%. If you look at the Likert scale, it is known that the satisfaction range is at the "very satisfied" level.

Keywords: Customer Satisfaction, Validity Test, Reliability Test, Likert Scale Measurement.

I. Pendahuluan

Air sebagai sumber kehidupan makhluk hidup terutama manusia yang berkembang dengan berbagai macam kebutuhan dasar manusia (*basic human need*). Air menjadi kebutuhan primer yang diperlukan untuk kebutuhan sehari-hari seperti minum, masak, mandi sampai kebutuhan pengolahan industri, sehingga fungsi air tidak hanya terbatas untuk menjalankan fungsi ekonomi saja, namun juga sebagai fungsi sosial, fungsi sosial ini erat berkaitan dengan kondisi air yang sehat, jernih dan bersih sehingga sangat penting dipahami oleh semua pihak dalam rangka menjaga dan meningkatkan kesehatan masyarakat. kebutuhan wargamasyarakat. Air tidak lagi hanya semata-mata berfungsi untuk minum, mandi, dan mencuci tetapi juga berkembang menjadi bahan ekonomis terutama di kota-kota. Dengan melihat kenyataan yang ada, tidak dapat dipungkiri, bahwa air merupakan suatu kebutuhan yang tidak dapat dipisahkan dari kebutuhan sehari-hari bagi

masyarakat. Dalam UUD 45 pasal 33 disebutkan antara lain bahwa bumi, air dan kekayaan alam yang terkandung didalamnya dikuasai oleh negara untuk kemakmuran rakyat, pasal ini merupakan landasan filosofis untuk menentukan bagaimana pengelolaan sumber daya alam, termasuk sumber daya air, dalam kehidupan bernegara. Sebagai perwujudannya, penyediaan sebagian besar kebutuhan air bersih. Olehnya itu peranan pemerintah daerah sangat diharapkan, karena salah satu fungsi dari pemerintah adalah melayani kepentingan masyarakat

II. Dasar Teori

Kepuasan Pelanggan

Lovelock dan Wright (2018) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan memberikan banyak manfaat bagi perusahaan, dan tingkat kepuasan pelanggan yang lebih besar. Dalam jangka panjang, akan lebih menguntungkan mempertahankan pelanggan yang baik daripada terus menerus menarik dan membina pelanggan baru untuk menggantikan pelanggan yang pergi. Pelanggan yang sangat puas akan menyebarkan cerita positif dari mulut ke mulut dan malah akan menjadi iklan berjalan dan berbicara bagi suatu perusahaan, yang akan menurunkan biaya untuk menarik pelanggan baru. Sedangkan menurut Engel, Roger & Miniard (1994) mengatakan bahwa kepuasan adalah evaluasi paska konsumsi untuk memilih beberapa alternatif dalam rangka memenuhi harapan. Menurut Nasution, (2005) mengatakan bahwa kepuasan tercapai ketika kualitas memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan pelanggan. Sebaliknya, bila kualitas tidak memenuhi dan melebihi harapan, keinginan dan kebutuhan pelanggan maka kepuasan tidak tercapai. Pelanggan yang tidak puas terhadap barang atau jasa yang dikonsuksinya akan mencari perusahaan lain yang mampu menyediakan kebutuhannya. Dari berbagai pendapat di atas dapat disimpulkan definisi kepuasan pelanggan yaitu tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dia rasakan dengan harapannya, (Indrasari, 2019).

IV. Metode Penelitian

(Menurut Sugiyono, 2013), terdapat dua jenis jenis penelitian yang biasa digunakan yaitu penelitian kuantitatif dan kualitatif Metode kuantitatif dan kualitatif sering di pasang dengan nama metode yang tradisional dan metode baru. Metode kualitatif di namakan sebagai metode tradisional karena metode ini sudah cukup lama digunakan sebagai metode tradisional dan metode baru. Metode kuantitatif dinamakan sebagai metode tradisional karena metode ini sudah cukup lamadigunakan sebagai metode untuk penelitian, metode ini disebut metode kuantitatif karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik, dalam hal ini yang termasuk metode kuantitatif adalah metode eksperimen dan survey.

Data Yang Diperlukan

Dalam penelitian ini metode analisa data menggunakan statistika deskriptif yaitu metode analisa yang digunakan untuk mendeskriptifkan variabel penelitian yang diperoleh melalui hasil-hasil pengukuran berupa data primer dan sekunder. Data-data tersebut adalah:

- a. Data primer dengan menggunakan metode survey pengumpulan data yang menggunakan kuisioner terhadap masyarakat yang didapatkan dari hasil observasi langsung ke objek penelitian dilapangan dan wawancara kepada SPAM Trans Subur
- b. Data sekunder merupakan data dan informasi yang bersumber dari instansi pemerintah yang berwenang memberikannya. Untuk mendapatkannya peneliti mendatangi langsung instansi yang terkait dengan penelitian. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu peta lokasi, data arsip pelanggan, dokumentasi dan data wilayah layanan.

V. Hasil Dan Pembahasan

Gambaran Umum Wilayah Penelitian

Dari hasil penelitian di lapangan SPAM Trans Subur di kecamatan Muara Lakitan Kabupaten Musi Rawas. SPAM Trans Subur adalah salah satu unit produksi dari Badan Layanan Umum Daerah Unit Pelaksanaan Teknis Sistem Penyediaan Air Minum (BLUD UPT SPAM) Dinas Pekerjaan Umum Cipta Karya Tata Ruang dan Pengairan Kabupaten Musi Rawas yang dibangun pada tahun 2016 dengan menggunakan biaya APBN dengan nilai kontrak Rp. 13.321.000.000,- dengan kapasitas pompa distribusi 40 liter/detik (sumber lapangan). SPAM Trans Subur dibangun dengan harapan dapat memberikan suplai air bersih yang cukup bagi masyarakat yang belum bisa mendapatkan air bersih yang cukup. Daerah cakupan dari SPAM Trans Subur meliputi Desa Lubuk Pandan, Desa Marga Baru, Desa Sidomulyo, Desa Pelita Jaya. **Sistem Distribusi SPAM Trans Subur** Air pada sistem jaringan air bersih bermula dari sumber air baku lalu diolah pada instalasi pengolahan air. Air yang telah diolah lalu dialirkan melalui pipa transmisi dan distribusi sehingga dapat melayani pelanggan dengan tekanan air yang cukup sehingga bisa melayani secara kontinyu ditingkat pelanggan. Sumber air baku yang digunakan oleh SPAM Trans Subur berasal dari Sungai Musi. Kapasitas intake di Sungai Musi adalah 40 ltr/dtk (sumber lapangan). Sistem pengaliran air menggunakan cara pemompaan dengan tenaga penggerak PLN dengan jam operasi 8 jam dimulai dari jam 08:00 – 16:00

5.1 Karakteristik Responden Pelanggan

Dari hasil penelitian ini ada beberapa karakteristik responden yang berhubungan dengan konsep partisipasi yaitu terdiri dari kelompok umur, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan.

- a) Karakteristik Responden Pelanggan Berdasarkan kelompok umur Deskripsi responden menurut kelompok umur dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 5.1 Jumlah responden berdasarkan kelompok umur

Rentang Umur	Jumlah (Responden)	Presentase (%)
15-24	0	0,0%
25-34	18	18%
35-44	19	19%
45-54	32	32%
55-64	24	24%
65-74	7	7%
Total	96	100%

Dari diagram diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar pelanggan adalah yang berusia 45- 54 tahun yaitu sebesar 32% sehingga sudah dianggap dewasa dan mampu menyatakan pendapat dan mengambil keputusan.

b).Karakteristik Responden Pelanggan Berdasarkan Jenis Kelamin Deskripsi responden menurut jenis kelamin dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

Tabel 5.2 Jumlah responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Responden)	Presentase (%)
Laki-laki	85	85%
perempuan	11	11%
Total	96	100%

Dari diagram diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar pelanggan yang menjadi responden adalah laki-laki sebanyak 85 responden atau jika dipresentasikan sebanyak 85% sedangkan responden perempuan sebanyak 11 responden atau 11%. Hal ini menunjukkan bahwa kebanyakan pelanggan yang ditemui peneliti kebanyakan berjenis kelamin laki-laki dan informasi yang diberikan dapat dipertanggung jawabkan.

a. Karakteristik Responden Pelanggan Berdasarkan Pendidikan Tingkat pendidikan yang ditempuh oleh sebagian pelanggan SPAMTran

Tabel 5.3 Jumlah responden berdasarkan pendidikan

Pendidikan	Jumlah (Responden)	Presentase (%)
S1	7	7%
SD	14	14%
SMP	34	34%
SMA	41	41%
Total	96	100%

Dari diagram diatas dapat dilihat bahwa sebagian besar pelanggan yang menjadi responden pendidikan terakhirnya yaitu SMA sebanyak 41%. Dengan rata – rata pendidikan yang cukup tinggi sehingga memberikan informasi tentang kualitas air minum, kuantitas air minum, kontinuitas air minum dan pelayanan terhadap pelanggan dengan akurat.

b. Karakteristik Responden Pelanggan Berdasarkan Pekerjaan Deskripsi responden menurut pekerjaan dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

Tabel 5.4 Jumlah responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah (Responden)	Presentase (%)
Buruh	2	2%
Guru	1	1%
Pegawai Swasta	19	19%
Pensiunan	1	1%
Petani	61	61%
PNS	2	2%
Tidak Bekerja	3	3%
Wirausaha	7	7%
Total	96	100%

Karakteristik Responden Pelanggan Berdasarkan KelompokPelanggan

Deskripsi responden berdasarkan kelompok pelanggan dapat dilihatdari tabel dibawah ini

Tabel 5.5 Jumlah responden berdasarkan kelompok pelanggan

Kelompok	Jumlah (Responden)	Presentase (%)
1	8	8%
2	86	86%
3	2	2%
Total	96	100%

Dari grafik diatas responden yang banyak diambil adalah yang termasuk kedalam kelompok 2 yaitu Rumah Tangga Non MBR, Sekolah Swasta/Negeri, Niaga Kecil, Industri Rumah Tangga, Puskesmas di Tingkat Kecamatan/Kelurahan, Instansi Pemerintah, TNI/Polri tingkat Kecamatan/Keluraha.

1. Kualitas air bersih

Kualitas air minum meliputi suhu, rasa, kekeruhan, bau, dan warna. Berdasarkan hasil survey diketahui sebagai berikut :

Tabel 5.61 Hasil jawaban responden pelanggan berdasarkan suhu air

Pilihan jawaban	Skor jawaban	Jumlah responden	jumlah
A	1	0	0
B	2	4	8
C	3	30	90
D	4	62	243
Total		96	260

$X = \text{Skor Tertinggi likert} \times \text{jumlah responden} = 4 \times 96 = 384$ $Y = \text{Skor Terendah likert} \times \text{jumlah responden} = 1 \times 96 = 96$

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pelanggan yang menjadi responden berdasarkan suhu air adalah 243. Skor tertinggi 384 dan terendah adalah 96. Presentase penilaian sikap dengan skala likert untuk indikator diatas adalah $= 260/384 \times 100\% = 67,70\%$ (dapat dikategorikan bahwa pelanggan sangat puas terhadap suhu air) yang didistribusikan oleh SPAM Trans Subur.

Tabel 5.62 Hasil jawaban responden pelanggan berdasarkan kualitas rasa

Pilihan jawaban	Skor jawaban	Jumlah responden	jumlah
A	1	0	0
B	2	2	4
C	3	9	27
D	4	85	340
Total		96	371

$X = \text{Skor Tertinggi likert} \times \text{jumlah responden} = 4 \times 96 = 384$ $Y = \text{Skor Terendah likert} \times \text{jumlah responden} = 1 \times 96 = 96$

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pelanggan yang menjadi responden berdasarkan suhu air adalah 371. Skor tertinggi 384 dan terendah adalah 96. Presentase penilaian sikap dengan skala likert untuk indikator diatas adalah $= 371/384 \times 100\% = 96,61\%$ (dapat dikategorikan bahwa pelanggan sangat puas terhadap rasa) yang didistribusikan oleh SPAM Trans Subur.

Tabel 5.63 Hasil jawaban responden pelanggan berdasarkan kualitas kekeruhan

Pilihan jawaban	Skor jawaban	Jumlah responden	jumlah
A	1	0	0
B	2	4	8
C	3	86	258
D	4	6	24
Total		96	290

$X = \text{Skor Tertinggi likert} \times \text{jumlah responden} = 4 \times 96 = 384$ $Y = \text{Skor Terendah likert} \times \text{jumlah responden} = 1 \times 96 = 96$

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pelanggan yang menjadi responden berdasarkan kekeruhan adalah 290. Skor tertinggi 384 dan terendah adalah 96. Presentase penilaian sikap dengan skala likert untuk indikator diatas adalah $= 290/384 \times 100\% = 75,52\%$ (dapat dikategorikan bahwa pelanggan sangat puas terhadap kekeruhan) yang didistribusikan oleh SPAM Trans Subur.

Tabel 5.64 Hasil jawaban responden pelanggan berdasarkan bau

Pilihan jawaban	Skor jawaban	Jumlah responden	jumlah
A	1	0	0
B	2	3	6
C	3	24	72
D	4	69	276
Total		96	354

$X = \text{Skor Tertinggi likert} \times \text{jumlah responden} = 4 \times 96 = 384$ $Y = \text{Skor Terenda likert} \times \text{jumlah responden} = 1 \times 96 = 96$

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pelanggan yang menjadi responden berdasarkan bau adalah 354. Skor tertinggi 384 dan terendah adalah 96. Presentase penilaian sikap dengan skala likert untuk indikator diatas adalah $= 354/384 \times 100\% = 92,18\%$ (dapat dikategorikan bahwa pelanggan sangat puas terhadap bau) yang didistribusikan oleh SPAM Trans Subur.

Tabel 5.65 Hasil jawaban responden pelanggan berdasarkan warna air

Pilihan jawaban	Skor jawaban	Jumlah responden	jumlah
A	1	0	0
B	2	5	10
C	3	70	210
D	4	21	84
Total		96	304

X= Skor Tertinggi likert x jumlah responden = $4 \times 96 = 384$ Y= Skor Terendah likert x jumlah responden = $1 \times 96 = 96$ Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pelanggan yang menjadi responden berdasarkan bau adalah 304. Skor tertinggi 384 dan terendah adalah 96. Presentase penilaian sikap dengan skala likert untuk indikator diatas adalah $= 304/384 \times 100\% = 79,16\%$ (dapat dikategorikan bahwa pelanggan sangat puas terhadap warna air) yang didistribusikan oleh SPAM Trans Subur.

1) Pelayanan kepuasan pelanggan

Kuantitas air minum yang disurvei yaitu jumlah/debit air yang keluar dari kran. Berdasarkan hasil survei dapat diketahui dari

Tabel 5.66 Hasil jawaban responden pelanggan berdasarkan Respon terhadap keluhan

Pilihan jawaban	Skor jawaban	Jumlah responden	Jumlah
A	1	0	0
B	2	6	12
C	3	89	267
D	4	1	4
Total		96	283

X= Skor Tertinggi likert x jumlah responden = $4 \times 96 = 384$ Y= Skor Terendah likert x jumlah responden = $1 \times 96 = 96$

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pelanggan yang menjadi responden berdasarkan keluhan adalah 283. Skor tertinggi 384 dan terendah adalah 96. Presentase penilaian sikap dengan skala likert untuk indikator diatas adalah $= 283/384 \times 100\% = 73,69\%$ (dapat dikategorikan bahwa pelanggan sangat puas terhadap keluhan) yang didistribusikan oleh SPAM Trans Subur.

Tabel 5.67 Hasil jawaban responden pelanggan berdasarkan pelayanan petugas

Pilihan jawaban	Skor jawaban	Jumlah responden	Jumlah
A	1	0	0
B	2	3	6
C	3	73	219
D	4	20	80
Total		96	305

X= Skor Tertinggi likert x jumlah responden = $4 \times 96 = 384$ Y= Skor Terendah likert x jumlah responden = $1 \times 96 = 96$

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pelanggan yang menjadi responden berdasarkan pelayanan petugas adalah 314. Skor tertinggi 384 dan terendah adalah 96. Presentase penilaian sikap dengan skala likert untuk indikator diatas adalah $= 305/384 \times 100\% = 79,42\%$ (dapat dikategorikan bahwa pelanggan sangat puas layanan petugas) yang didistribusikan oleh SPAM Trans Subur.

Tabel 5.68 Hasil jawaban responden pelanggan berdasarkan jam operasional

Pilihan jawaban	Skor jawaban	Jumlah responden	Jumlah
A	1	0	0
B	2	96	192
C	3	0	0
D	4	0	0
Total		96	192

X= Skor Tertinggi likert x jumlah responden = $4 \times 96 = 384$ Y= Skor Terendah likert x jumlah responden = $1 \times 96 = 96$

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pelanggan yang menjadi responden berdasarkan jam operasional adalah 192. Skor tertinggi 384 dan terendah adalah 96. Presentase penilaian sikap dengan skala likert untuk indikator diatas adalah $= 192/384 \times 100\% = 50\%$ (dapat dikategorikan bahwa jam operasional) yang didistribusikan oleh SPAM Trans Subur.

Tabel 5.69 Hasil jawaban responden pelanggan berdasarkan tekanan debit

Pilihan jawaban	Skor jawaban	Jumlah responden	Jumlah
A	1	54	54
B	2	2	4
C	3	23	69
D	4	20	80
Total		96	207

X= Skor Tertinggi likert x jumlah responden = $4 \times 96 = 384$ Y= Skor Terendah likert x jumlah responden = $1 \times 96 = 96$

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pelanggan yang menjadi responden berdasarkan tekanan debit adalah 207. Skor tertinggi 384 dan terendah adalah 96. Presentase penilaian sikap dengan skala likert untuk indikator diatas adalah $= 207/384 \times 100\% = 53,90\%$ (dapat dikategorikan bahwa tekanan debit) yang didistribusikan oleh SPAM Trans Subu

Tabel 5.71 Hasil jawaban responden pelanggan berdasarkan kecukupan informasi

Pilihan jawaban	Skor jawaban	Jumlah responden	Jumlah
A	1	0	0
B	2	78	156
C	3	5	15
D	4	13	52
Total		96	223

$X = \text{Skor Tertinggi likert} \times \text{jumlah responden} = 4 \times 96 = 384$
 $Y = \text{Skor Terendah likert} \times \text{jumlah responden} = 1 \times 96 = 96$

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pelanggan yang menjadi responden berdasarkan kecukupan informasi adalah 223. Skor tertinggi 384 dan terendah adalah 96. Presentase penilaian sikap dengan skala likert untuk indikator diatas adalah $= \frac{223}{384} \times 100\% = 58,07\%$ (dapat dikategorikan bahwa kecukupan informasi) yang didistribusikan oleh SPAM Trans Subur.

2) Ekonom

Proses pemasangan sambungan baru yaitu bagaimana proses saat pelanggan ingin melakukan pemasangan baru.

Tabel 5.72 Hasil jawaban responden pelanggan berdasarkan proses pemasangan sambungan baru

Pilihan jawaban	Skor jawaban	Jumlah responden	jumlah
A	1	0	0
B	2	7	14
C	3	23	69
D	4	66	264
Total		96	347

$X = \text{Skor Tertinggi likert} \times \text{jumlah responden} = 4 \times 96 = 384$
 $Y = \text{Skor Terendah likert} \times \text{jumlah responden} = 1 \times 96 = 96$

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pelanggan yang menjadi responden berdasarkan pemasangan sambungan baru adalah 347. Skor tertinggi 384 dan terendah adalah 96. Presentase penilaian sikap dengan skala likert untuk indikator diatas adalah $= \frac{347}{384} \times 100\% = 90,36\%$ (dapat dikategorikan bahwa pemasangan sambungan baru) yang didistribusikan oleh SPAM Trans Subur.

a) Biaya sambungan baru

Biaya sambungan baru yaitu biaya yang harus dikeluarkan pelanggan untuk pemasangan pertama pelayanan perpipaan.

Tabel 5.73 Hasil jawaban responden pelanggan berdasarkan harga pemasangan sambungan baru

Pilihan jawaban	Skor jawaban	Jumlah responden	jumlah
A	1	0	0
B	2	2	4
C	3	4	12
D	4	90	360
Total		96	376

$X = \text{Skor Tertinggi likert} \times \text{jumlah responden} = 4 \times 96 = 384$
 $Y = \text{Skor Terendah likert} \times \text{jumlah responden} = 1 \times 96 = 96$

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pelanggan yang menjadi responden berdasarkan Biaya sambungan baru adalah 376. Skor tertinggi 384 dan terendah adalah 96. Presentase penilaian sikap dengan skala likert untuk indikator diatas adalah $= \frac{376}{384} \times 100\% = 97,91\%$ (dapat dikategorikan bahwa Biaya sambungan baru) yang didistribusikan oleh SPAM Trans Subur.

b) Tarif

Tarif yaitu biaya yang dikeluarkan pelanggan tiap bulannya untuk mendapatkan pelayanan air minum.

Tabel 5.74 Hasil jawaban responden pelanggan berdasarkan tarif

Pilihan jawaban	Skor jawaban	Jumlah responden	jumlah
A	1	0	0
B	2	1	2
C	3	4	12
D	4	91	264
Total		96	278

$X = \text{Skor Tertinggi likert} \times \text{jumlah responden} = 4 \times 96 = 384$
 $Y = \text{Skor Terendah likert} \times \text{jumlah responden} = 1 \times 96 = 96$

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa pelanggan yang menjadi responden berdasarkan Tarif adalah 278. Skor tertinggi 384 dan terendah adalah 96. Presentase penilaian sikap dengan skala likert untuk indikator diatas adalah $= \frac{278}{384} \times 100\% = 72,39\%$ (dapat dikategorikan bahwa Tarif) yang didistribusikan oleh SPAM Trans Subur.

Tabel 5.75 Rekapitulasi penilaian sikap untuk kuesioner responden pelanggan

Kriteria	Atribut	Total	Presentase	Kategori
Kualitas Air Minum	Suhu	260	67,70%	puas
	Rasa	371	96,61%	Sangat puas
	Kekeruhan	498	91,54%	Sangat puas
	Bau	290	75,52%	puas
	Warna	304	79,16%	puas
Pelayanan Kepuasan Pelanggan	Respons terhadap pelanggan	283	73,69%	puas
	Pelayanan petugas	305	79,42%	puas
	Jam operasional	192	50%	puas
	Tekanan debit aliran	207	53,90%	puas
	Infomasi baik	223	58,07%	puas
Ekonomi	Proses pemasangan sambungan baru	347	90,36%	Sangat puas
	Harga pemasangan baru	376	97,91%	Sangat puas
	tarif	278	72,39%	puas
Rata rata Presentase 98,71% Sangat Puas				

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa rata-rata presentase yaitu 98,71% . Jika dilihat pada skala likert, maka diketahui bahwa rentang kepuasan berada pada tingkat "Sangat Puas" dengan kriteria kualitas air minum, kuantitas air minum, kontinuitas air minum, dan pelayanan terhadap pelanggan.

VI. KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Berdasarkan analisis perhitungan yang telah dilakukan, maka hal-hal yang dapat disimpulkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Dari hasil uji validitas dan reliabilitas tingkat kepuasan pelanggan, semua variabel tingkat kepuasan pelanggan valid dan reliabel. Atas faktor – faktor yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan terhadap distribusi pelayanan air minum tersebut Faktor kualitas air minum yang meliputi suhu, rasa, kekeruhan, bau, dan warna
 - a. Faktor respon terhadap keluhan
 - b. Faktor ketersediaan air minum
 - c. Faktor pelayanan petugas
 - d. Faktor debit aliran air
 - e. Faktor kemudahan mendapatkan informasi
 - f. Faktor proses pemasangan sambungan baru

- g. Faktor harga pemasangan sambungan baru
- h. Faktor tarif air minum
- b. Berdasarkan Analisa tentang perhitungan dengan skala likert diketahui tingkat kepuasan pelanggan rata-rata presentase yaitu 98,71% Jika dilihat pada skala likert, maka diketahui bahwa rentang kepuasan berada pada tingkat "sangat puas" dengan kriteria kualitas air minum, kuantitas air minum, kontinuitas air minum, dan pelayanan terhadap pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Al – Layla, 1980, *Water Supply Engineering Design*, Ann Arbor Science. Damanhuri, Enri, 1989, *Pendekatan Sistem Dalam Pengendalian dan Pengoperasian Sistem Jaringan Distribusi Air Minum*, Bandung, Jurusan Teknik Lingkungan FTSP-ITB.
- Ibnu, Heriyanti, Ir.dkk, 1997, *Rekayasa Lingkungan*, Jakarta, Universitas Gunadarma JICA, 1978, *Design Criteria For Waterworks and Facilities*, Japan Water Works Assosiation.
- Kanth Rao, Kamala, 1999, *Environmental Engineering : Water Supply sanitaryEngineering and Pollution*, McGraw Hill publishing Company Ltd
- Keputusan menteri kesehatan republic Indonesia Nomor 416/Menkes/PER/IX/1990 Syarat syarat dan pengawasan kualitas air
- Kodoatie, Robert, Ph.D, 2003, *Manajemen dan Rekayasa Infrastruktur*, Yogyakarta, Pustaka Pelajar.