

PENGARUH *CUSTOMER SERVICE* DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

(Studi Pada Pelanggan Perumda Tugu Tirta Jalan Sawojajar B2A Kota Malang)

Ilham Pratista Oksa Yudana, Siti Saroh, Dadang Krisdianto

Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam
Malang, Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia

LPPM Universitas Islam Malang Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
Oksapratist@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Customer Service* dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan Perumda Tugu Tirta Jalan Sawojajar B2A Kota Malang) Jenis Penelitian ini adalah Kuantitatif. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan Metode Purposive Sampling yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan dan kriteria-kriteria tertentu. Data yang digunakan adalah data yang diperoleh melalui pengisian kuesioner oleh responden. Jumlah sampel sebanyak 100 responden serta menggunakan metode analisis regresi linier berganda. Pengolahan data menggunakan program SPSS 23 for Windows.

Kata Kunci : *Customer Service, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan*

ABSTRACT

This study aims to determine the effect *Customer Service* and Service Quality on Customer Satisfaction (Case study on Customer of Perumda Tugu Tirta B2-A Sawojajar Street Malang City). This type of research is quantitative. The sampling method in this study using the Purposive Sampling Method, namely the technique of determining the sample with certain considerations and criteria. The data used are data obtained through filling out questionnaires by respondents. The number of samples as many as 100 respondents and using multiple linear regression analysis method. Data processing using SPSS23 for Windows program.

Keywords : *Customer Service, Service Quality, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Air memiliki peran yang sangat penting bagi kehidupan kita sehari-hari. Tersedianya air yang memadai akan mendorong perkembangan sektor pembangunan di masyarakat, sebab apabila terjadi krisis air di suatu daerah akan mengganggu proses pembangunan dan jauh dari kemakmuran dan kesejahteraan masyarakat. **UUD 45 Pasal 33** disebutkan antara lain bahwa bumi, air dan kekayaan alam yang terkandung didalamnya dikuasai oleh negara untuk digunakan sebesar-besarnya bagi kemakmuran rakyat.

Pasal ini menunjukkan begitu pentingnya penguasaan air oleh negara sehingga landasan filosofis untuk menentukan bagaimana pengelolaan sumber daya alam, termasuk sumber daya air, dalam kehidupan sehari-hari untuk dimanfaatkan

secara maksimal oleh rakyat. Penyediaan sebagian besar kebutuhan air bersih di Indonesia dilakukan oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM), yang terdapat di setiap Provinsi, Kabupaten, dan Kota di seluruh Indonesia. PDAM merupakan perusahaan daerah sebagai sarana penyediaan air bersih yang diawasi dan dimonitor oleh badan eksekutif maupun legislatif.

Pelanggan PDAM umumnya mengharapkan pelayanan yang baik serta mendapat kepuasan. Kenyataannya kepuasan pelanggan masih belum dapat oleh pelanggan Perumda Tugu tirta Kota Malang seperti contoh berita yang di hari kemarin sempat menggegerkan pelanggan.

Pengaruh *Customer service* sangat lah penting, *Customer Service* berperan untuk

melayani kebutuhan dan memberikan kepuasan kepada pelanggan yang biasanya meliputi menjawab pertanyaan-pertanyaan atau memberikan informasi, dan penanganan keluhan-keluhan yang berhubungan dengan produk dan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan yang bersangkutan.

Keberadaan *customer service* sangat penting didalam sebuah organisasi atau perusahaan, dimana faktor-faktor penting dari keberadaan customer service itu yaitu: produk atau jasa sangat perlu untuk diinformasikan atau disosialisasikan kepada masyarakat (Kasmir,2015). Mengatur dan melaksanakan kegiatan pelayanan sebagai upaya untuk memberikan informasi mengenai jasa dan membangun image perusahaan, membina hubungan baik secara internal maupun eksternal, menindaki lanjutu keinginan dan kebutuhan pelanggan serta melayani keluhan-keluhan yang timbul, Demikian pula dengan *customer service* pada Perumda Tugu Tirta Kota Malang.

Masalah umum *Customer Service* dan cara mengatasinya perlu diketahui dengan sebaik mungkin, sebelum menduduki posisi sebagai layanan publik atau customer service. Keluhan dari pelanggan pastinya mampu mengidentifikasi hal yang negatif, alasan inilah yang membuat pelanggan merasa tidak puas terhadap pelayanan atau produk tertentu. Secara penuh keluhan pelanggan memang tidak bisa dihindari, ada saja hal yang dirasa kurang oleh pihak pelanggan.

Sebagai pemilik usaha harus bersiap diri menghadapi setiap keluhan yang diberikan oleh pelanggan. Komplain dari para pelanggan tersebut memang tidak selalu memberikan dampak yang negatif. Akan tetapi, hal ini justru dapat menjadikan perusahaan supaya lebih bisa memperbaiki diri. Agar setiap keluhan dari para pelanggan dapat tersampaikan ke perusahaan, maka suatu instansi atau perusahaan membutuhkan pengaruh penting dari *Customer Service*.

Perumda Tugu Tirta Kota Malang telah berusaha memberikan pelayanan demi mendapatkan kepuasan pelanggan, Banyak cara yang dapat dilakukan oleh perusahaan dalam rangka meningkatkan kualitas pelayanan demi mendapatkan kepuasan pelanggan, misalnya dengan pengaruh customer service yang sangat penting dalam memberikan pelayanan yang optimal, meningkatkan promosi penjualan, dan mengembangkan pelayanan yang sesuai dengan keinginan dan kebutuhan pelanggan atau dengan cara lainnya.

Kualitas pelayanan menjadi suatu yang wajib dilakukan perusahaan agar mampu bertahan

dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Pelayanan dalam hal ini diartikan sebagai jasa yang disampaikan oleh pemilik jasa yang berupa kemudahan, kecepatan, hubungan, kemampuan dan keramah tamahan yang ditujukan melalui sikap dan sifat dalam memberikan pelayanan untuk kepuasan pelanggan.

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas dan dengan melihat pentingnya pengaruh customer service dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, Maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian ini dengan mengambil judul “PENGARUH CUSTOMER SERVICE DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA PELANGGAN PERUMDA TUGU TIRTA DI JALAN SAWOJAJAR B2-A KOTA MALANG)”.

Alasan peneliti memilih PDAM sebagai lokasi penelitian adalah, karena PDAM merupakan perusahaan Air bersih yang menyediakan sebagian besar kebutuhan air bersih bagi masyarakat. Peneliti ingin mengetahui pengaruh Customer Service dan Kualitas Pelayanan PDAM kota Malang terhadap Kepuasan Pelanggan dan memberikan masukan yang berguna untuk pengembangan PDAM sebagai perusahaan air bersih utama di masyarakat.

Berdasarkan latar belakang dari penulisan penelitian ini, penulis dapat mengidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Apakah Customer service berpengaruh terhadap meningkatkan kepuasan pelanggan Perumda Tugu Tirta Kota Malang?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Perumda Tugu Tirta Kota Malang?
3. Apakah Customer service dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Perumda Tugu Tirta Kota Malang.

TINJUAN PUSTAKA

Customer Service

Customer service adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan atau ditujukam untuk memberikan kepuasan kepada nasabah, melalui pelayanan yang dapat memenuhi kegiatan dan kebutuhan nasabah (Kasmir SE.MM, 2008: 180)

Berdasarkan pernyataan para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa *Customer Service* sangatlah berperan penting dalam perusahaan demi mendapatkan kepuasan pelanggan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dan Armstrong (2012:681) kualitas pelayanan merupakan keseluruhan dari keistimewaan dan karakteristik dari suatu produk atau jasa yang menunjang kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan secara langsung maupun tidak langsung.

Kualitas pelayanan adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas pelayanan yang telah mereka terima. Kualitas Pelayanan dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas pelayanan yang benar benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang telah mereka harapkan (Lupiyoadi,2011:26).

Berdasarkan pernyataan para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kualitas layanan pada dasarnya berpusat pada usaha pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan dari pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Menurut Tjiptono (2004:146) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian/diskonfirmasi yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakaiannya.

Menurut (Kotler:2002) kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Tapi, jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas dan senang.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah respon atau evaluasi dari pengalaman mengkonsumsi suatu produk yang menimbulkan kepuasan dan ketidakpuasan dari kinerja produk tersebut. Apabila konsumen merasa puas maka harapan konsumen mengenai kinerja produk tersebut terpenuhi, dan konsumen biasanya akan memberitahukan pengalaman konsumsinya kepada orang lain.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode untuk menguji teori dengan cara meneliti hubungan antar variabel (Noor, 2011: 38). Metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang

berlandaskan pada filsafat positivisme, yang digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono,2019:6).

Penelitian ini termasuk penelitian deskriptif kuantitatif karena merupakan pengembangan konsep dan pengumpulan data untuk menguji tingkat Kualitas pelayanan dan kulaitas prouk terhadap keupasan pelanggan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM Kota Malang).

Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian di lakukan di Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Malang, Jl. Terusan Danau Sentani No.100, Madyopuro, Kec.Kedungkandang,Kota Malang, Jawa Timur. Objek penelitian ini adalah pelanggan PDAM Kota Malang.

Populasi dan Sampel

Populasi

Untuk mendapatkan data-data yang relevan dan valid maka diadakan penarikan sampel dari suatu populasi yang hendak diteliti. Menurut Margono (2010:118) populasi adalah seluruh data yang menjadi perhatian kita dalam suatu ruang lingkup dan waktu yang kita tentukan. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah pelanggan Perumda Tugu Tirta di jalan Sawojajar B2-A Kota Malang pada tahun 2023 dengan jumlah 120 pelanggan

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi terlalu besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi misalnya karena keterbatasan data, tenaga, dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel dari populasi tersebut, kesimpulan yang dipelajari dari sampel tersebut akan dapat diberlakukan untuk populasi (Margono, 2010:118).

Metode pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan metode purposive sampling. Purposive sampling menurut Sekaran (2013:276) adalah peneliti memperoleh informasi dari mereka yang paling siap dan memenuhi beberapa kriteria yang dibutuhkan sehingga dapat memberikan informasi yang diinginkan. Roscoe yang dikutip Sekaran (2013:276) memberikan acuan umum untuk menenirukan ukuran sampel:

1. Ukuran sampel lebih dari 30 dan kurang dari 500 adalah tepat untuk kebanyakan penelitian.
2. Jika sampel dipecah ke dalam subsampel (pria/wanita, junior/senior, dan sebagainya), ukuran sampel minimum 30 untuk tiap kategori adalah tepat.
3. Dalam penelitian multivariate (termasuk analisis regresi berganda), ukuran sampel sebaiknya 10 kali lebih besar dari jumlah variabel dalam penelitian.
4. Untuk penelitian eksperimental sederhana dengan kontrol eksperimen yang ketat, penelitian yang sukses adalah mungkin dengan ukuran sampel kecil antara 10 sampai dengan 20.

Oleh karena teknik sampling yang digunakan adalah purposive sampling, maka pada kuesioner peneliti menanyakan terlebih dahulu apakah responden adalah Pelanggan Perumda Tugu Tirta Kota Malang. Berdasarkan pada teori Roscoe tersebut lebih tepatnya mengacu pada teori Roscoe nomor satu, maka peneliti menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 orang responden, karena angka 100 sudah cukup untuk menjadi sampel penelitian ini dan telah memenuhi syarat jumlah teori sampel tersebut.

Sumber Data Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:456) Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2017:202) Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Data ini dapat diperoleh dari sumber buku, laporan, jurnal, website, blog dan sumber tertulis lainnya.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan digunakan dalam penelitian ini bersumber dari Wawancara dan Kuesioner. Tujuan penelitian lapangan ini adalah untuk memperoleh data yang akurat. Adapun data yang diperoleh dengan cara penelitian meliputi:

1) Wawancara

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang akan diteliti, dan apabila peneliti juga ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah dari responden tersebut sedikit (Sugiyono, 2017:194). Peneliti dalam melakukan wawancara yaitu kepada pelanggan PDAM Kota Malang. Melalui wawancara inilah peneliti menggali data, informasi, dan kerangka keterangan dari subyek penelitian. Teknik

wawancara yang dilakukan adalah wawancara bebas terpimpin, artinya pertanyaan yang dilontarkan tidak terpaku pada pedoman wawancara dan dapat diperdalam maupun dikembangkan sesuai dengan situasi.

2) Kuesioner

Menurut Sekaran (2006:82) Kuesioner adalah daftar pertanyaan tertulis yang telah dibuat sebelumnya yang akan dijawab oleh responden, dan biasanya dalam alterantif yang didefinisikan dengan jelas.

Kuesioner penelitian ini berisi tentang pertanyaan mengenai indikator-indikator dari variabel yang terdapat dalam penelitian ini meliputi:

1. Indikator kepuasan pelanggan: kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, faktor emosional, kemudahan.
2. Indikator kualitas pelayanan: berwujud, keandalan, ketanggapan, jaminan dan kepastian, empati.
3. Indikator *Customer Service* : *Average Issue Count, First Contact Resolution, First Response Time, Customer Satisfaction Score, Customer Effort Rate.*

3) Dokumen File

Menurut Rachmad Hakim S. (2012) File merupakan dokumen yang mengandung informasi tertentu dan dapat di buka melalui program. Peneliti mengambil dokumen file melalui salah satu pegawai Tugu Tirta Kota Malang.

Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian adalah alat atau fasilitas yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data agar pekerjaannya lebih mudah dan hasilnya lebih baik, lebih cermat, lengkap, dan sistematis sehingga lebih mudah diolah (Arikunto, 2010: 203).

Menurut (Sugiyono, 2019:145) Skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval yang ada didalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut apabila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Penelitian ini menggunakan Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomenal sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian (Sugiyono, 2019:146).

Uji Instrumen

Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2016:126) Validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti untuk mencari validitas

sebuah item, kita mengkorelasikan skor item dengan total item-item tersebut.

Setelah diketahui nilai r hitung, maka selanjutnya adalah membandingkan, jika r hitung $\geq r$ tabel maka instrument tersebut dinyatakan valid dan Jika koefisien korelasi $r \geq 0,05$ maka item tersebut dinyatakan valid.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2012 : 177).

Menurut Arikunto (2006:145) suatu alat ukur dinyatakan reliabel apabila nilai r_{xy} mencapai $\geq 0,6$. Setelah melakukan pengujian data dapat diketahui apakah data tersebut valid dan reliabel sehingga proses analisis data bisa dilanjutkan.

Teknik Analisis Data

Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal (Ghozali, 2018:161). Cara yang digunakan dalam uji normalitas ini dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov dengan membuat hipotesis (H_0) untuk data berdistribusi normal dan (H_a) untuk data berdistribusi tidak normal. Data dikatakan memenuhi asumsi normal apabila nilai signifikasinya lebih besar dari 0,05.

Analisis Linier Berganda

Analisis Regresi Linier Berganda adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui beberapa pengaruh dari perubahan dari suatu variabel bebas terhadap variabel terikat (Sugiyono, 2004:224) Variabel yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah dua atau lebih terhadap variabel terikat, maka analisis yang di gunakan adalah analisis linier berganda.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (t)

Uji parsial ini digunakan untuk mengetahui sberapa jauh pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y). hasil perhitungan uji parsial menggunakan aplikasi SPSS dengan syarat thitung > ttabel maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis penelitian diterima atau terdapat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen.

Uji Simultan (F)

Uji F pada dasarnya dilakukan untuk mengetahui signifikan hubungan antara semua variabel bebas dan variabel terikat, apakah variabel bebas secara bersama-sama (simultan) mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat. Uji ini digunakan untuk mengetahui signifikansi pengaruh Customer Service, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan secara simultan.

Pembahasan Penelitian

Instrumen Penelitian

Uji Instrumen

Uji Validitas

Variabel	Item Variabel	Kofisien Kolerasi	R tabel	Keterangan
<i>Customer Service</i> (X1)	X1.1	0,773	0,194	Valid
	X1.2	0,577	0,194	Valid
	X1.3	0,566	0,194	Valid
	X1.4	0,702	0,194	Valid
	X1.5	0,550	0,194	Valid
Variabel	Item Variabel	Koefisien Korelasi	R tabel	Keterangan
<i>Kualitas Pelayanan</i> (X2)	X2.1	0,612	0,194	Valid
	X2.2	0,656	0,194	Valid
	X2.3	0,639	0,194	Valid
	X2.4	0,648	0,194	Valid
	X2.5	0,556	0,194	Valid
<i>Kepuasan Pelanggan</i> (Y)	Y1	0,474	0,194	Valid
	Y2	0,502	0,194	Valid
	Y3	0,572	0,194	Valid
	Y4	0,472	0,194	Valid
	Y5	0,545	0,194	Valid

Berdasarkan hasil uji validitas penelitian ini terdapat 3 variabel yaitu Customer service (X1), Kualitas Pelayanan (X2), Kepuasan Pelanggan (Y). Diketahui terdapat 5 indikator didalam masing-masing variabel. Penelitian ini terdapat 100 responden. Diketahui bahwa masing – masing item pertanyaan dinyatakan valid karena masing – masing memiliki r hitung yang lebih besar dari pada r tabel. Item bisa dikatakan valid apabila r hitung > r tabel. Nilai r tabel diperoleh dari tabel distribusi nilai dengan taraf signifikan sebesar 5% atau 0,05 dengan (N)= 100 sebesar 0,194.

Uji Reliabilitas

No	Variabel	Cronboach Alpha	Keterangan
1	Customer Service (X1)	0,615	Reliabel
2	Kualitas Pelayanan (X2)	0,615	Reliabel
3	Kepuasan Pelanggan (Y)	0,299	Reliabel

Berdasarkan hasil uji reliabilitas diatas pada tabel diatas menjelaskan bahwa semua hasil dari nilai variabel X1, X2 dan Y adalah reliabel, dimana untuk masing-masing variabel memiliki nilai Cronboach Alpha > 0,60, yang artinya semua variabel ini reliabel.

Hasil Analisis Data

Uji Normalitas

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.19044933
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.056
	Negative	-.095
Test Statistic		.095
Exact Sig. (2-tailed)		.307
Point Probability		.000
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

Analisis Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.777	2.846		4.841	.000
	Customer Service	.285	.097	.283	2.957	.004
	Kualitas Pelayanan	.222	.077	.276	2.893	.005

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Berdasarkan data tersebut nilai konstanta (a) sebesar (13,777), nilai (b) Customer Service sebesar 0,285, nilai (b) Kualitas Pelayanan sebesar 0,222 Sehingga dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = \alpha + b1x1 + b2x2$$

$$Y = (13,777) + 0,285x1 + 0,222x2$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut, dapat diuraikan sebagai berikut:

- a. Diketahui nilai konstanta sebesar 13,777 yang berarti jika variabel Customer Service dan Kualitas Pelayanan tidak ada atau nol, maka nilai kepuasan pelanggan sebesar 13,777
- b. Koefisien regresi (B1) menunjukkan bahwa nilai variabel Customer Service (X1) adalah 0,285 menyatakan setiap penambahan 1% variabel Customer Service (X1), maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,285%.
- c. Koefisien regresi (B2) menunjukkan bahwa nilai variabel Kualitas Pelayanan (X2) adalah 0,222 menyatakan setiap penambahan 1% variabel Kualitas Pelayanan (X2), maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0,222%.

Uji Hipotesis

Uji Parsial (t)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.777	2.846		4.841	.000
	Customer Service	.285	.097	.283	2.957	.004
	Kualitas Pelayanan	.222	.077	.276	2.893	.005

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

1. Variabel Customer Service (X1)

Berdasarkan uji t variabel Customer Service (X1) diperoleh nilai t hitung sebesar 2,957, lebih besar dari t tabel yaitu 1,985 (2,957>1,985) dengan tingkat signifikansi 0,004 yang berarti nilai tersebut lebih kecil dari nilai signifikansi yang digunakan yaitu 0,05 (0,004<0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis pertama diterima, artinya Customer Service berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

2. Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Berdasarkan uji t variabel Kualitas Pelayanan (X2) diperoleh nilai 2,893, lebih besar dari t tabel yaitu 1,985 (2,893>1,985) dengan tingkat signifikansi 0,005 yang berarti lebih kecil dari nilai signifikansi yang digunakan yaitu 0,05 (0,005<0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis kedua diterima, artinya Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Uji Simultan (F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	44.998	2	22.499	12.630	.000 ^b
	Residual	172.792	97	1.781		
	Total	217.790	99			

a. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, CUSTOMER SERVICE

Berdasarkan tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai f hitung adalah $12,630 > f$ tabel $2,70$ dengan taraf signifikansi $0,00 < 0,05$. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima artinya Customer Service dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

Uji Kofisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.455 ^a	.207	.190	1.335

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PELAYANAN, CUSTOMER SERVICE

b. Dependent Variable: KEPUASAN PELANGGAN

Berdasarkan output diatas diketahui nilai R Square atau koefisien korelasi Customer Service (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) secara bersamaan adalah sebesar $0,207$. Maka dapat disimpulkan bahwa Customer Service (X1), Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh secara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar $20,7\%$ dan $79,3\%$ sisanya dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan pada penelitian ini.

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan terkait variable Customer Service dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dapat disimpulkan sebagai berikut :

1. Secara parsial Customer Service berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai t hitung $2,957 > t$ tabel $1,985$ dengan nilai signifikan $0,004 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak H_a diterima sehingga secara parsial Customer Service berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan terbukti kebenarannya.

2. Secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil pengujian hipotesis menunjukkan bahwa nilai t hitung $2,893 > t$ tabel $1,985$ dengan nilai signifikan $0,005 < 0,05$ yang artinya H_0 ditolak H_a diterima sehingga secara parsial Kualitas Pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan terbukti kebenarannya.

3. Secara simultan, Customer service dan Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai f hitung adalah $12,630 > f$ tabel $2,70$ dengan taraf signifikansi adalah $0,00 < 0,05$. Berdasarkan hal tersebut dapat disimpulkan H_0 ditolak yang artinya Customer Service dan

Kualitas Pelayanan secara signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, peneliti memberikan beberapa saran kepada pihak yang terkait:

1. Saran bagi Perusahaan
Perumda Tugu Tirta Kota Malang sebagai perusahaan air bersih yang menyediakan kebutuhan air bersih bagi masyarakat harus tetap mempertahankan kualitas yang sudah dipercaya pada masyarakat dengan lebih memberikan pelayanan yang baik lagi dalam hal kebutuhan pelanggan, pengadaan alat yang harus diperbarui dan meningkatkan layanan dalam hal mempermudah pelanggan mengakses informasi yang pelanggan butuhkan.

2. Saran Bagi Peneliti
Bagi peneliti selanjutnya agar meneliti menggunakan variable yang tidak disebutkan dalam penelitian ini seperti variable harga, produk, minat beli, tempat dan promosi dimana variable tersebut juga mempengaruhi dari kepuasan pelanggan. Peneliti juga dapat menggunakan kepuasan pegawai dalam melakukan penelitian selanjutnya untuk digunakan dalam variable terikat.

Daftar Pustaka

- Abubakar, Rusydi. 2017. Manajemen Pemasaran. Sayed Mahdi, ALFABETA, Bandung
- Arikunto, S. (2013). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta: PT. Asdi Mahasatya.
- Dian Nita. 28 Mei 2023 . Malang, Kompas.tv Viral Warga Mandi di Kantor PDAM Kota Malang, Protes Aliran Air di Rumahnya Mati 3 Hari.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 . Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hendro Yuwono, Syamswana Yuwana. 2017. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Keragaman Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Toko King Di Malang". Jurnal Ekonomi Manajemen. Vol.2, No.2, Hal.351-366.
- Irawan, H. (2009). 10 Prinsip Kepuasan Pelanggan . Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Kasmir, SE. 2008. Manajemen Perbankan. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.

Kasmir. 2004. Bank & Lembaga Keuangan Lainnya. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada

Kasmir. 2015. Analisis Laporan Keuangan. Edisi Satu. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.

Kotler , P. (2002). Manajemen Pemasaran. Jakarta: Prenhalindo.

Kotler , P. (2012). Manajemen Pemasaran Jilid 1. Jakarta: Erlangga.

Lupiyoadi, & Hamdani. (2001). Manajemen Pemasaran Jasa . Jakarta: Salemba Empat.

Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2009). Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat.

Margono, 2004, Metodologi Penelitian Pendidikan, Jakarta :Rineka Cipta

Noor, J. (2011). Metodologi Penelitian : Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmiah . Jakarta: Kencana.

Riadi & Edi, (2016). Statistika Penelitian (Analisis Manual dan IBM SPSS) Edisi 1. Yogyakarta: ANDI. Hasan, I. (2009). Analisis Data Penelitian Dengan Statistik . Jakarta: Bumi Aksara.

Rangkuti (2013) Customer Service Satisfaction & Call Center (Berdasarkan ISO 9001) .Mengukur Pelayanan Jasa Plus Studi Kasus PT. Asuransi Jiwa Manulife Indonesia.

Sanusi, A. (2011). Metode Penelitian Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.

Sekaran, U. (2006). Metode Penelitian Untuk Bisnis . Jakarta: Salemba Empat.

Sugiyono. (2004). Metode Penelitian. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2008). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2009). Metode Penelitian Kuantitatif, Kuantitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D . Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2012). Memahami Penelitian Kuantitatif. Bandung: Alfabeta .

Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung.

Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D . Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D . Bandung: Alfabeta.

Sumarwan, U. (2015). Pemasaran Strategik: Perspektif Perilaku Konsumen dan Marketing Plan . Jakarta: Ghalia Indonesia.

Tjiptono, F. (2004). Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: Andi.

Tjiptono, F. (2008). Strategi Pemasaran Edisi III. Yogyakarta: Andi Offset.

Tjiptono, F. (2012). Strategi Pemasaran. Yogyakarta: Andi Offset

Tjiptono, F (2014). Pemasaran Jasa-Prinsip, Penerapan, dan Penelitian.