

Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lingkungan Kerja Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Muara Teweh Kabupaten Barito Utara

Sumiati¹, H. M. Nor Rasyidi², Hereyanto²

1. Mahasiswa Magister Ilmu Administrasi Bisnis, Fisip ULM Banjarmasin

2. Dosen Magister Ilmu Administrasi Bisnis, Fisip ULM Banjarmasin

Jl. Brigjen H. Hasan Basry Banjarmasin 70123

Telp./Fax (0511) 3304595, 3304968, sumiati.ic@gmail.com

ABSTRACT

This study aimed to examine the effect of Quality Service (X1) and the Physical Environment (X2) of the Customer Satisfaction (Y) on taps Muara Teweh North Barito regency

Samples taken as many as 65 customers selected by accidental sampling technique. Collecting data using questionnaires, while data analysis using SPSS.

The test results prove the Quality Service (X1) a significant effect on customer satisfaction (Y) partially with great influence 60.7% and the Physical Environment (X2) not significant effect on customer satisfaction (Y) partially with great effect 8.7 %, while simultaneously Quality Service (X1) and the Physical Environment (X2) significantly affects customer satisfaction (Y) with the influence of 34.9% while the remaining 65.1% is influenced by other variables.

Keywords: Quality Service, Physical Environment, Customer Satisfaction.

1. Latar Belakang

Air merupakan suatu kebutuhan yang begitu penting terhadap kehidupan makhluk hidup. Keberlangsungan makhluk hidup yang ada di bumi tergantung dengan ketersediaan air. Air bersih ialah suatu komponen utama pada aktivitas manusia, baik dalam air minum, kebutuhan rumah tangga bahkan aktivitas pendukung pada kehidupan lainnya. Dapat disimpulkan dalam kepentingan manusia serta kepentingan komersil lainnya, ketersediaan air dari segi kualitas serta kuantitas mutlak diperlukan.

PDAM kota Muara Teweh ialah satu-satunya perusahaan air minum yang menyalurkan air bersih kepada masyarakat kota Muara Teweh. Sehingga PDAM kota Muara Teweh dituntut agar memberikan pelayanan yang lebih baik dalam bentuk penyediaan air bersih.

Menurut evaluasi BPPSPAM (Badan Pendukung Pengembangan Sistem Penyediaan Air Minum), PDAM kota Muara Teweh dikategorikan sebagai PDAM sehat. Penilaian tersebut seperti aspek keuangan, aspek operasional, aspek pelayanan serta aspek sumber daya manusia. Tetapi pada nyatanya, masih sering terlihat keluhan para pelanggan sert berita terkait PDAM kota Muara Teweh baik pada media cetak serta elektronik bahkan

online. Sedangkan menurut Persatuan Perusahaan Air Minum Seluruh Indonesia (PERPAMSI) tahun 2009, pada struktur masalah kinerja teknis PDAM meliputi (1) Debit sumber tidak mencukupi (2) Sumber air baku; (3) Kebocoran fisik jaringan perpipaan; (4) Kualitas air baku buruk (5) Pencurian/illegal connection;; (6) Infrastruktur minim

Pelayanan merupakan tindakan/perbuatan yang dapat diberikan suatu pihak kepada pihak lain, yang pada hakekatnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) serta tidak menghasilkan sesuatu. Dengan demikian pelayanan merupakan perilaku nasabah dalam rangka memenuhi kebutuhan serta keinginan nasabah demi tercapainya kepuasan pada nasabah itu sendiri sehingga akan mempengaruhi keputusan nasabah.

Selain kualitas pelayanan yang bagus disisi lain lingkungan fisik merupakan bagian yang penting dalam perusahaan. Meskipun lingkungan fisik tidak melakukan proses produksi pada suatu perusahaan, tetapi lingkungan fisik mempunyai pengaruh langsung terhadap para pelanggan yang datang pada saat melakukan hal yang berhubungan dengan PDAM tersebut. Lingkungan fisik merupakan salah satu unsur yang seharusnya didaya gunakan pada organisasi dalam

menimbulkan rasa nyaman, rasa tenang, serta dapat meningkatkan suatu hasil kerja yang lebih baik dalam meningkatkan kinerja suatu organisasi tersebut (Sihombing, 2004). Sedangkan menurut Nawawi (2001) mendefinisikan Lingkungan kerja fisik ialah segala sesuatu yang terdapat di sekitar karyawan yang dapat berdampak pada dirinya guna menjalankan tugas-tugas yang telah dibebankan, misalnya kebersihan, penerangan, ruang gerak, suhu udara, keamanan, musik dan sebagainya.

Lingkungan fisik merupakan sesuatu yang terdapat disekitar pekerja yang meliputi warna, udara, cahaya, suara serta musik yang akan berdampak pada dirinya untuk menjalankan setiap tugas-tugas yang telah dibebankan (Moekijat, 1995). Sedangkan menurut Gie (2000) lingkungan fisik adalah segenap faktor fisik yang telah bersama-sama dengan suatu suasana fisik yang seperti suatu tempat kerja.

Harapannya bahwa pada perusahaan dapat membangun lingkungan fisik yang sangat menyenangkan sehingga karyawan dalam bekerja pada instansi/perusahaan akan mencintai pekerjaannya serta merasa senang melakukan pekerjaannya yang dapat menghasilkan tingkat optimal dalam bekerja. Lingkungan fisik yang sangat menyenangkan serta rekan kerja yang kooperatif dan pimpinan memperhatikan setiap keluhan kesah karyawannya berdasarkan kebijaksanaan yang akan berdampak terhadap kerja serta karier bahkan kompensasi yang sangat adil ialah dambaan bagi setiap karyawan hingga karyawan bekerja sangat semangat, memiliki komitmen yang begitu tinggi, dan pada akhirnya akan meningkatkan produktivitas kerja

Pada PDAM Muara teweh selalu meupayakan agar para pelanggan selalu merasa puas, diaman PDAM Muara Teweh ini dapat memberikan saran, pendapat, dan keluhan mereka sehingga pelanggan dengan mudah mengakses dan karyawan cepat tanggap dalam menyelesaikan masalah hal itu di tunjukan dengan bangganya para pelanggan menggunakan PDAM Muara teweh dan dalam pembayaran selalu tepat waktu, meski tetap ada terlambat membayar akan tetapi hal tersebut sangat lah jarang di temukan pada wilayah Muara Teweh ini. Loyalnya pelanggan terhadap PDAM muara teweh ini sangat membantu seperti adanya bauran para

pelanggan PDAM kepada masyarakat yang belum menggunakan PDAM agar menggunakan jasa PDAM. Di sisi lain PDAM juga selalu melakukan survey terhadap kepuasan pelanggan sehingga dapat memperoleh tanggapan atau umpan balik baik secara langsung kepada pelanggan dan sekaligus memberikan tanda positif bahwa PDAM Muara Teweh ini perhatian terhadap para pelanggan Kantor PDAM Muara Teweh.

Anderson et al.(1994) mendefinisikan bahwa jika pelanggan puas akan barang/kualitas layanan yang telah diberikan, maka nantinya menimbulkan kesetiaan pelanggan hingga minat beli pelanggan meningkat serta dapat membuat pelanggan loyal akan produk perusahaan. Namun jika penurunan jumlah pelanggan terjadi maka kemungkinan akan terjadi beralihnya pelanggan pada perusahaan pesaing yang disebabkan oleh ketidakpuasan pelanggan. Menurut Anderson, Fornell dan Lechman (1994) apabila pelanggan merasa puas terhadap barang/pelayanan yang telah diberikan, maka nantinya akan menimbulkan peningkatan pada kesetiaan pelanggan.

Berdasarkan dari permasalahan serta keluhan pelanggan yang ada oleh ketidakpuasan maka dibutuhkan pengukuran setiap tingkat kepuasan pelanggan dan faktor yang mempengaruhi setiap kepuasan pelanggan PDAM kota Muara Teweh yang dilihat dari aspek teknis yang mengacu kepada aspek operasional keputusan MENDAGRI No 47 tahun 1999 tentang pedoman penilaian kinerja perusahaan daerah air minum (PDAM) dan struktur masalah kinerja teknis PDAM yang telah dikeluarkan oleh PERPAMSI tahun 2009 yang meliputi: (1) kualitas air distribusi; (2) kecepatan pemasangan instalasi sambungan baru; (3) kontinuitas air; dan (4) meter air; serta (5) pengaduan mengenai perpipaian. Adapun data karyawan PDAM Muara Teweh Kabupaten Barito Utara seperti tabel berikut. Tabel 1.1 Data pegawai tidak tetap PDAM Muara Teweh Kabupaten Barito Utara Per Desember 2015

NO	PENDIDIKAN	JENIS KELAMIN				JUMLAH
		LAKI-LAKI		PEREMPUAN		
		TEKHNIK	ADMIN	TEKHNIK	ADMIN	
1	S.1	0	0	0	0	0
2	D.3	0	0	0	1	1
3	SMA	24	0	0	6	30
4	SMP	0	0	4	0	4
5	SD	1	0	0	0	1
JUMLAH		25	0	4	7	36

Sumber: PDAM Muara Teweh Kabupaten Barito Utara

Berdasarkan table 1.1 di jelaskan bahwa pada per Desember tahun 2015 jumlah pegawai tidak tetap PDAM Muara Teweh sebanyak 36 orang yang terdiri dari pendidikan D3 1 orang, pendidikan SMA 30 orang, pendidikan SMP 4 orang, pendidikan SD 1 orang. Sehingga jumlah pegawai tidak tetap pada kantor PDAM Muara Teweh ini lebih banyak menduduki posisi bagian teknik. Adapun data pegawai tetap dan tidak tetap pada PDAM Muara Teweh sebagai berikut

Tabel 1.2 Data pegawai tetap PDAM Muara Teweh Kabupaten Barito Utara Per Desember 2015

NO	PENDIDIKAN	JENIS KELAMIN				JUMLAH
		LAKI-LAKI		PEREMPUAN		
		TEKNIK	ADMIN	TEKNIK	ADMINI	
1	S.1	13	0	0	2	15
2	D.3	0	0	0	0	0
3	SMA	10	10	0	10	30
4	SMP	2	0	0	0	2
5	SD	1	0	0	0	1
JUMLAH		26	10	0	12	48

Sumber: PDAM Muara Teweh Kabupaten Barito Utara

Berdasarkan table 1.2 di jelaskan bahwa pada per Desember tahun 2015 jumlah pegawai tetap PDAM Muara Teweh sebanyak 48 orang yang terdiri dari pendidikan S1 15 orang, pendidikan SMA 30 orang, pendidikan SMP 2 orang, Pendidikan SD 1 orang. Sehingga jumlah pegawai tetap pada kantor PDAM Muara Teweh ini yang pendidikannya tingga lebih banyak terletak di bagian kantor dari pada bagian lapangan.

Pelanggan yang tidak puas terhadap suatu produk/layanan yang telah diterima (membandingkan kualitas yang diinginkan berdasarkan dari informasi yang telah diterima sebelum pembelian), akan memberikan tanggapan berupa komplain/usulan agar perbaikan melalui lisan (telepon, kunjungan) ataupun tulisan (form yang disebar, surat, dsb.). Bagi suatu perusahaan yang terpenting adalah mempermudah proses komplain dan usulan tersebut hingga kepadanya dan dapat langsung ditindak lanjuti. Morgan dan Hunt (1994) mendefinisikan bahwa komunikasi yang terjadi antara pelanggan dengan representasi perusahaan mempercepat suatu proses pembentukan kepuasan pelanggan dengan cara mempertemukan harapan serta kenyataan. Meningkatnya kepentingan dalam komunikasi pada pemasaran ditunjukkan dalam kemampuannya sehingga membedakan pendekatan-pendekatan baru yang berasal dari tradisional. Setiap pendekatan menekankan

kepada komunikasi dua arah dengan teknik mendengarkan pelanggan serta membina hubungan yang interaktif (Duncan dan Moriarty,1998). Dimana setiap kesetiaan yang tinggi dari setiap konsumen serta diikuti pada minat beli suatu produk hingga akhirnya juga akan berdampak kepada peningkatan setiap penjualan perusahaan. Oleh sebab itu, dipandang perlu dalam melakukan kajian tentang bagaimana upaya yang akan dilakukan pihak Kantor PDAM Muara Teweh dalam mengarahkan konsumen sehingga mampu meningkatkan kepuasan di masa yang akan datang.

Mink dalam Hasanah (2008) mendefinisikan bahwa dalam individu yang mempunyai kinerja cenderung tinggi memiliki karakteristik, seperti diantaranya: (a) memiliki percaya diri (b) berorientasi pada prestasi, (c) berperngendalian diri, (d) kompetensi. Setiap karyawan harus selalu di tuntut untuk memiliki karakteristik tersebut agar nantinya hasil kinerja yang di peroleh semakin meningkat. Adapun pelanggan PDAM Muara Teweh kabupaten Barito Utara sebagai berikut

Tabel 1.2 Data jumlah Pelanggan PDAM Muara Teweh Kabupaten Barito Utara tahun 2011-2015

NO	TAHUN	JUMLAH PELANGGAN
1	2011	6,705
2	2012	6,705
3	2013	7,240
4	2014	7,686
5	2015	7,946

Sumber : PDAM Muara Teweh Kabupaten Barito Utara

Berdasarkan tabel 1.2 jumlah Pelanggan PDAM Muara Teweh sangat meningkat pertahunnya, pada tahun 2011-2012 jumlah pelanggan PDAM Muara Teweh hanya sebanyak 6.705 pelanggan di bandingkan pada tahun 2013 sebanyak 7.240 pelanggan dan pada tahun 2014 sebanyak 7.686 pelanggan sedangkan pada tahun 2015 sebanyak 7.946. Hal ini di sebabkan karena kualitas pelayanan yang lebih baik serta masyarakat sangat membutuhkan air PDAM. Selain itu, PDAM juga konsisten memberikan pelayanan yang prima kepada pelanggan dengan berbagai cara sehingga para pelanggan loyal terhadap PDAM Muara Teweh Kabupaten Barito Utara

Menurut keputusan Menteri Dalam Negeri nomor 47 tahun 1999 tentang pedoman penilaian kinerja suatu perusahaan daerah air minum, ada tiga macam aspek yang akan

menjadi indikator dari penilaian tingkat keberhasilan PDAM antara lain (1) aspek keuangan, (2) aspek operasional dan (3) aspek administrasi. Selain itu, dalam aspek operasional ialah (1) cakupan pelayanan; (2) kontinuitas air (3) kualitas air distribusi; (4) produktivitas pemanfaatan instalasi produksi; (5) peneraan meter air; (6) tingkat kehilangan air; (7) kecepatan penyambungan baru; (8) kemudahan pelayanan; (9) kemampuan penanganan pengaduan rata-rata per bulan; (10) rasio karyawan per 1000 pelanggan.

Bagi banyak orang salah satunya tujuan mereka bekerja adalah memperoleh hasil kerja. Kondisi kinerja akan tercapai bila dalam pekerjaan dapat menggerakkan motivasi yang kuat untuk mencapai kinerja yang lebih baik (masukin dalam Arif, 2010). Akan tetapi jika indikasi-indikasi dari tingkat kinerja yang rendah masih muncul maka hal tersebut akan jadi masalah

2. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang tersebut maka dapat ditarik rumusan masalah sebagai berikut :

1. Untuk menguji pengaruh signifikan secara parsial variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kantor PDAM Muara Teweh?
2. Untuk menguji pengaruh signifikan secara parsial Lingkungan Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kantor PDAM Muara Teweh?
3. Untuk menguji pengaruh signifikan secara simultan Kualitas Pelayanan dan Lingkungan Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan pada Kantor PDAM Muara Teweh ?

3. Tinjauan Pustaka Pemasaran

Pemasaran adalah salah satu kegiatan-kegiatan pokok dalam suatu perusahaan untuk mempertahankan hidup dan untuk mendapatkan laba/keuntungan. Kegiatan pemasaran dalam perusahaan harus dapat memberikan kepuasan kepada konsumen agar perusahaan tetap bias berkembang, atau konsumen mempunyai pandangan baik terhadap perusahaan tersebut. Pengertian pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2008:6),” merupakan proses di mana perusahaan menciptakan nilai bagi pelanggan dan membangun hubungan yang kuat dengan

pelanggan dengan tujuan untuk menangkap nilai dari pelanggan sebagai imbalannya”.

Definisi yang paling luas yang dapat menerangkan secara jelas artipentingnya pemasaran dikemukakan oleh Stanton, William J (2000:4) Pemasaran adalah suatu sistem keseluruhan dari kegiatan-kegiatan bisnis yang ditujukan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan barang dan jasa yang memuaskan kebutuhan baik kepada pembeli yang ada maupun pembeli potensial

Menurut Tjiptono,” Konsep pemasaran (marketing concept) berpandangan bahwa kunci untuk mewujudkan tujuan organisasi terletak pada kemampuan organisasi dalam menciptakan, memberikan dan mengkomunikasikan nilai pelanggan (customer value) kepada pasar sasarannya secara lebih efektif dibandingkan pada pesaing”. (2008:22) Tujuan akhir pemasaran adalah membantu organisasi mencapai tujuannya. Tujuan utama dalam perusahaan adalah mencari laba. Sedangkan tujuan lainnya adalah mendapatkan dana yang memadai untuk melakukan aktivitas-aktivitas sosial dan pelayanan publik.

Tiga unsur pokok konsep pemasaran menurut Basu Swastha & T. Hani Handoko (2000:6) adalah orientasi pada konsumen, penyusunan kegiatan pemasaran secara integral (integrated marketing) dan kepuasan konsumen (consumer satisfaction).

Seluruh kegiatan dalam suatu perusahaan yang menganut konsep pemasaran harus diarahkan untuk memenuhi tujuan tersebut. Penggunaan konsep pemasaran bagi sebuah perusahaan dapat menunjang keberhasilan bisnis yang dilakukan

Kualitas Pelayanan

Pelayanan adalah kegiatan yang tidak dapat diartikan secara tersendiri yang pada hakikatnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud), yang merupakan pemenuhan kebutuhan dan tidak dapat harus terikat pada penjualan setiap produk atau pelayanan lain. Kualitas pelayanan meliputi yang dikatakan oleh Parasuraman *et al.* (dalam Lupiyoadi, 2001:148) dapat didefinisikan yaitu: “Seberapa jauh terjadi perbedaan antara kenyataan dengan harapan konsumen atas pelayanan yang telah mereka terima atau peroleh”.

Wyckof (1990) seperti dikutip Tjiptono (2005) mendefinisikan kualitas pelayanan

sebagai “tingkat keunggulan yang diharapkan mengendalikan atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan”. Parasuraman (1988) mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai “refleksi persepsi evaluatif konsumen terhadap layanan yang diterima pada suatu waktu tertentu”. Berdasarkan dua definisi kualitas pelayanan di atas dapat diketahui bahwa terhadap dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu pelayanan yang diharapkan (*expected service*) konsumen dan pelayanan yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) oleh konsumen atau hasil yang dirasakan

Menurut Garvin yang dikutip Tjiptono (2012:143) menjelaskan ada terdapat lima perspektif tentang kualitas, salah satunya adalah kualitas dilihat pada tergantung seseorang yang menilainya, hingga produk yang lebih memuaskan preferensi seseorang merupakanlah produk yang berkualitas paling tinggi

Parasuraman (1988) menyatakan dimensi yang menjadi penentu kualitas pelayanan yaitu *Reliability* (Keandalan), *Responsiveness* (Daya tanggap), *Assurance* (Jaminan) dan *Tangible* (Bukti langsung). Banyak faktor yang akan selalu dipertimbangkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Upaya itu akan berdampak terhadap budaya organisasi baik secara keseluruhan. Faktor-faktor tersebut seperti Mengidentifikasi Determinan Utama Kualitas Pelayanan, Mengelola Harapan Pelanggan, Mengelola Bukti (*Evidence*) Kualitas Pelayanan, Mendidik Konsumen Tentang Jasa, Mengembangkan Budaya Kualitas, Menciptakan *Automating Quality*, Menindaklanjuti jasa dan Mengembangkan Sistem Informasi Kualitas Jasa

Pada prinsipnya konsep pelayanan memiliki macam penjelasan yang berbeda menurut penjelasan para ahli, namun pada intinya tetap saja merujuk pada konsep dasar yang sama. Menurut Sutodja (2007:5) pelayanan atau servis akan dapat diartikan sebuah kegiatan/keuntungan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain. Pelayanan tersebut seperti kecepatan melayani, kemudahan lokasi, kenyamanan yang diberikan, harga wajar hingga bersaing (Sunarto, 2007:105). Menurut Jusuf Suit dan Almasdi (2012:88) dalam melayani pelanggan yang baik dengan prima kita diwajibkan agar

memberikan layanan yang sangat pasti lebih handal, cepat serta lebih lengkap agar tambahan empati serta penampilan menarik. Sedangkan menurut Gronroos (dalam Ratminto, 2005:2) pelayanan merupakan suatu aktifitas pada setiap serangkaian aktifitas yang akan bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang telah terjadi sebagai sebab akibat adanya suatu interaksi antara konsumen dengan pegawai atau hal-hal lain yang telah disediakan di perusahaan dalam pemberi layanan yang dimaksudkan dalam memecahkan permasalahan konsumen /pelanggan

Lingkungan Fisik

Lingkungan kerja akan mempengaruhi emosi pegawai. Jika karyawan menyenangi pada lingkungan kerja maka dia bekerja, maka karyawan akan betah pada tempat kerjanya dalam melakukan aktivitas sehingga sewaktu bekerja dipergunakan baik secara efektif serta optimis dalam prestasi kerja karyawan juga tinggi juga. Lingkungan kerja dalam mencakup hubungan kerja dalam terbentuk antara sesama karyawan serta hubungan kerja terhadap bawahan dengan atasan sehingga lingkungan fisik tempat karyawan dalam bekerja.

Menurut Sedarmayati (2009: 21) definisi lingkungan kerja merupakan keseluruhan bagi alat perkakas serta bahan yang akan dihadapi, lingkungan yang ada disekitarnya pada seseorang karyawan bekerja, baik metode kerjanya, dan pengaturan kerjanya baik dalam perseorangan maupun dalam kelompok

Lingkungan fisik adalah salah satu penyebab pada keberhasilan untuk melaksanakan setiap pekerjaan, tetapi juga akan menyebabkan suatu kegagalan ketiak pelaksanaan setiap pekerjaan, sebab lingkungan kerja dapat mempengaruhi setiap pekerja, terutama lingkungan kerja yang lebih bersifat psikologis. Sedangkan pengaruhnya akan dapat bersifat positif ataupun negatif.

Di dalam meningkatkan semangat kerja perawat tidak terlepas dari lingkungan fisik yang mendukung seperti kualitas lingkungan fisik. Lingkungan fisik adalah salah satu unsur yang harus didaya gunakan oleh organisasi sehingga menimbulkan rasa nyaman, tenang, dan dapat meningkatkan hasil kerja yang baik untuk meningkatkan kinerja organisasi tersebut (Sihombing, 2004)

Lingkungan fisik merupakan sesuatu yang terdapat disekitar para karyawan yang

meliputi cahaya, suara warna, udara, serta musik yang mempengaruhi dirinya pada saat menjalankan pekerjaan yang dibebankan (Moekijat, 1995). Menurut Gie (2000) lingkungan fisik adalah segenap faktor fisik yang akan bersama-sama pada suatu suasana fisik yang seperti suatu tempat kerja karyawan

Menurut Robbins (2002: 36) indikator dari lingkungan kerja fisik adalah sebagai berikut yaitu Suhu, Kebisingan, Penerangan dan Mutu Udara. Tetapi dalam kenyataannya, penilaian baik atau buruknya lingkungan fisik kerja ditentukan oleh penilaian karyawannya. Seseorang mungkin menganggap lingkungan yang sama adalah buruk sedangkan yang lain menganggap baik. Hal ini disebabkan karena ada perbedaan pandangan masing-masing individu terhadap lingkungan kerja. Perbedaan ini dapat terjadi karena masing-masing individu mempunyai kebutuhan, kepentingan maupun harapan yang berbeda-beda antara satu dengan yang lain. Menurut Cary Cooper (Rini, 2002) Kondisi kerja yang buruk berpotensi menjadi penyebab karyawan mudah jatuh sakit, mudah stres, sulit berkonsentrasi, dan menurunnya produktivitas kerja. Kondisi lingkungan kerja meliputi ruang kerja yang tidak nyaman, panas, sirkulasi udara kurang memadai, ruang kerja terlalu padat, lingkungan kerja yang kurang bersih, dan bising atau berisik

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai evaluasi kesadaran dan kecintaan pelanggan terhadap barang atau jasa yang telah disampaikan kepadanya oleh produsen tertentu (Oliver pada Birgelen et. al., 2000). Kepuasan dipengaruhi oleh tingkat harapan atas kualitas jasa (Cronin dan Taylor pada Birgelen et. al., 2000). Kepuasan pelanggan sebagai hasil dari perbandingan antara harapan produk atau jasadannya kenyataan yang diterima seseorang maka memunculkan dua kemungkinan yang pertama adalah bila penjual memberikan informasi yang berlebihan terhadap pelanggan, maka pelanggan akan mempunyai pengharapan yang terlalu tinggi, sehingga berakibat ketidakpuasan jika penjual tidak dapat memenuhi informasinya. Kemungkinan kedua adalah bila penjual tidak dapat memenuhi informasi kepada pelanggan, maka pelanggan akan kurang tertarik (harapannya rendah) pada produk atau pelayanan tersebut, sehingga transaksi tidak akan terjadi.

Menurut Kotler (1994) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapan. Howard & Sheth (1969) mengungkapkan bahwa kepuasan pelanggan adalah situasi kognitif pembeli berkenaan dengan kesepadanannya atau tidak kesepadanannya antara hasil yang didapatkan dibandingkan dengan pengorbanan yang dilakukan. Wilkie (1990) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman konsumsi suatu produk atau jasa. Menurut Kotler dan Armstrong (2001) Kepuasan Pelanggan adalah hasil akumulasi dari konsumen atau pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa pada Kantor PDAM Muara Teweh. Indikator pengukuran kepuasan pelanggan adalah Sistem keluhan dan saran, Survei kepuasan pelanggan, *Ghost shopping* dan *Lost customer analysis*.

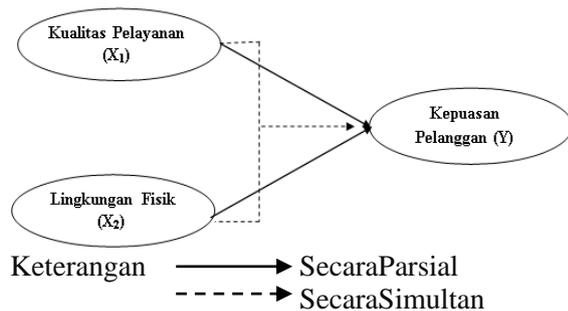
Kepuasan keseluruhan (*overall satisfaction*) diartikan sebagai pernyataan efektif tentang sebuah reaksi emosional pada pengalaman atas produk/layanan yang dipengaruhi oleh setiap kepuasan konsumen terhadap produk tersebut (*attribute satisfaction*) dan informasi yang akan digunakan untuk memilih setiap produk (*information satisfaction*) (Spreng, MacKenzie dan Olshavsky, 1996).

Bowen dan Chen (2001) menjelaskan kepuasan pelanggan berhubungan erat terhadap loyalitas pelanggan, dimana pelanggan yang terpuaskan akan selalu menjadi pelanggan yang loyal. Kemudian pelanggan yang loyal tersebut akan menjadi "tenaga pemasaran yang dasyat" bagi setiap perusahaan dengan memberikan beberaparekomendasi dan informasi positif kepada calon pelanggan lain

Kepuasan pelanggan merupakan akumulasi dari pengalaman pelanggan atas pembelian dan konsumsi pelanggan di masa lalu. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh dua faktor seperti harapan serta pengalaman yang telah dirasakan konsumen (Yi, 1990). Adapun suatu pengalaman yang dirasakan atas setia kinerja pelayanan itu sendiri akan dipengaruhi oleh persepsi setiap pelanggan mengenai tentang kualitas pelayanan, bauran pemasaran (*marketing mix*), oleh sebab itu nama merek atau image terhadap perusahaan (Andreassen, 1994).

Pentingnya kepuasan pelanggan bagi pemasaran dapat disebabkan dengan alasan bahwa kepuasan pelanggan akan mendorong pembelian ulang dan memberikan keuntungan berupa publisitas “dari mulut ke mulut” (Fornell, 1992; Halstead & Page, 1992). Keuntungan bagi perusahaan dengan menggunakan dimensi kepuasan pelanggan telah ditampakkan pada beberapa penelitian, diantaranya untuk mengevaluasi sikap dan informasi dari para tamu dan mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan (Barsky & Labagh, 1992). Kepuasan pelanggan dapat digunakan untuk strategi positioning yang dapat membantu perusahaan mendapatkan ceruk pasar (niche market). Menurut Fornell (1992) kepuasan pelanggan akan dapat mempengaruhi perilaku pembelian, yang membentuk kecenderungan bahwa konsumen yang puas akan loyal, namun konsumen yang loyal belum tentu puas.

4. Model Penelitian



Gambar 2.1 Model Penelitian

Sumber : Data Diolah 2016

Berdasarkan kerangka pemikiran teoritis yang telah diuraikan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini yaitu:

- H.1 : Terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan.
- H.2 : Terdapat pengaruh signifikan Lingkungan Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan.
- H.3 : Terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan dan Lingkungan Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan

5. Metode Penelitian

Dalam penelitian ini, pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada

populasi atau sampel tertentu dengan teknik pengambilan sampel pada umumnya dapat diklasifikasikan, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Sedangkan Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah bersifat *eksplanatory*. Untuk objek pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Muara Teweh dan sampel dalam penelitian adalah seluruh karyawan Kantor PDAM Muara Teweh sebanyak 65 (5 kali 13) orang. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel ini adalah teknik sampling *accidental*.

Teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan Data Primer dan Data Sekunder. Sedangkan teknik pengukuran skala dalam penelitian ini menggunakan skala likert. Penggunaan skala likert ini didasarkan pada kegunaan yang sesuai untuk mengukur pendapat, sikap dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang permasalahan sosial (Sugiyono, 2008:132). Pengujian hasil penelitian menggunakan program SPSS Versi 23.0

6. Hasil Dan Pembahasan

Responden yang dipilih sebagai responden dalam penelitian ini adalah Karyawan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Muara Teweh yang berjumlah 65 orang. Pada hasil item variabel Kualitas Pelayanan (X₁), Lingkungan Fisik (X₂) dan Kepuasan pelanggan (Y) keseluruhan hasil seluruh item dari variabel memiliki nilai $r > 0,3$. Hal itu karena dilakukan pengujian masing-masing sebanyak dua kali. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa seluruh item dinyatakan valid dan instrumen dalam penelitian ini dapat dikatakan reliabel. Hal ini dikarenakan instrumen memiliki nilai *cronbach alpha* $> 0,60$.

Setelah uji validitas, realibilitas, dan uji asumsi klasi dipenuhi maka selanjutnya dapat dilakukan analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh variable Kualitas Pelayanan (X₁) dan Lingkungan Fisik (X₂) sebagai variabel independen atau bebas terhadap variabel Y (Kepuasan Pelanggan) sebagai variabel dependen atau terikat. Berdasarkan hasil *output SPSS* versi 23.00 maka dapat dibuat tabel dan analisis sebagai berikut:

Tabel 5.13 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Keterangan
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	2.833	3.762		.753	.454	
	<u>Kualitas Pelayanan</u>	.366	.064	.607	5.721	.000	<u>Signifikan</u>
	<u>Lingkungan Fisik</u>	.077	.093	.087	.882	.414	<u>Tidak Signifikan</u>

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan data, SPSS 21.00, 2016

Hasil pengujian diketahui bahwa terdapat pengaruh secara signifikan Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kinerja Pegawai (Y) pada Kantor Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Muara Teweh, karena berdasarkan uji regresi secara parsial (uji t) terlihat bahwa t hitung $>$ t tabel atau signifikansi $t < 5\%$. Besar pengaruh secara parsial diperoleh nilai *standardized coefficients* beta sebesar 0,607. Bentuk pengaruhnya bersifat positif (dilihat dari nilai r yang positif) yang berarti koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dengan variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan besar koefisien regresi variabel Kualitas Pelayanan (X_1) sebesar 0,366, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan variabel Kualitas Pelayanan (X_1) mengalami kenaikan maka variabel Kepuasan Pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,366. Koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dengan variabel Kepuasan Pelanggan (Y), semakin meningkat variabel Kualitas Pelayanan (X_1) maka semakin meningkat pula variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Begitu pula sebaliknya, semakin menurun variabel Kualitas Pelayanan (X_1) maka semakin menurun pula variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Hasil pengujian diketahui bahwa terdapat pengaruh tidak signifikan Lingkungan Fisik (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Kantor Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Muara Teweh secara parsial, karena

berdasarkan uji regresi secara parsial (uji t) terlihat bahwa t hitung $<$ t tabel atau signifikansi $t > 5\%$. Besar pengaruh secara parsial diperoleh nilai *standardized coefficients* beta sebesar 0,087. Bentuk pengaruhnya bersifat positif (dilihat dari nilai r yang positif) yang berarti koefisien bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara variabel Lingkungan Fisik (X_2) dengan variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan besar koefisien regresi variabel Lingkungan Fisik (X_2) sebesar 0,077, artinya jika variabel independen lain nilainya tetap dan Lingkungan Fisik (X_2) mengalami kenaikan maka Kepuasan Pelanggan (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,077. Semakin meningkat variabel Lingkungan Fisik (X_2) maka semakin meningkat pula variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Begitu pula sebaliknya, semakin menurun variabel Lingkungan Fisik (X_2) maka semakin menurun pula variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Dari hasil pengujian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial variabel Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dan Terdapat pengaruh yang tidak signifikan secara parsial variabel Lingkungan Fisik (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Kantor Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Muara Teweh. Pengaruh dominan dan nilai koefisien regresi yang paling besar adalah variabel Kualitas Pelayanan (X_1) yang dapat dilihat dari koefisien regresi sebesar 0,366

Tabel 5.15 Hasil uji F hitung

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	105.244	2	52.622	16.602	.000 ^b
	Residual	196.510	62	3.170		
	Total	301.754	64			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Lingkungan Fisik, Kualitas Pelayanan

Sumber: Hasil pengolahan data, SPSS 21.00, 2016

Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh nilai signifikansi F $(0,000) < \text{signifikansi } \alpha (0,05)$, yaitu $(0,000 < 0,05)$ atau dengan membandingkan F hitung dengan F tabel dengan nilai F tabel sebesar 62. Dimana dari hasil perhitungan diperoleh nilai F hitung $> F$ tabel $(16,602 > 3,15)$. Berdasarkan perhitungan tersebut maka keputusannya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima yang artinya secara statistik dapat dibuktikan bahwa semua variabel independen yang terdiri Kualitas Pelaynan (X_1)

dan Lingkungan Fisik (X_2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

Dari hasil pengujian tersebut disimpulkan bahwa terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara variabel Kualitas Pelaynan (X_1) dan Lingkungan Fisik (X_2) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Muara Teweh

Tabel 5.16 Nilai koefisien determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.591 ^a	.349	.328	1.780	.349	16.602	2	62	.000

a. Predictors: (Constant), Lingkungan Fisik, Kualitas Pelayanan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil pengolahan data, SPSS 21.00, 2016

Berdasarkan hasil perhitungan menggunakan program SPSS 21.00 pada Tabel 5.15 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi (*R Square*) yang diperoleh sebesar 0,349. Hal ini berarti 34,9% Kepuasan Pelanggan (Y) dapat dijelaskan oleh variabel Kualitas Pelaynan (X_1) dan Lingkungan Fisik (X_2), sedangkan sisanya yaitu 65,1% Kepuasan Pelanggan (Y) dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini

7. Keterbatasan

Peneliti mengakui secara pribadi bahwa dalam penelitian ini terdapat keterbatasan yang dialami oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu:

1. Adanya keterbatasan peneliti dalam menambah variabel penelitian selain variabel Kualitas Pelayanan, variabel

Lingkungan Fisik, dan variabel Kepuasan Pelanggan untuk diteliti pada Kantor Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Muara Teweh. Seperti efikasi diri, loyalitas kerja, stress kerja, pengembangan organisasi, produktivitas organisasi, produktivitas karyawan, kepuasan karyawan, tingkat *turn-over* karyawan dan sebagainya untuk penelitian selanjutnya.

2. Penelitian ini hanya dilakukan pada Kantor Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Muara teweh yang hanya mempunyai sedikit karyawan, sehingga hasil penelitian tidak dapat digeneralisasikan pada perusahaan lain

8. Kesimpulan

Berdasarkan dari hasil analisis yang telah dikemukakan, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan ialah sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PDAM Muara Teweh secara parsial, maka hal ini dapat dilihat pada uji t yaitu 0,000. Besar pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 60,7%.
2. Terdapat pengaruh tidak signifikan Lingkungan Fisik (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PDAM Muara Teweh secara parsial, maka hal ini dapat dilihat pada uji t yaitu 0,414. Besar pengaruh Lingkungan Fisik (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 8,7%
3. Terdapat pengaruh signifikan Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lingkungan Fisik (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PDAM Muara Teweh secara simultan, maka hal ini dapat dilihat pada uji F yaitu 0,000. Besar pengaruh Kualitas Pelayanan (X_1) dan Lingkungan Fisik (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebesar 34,9% sedangkan sebesar 65,1% di pengaruhi oleh variabel yang tidak di teliti dalam model penelitian ini

Daftar Pustaka

- Almasdi, dan Jusuf Suit. 2012. *Aspek Sikap Mental Dalam Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Syiar Media
- Anderson, E.W., Fornell, C., dan Lehmann, D.R. 1994. "Customer Satisfaction, Market Share and Profitability : Finding From Sweden" *Journal of Marketing*, Vol. 58.
- Anderson, Fornel dan Lehmann, 1994: *Consumer Satisfaction, Market Share and Profitability Finding from Sweden, New York, Journal of Marketing*;
- Andreassen, T.W. 1994. "Satisfaction, Loyalty and Reputation as Indicators of Customer Orientation in the Public Sector" *International Journal of Public Sector Management*, Vol. 7, No.2, p.16-34
- Andreassen, T.W., & Lindestad, B. 1998. *Customer Loyalty and Complex Services: the impact of corporate image on quality, customer satisfaction and loyalty for customer with varying degrees of service expertise. International Journal of Services Industry Management*, Vol. 9 No. 1, pp. 7-2
- Anonim. 1999. *Keputusan Menteri Dalam Negeri Nomor 47 tahun 1999. "Pedoman Penilaian Kinerja Perusahaan Daerah Air Minum"*. Jakarta: Departemen Dalam Negeri RI.
- Anonim. 2010. *Kerjasama Pemerintah dan swasta (KPS). "Panduan Bagi Investor dalam Investasi di Bidang Infrastruktur"*. Jakarta: Kementrian Koordinator Bidang Perekonomian RI.
- Anonim. 2010. *Peta Masalah PDAM. Ringkasan Eksekutif*. Jakarta: Persatuan Perusahaan Air Minum seluruh Indonesia.
- Atik, dan ratminto. 2005. *Manajemen Pelayanan, disertai dengan pengembangan model konseptual, penerapan citizen's charter dan standar pelayanan minimal*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Bambang Wahyudi.2002. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Sulita,
- Barsky, J.D., and Labagh, R.1992. *Measurement, Market Research, Hotels and Motels, Factors Customer Satisfaction, Consumer Attitudes. Cornel Hotel and Restaurant Administration Quarterly*. 33 (5). 37-44
- Basu Swastha Drarmmesta & T. Hani Handoko. 2000. *Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: BPFYogyakarta
- Bernstein JM. 2001. Nasi polyps. Di dalam Kennedy et al (eds), *Diseases of the sinuses diagnosis and management*. London: B.C Decker. Hlm 69-71
- Birgelen, Marcel van, Ko de Ruyter dan Martin Wetzels. (2000). "The Impact of Incomplete Information on The Use of Marketing Research Intelligence in International Service Settings", *Journal of Service Research*, Vol 2 No 4
- Bowen, J.T. and Chen, S. (2001), *The Relationship Between Customer Loyalty and Customer Satisfaction, International Journal of Contemporary*

- Hospitality Management*, No.13/5, pp.213-217.
- Cahyani, Ati. 2003. *Dasar-Dasar Organisasi Dan Manajemen*. Jakarta: PT Grasind
- Dessler, Gary, 2007, *Manajemen Personalialia, Edisi Ketiga*, Jakarta: Erlangga.
- Duncan, Tom, 2005, *Principle Of Advertising and IMC, International Edition, Edisi Kedua*, McGrawHill, New York.
- Engel, J.F.; et al, (1990); *Consumer Behavior, 6th ed*, Chicago : The Dryden Press.
- Erlangga Kotler, dan Armstrong, Setyo. 2012, "Pengaruh Iklan Televisi dan Harga Terhadap keputusan Pembelian Sabun Lux", *Jurnal Riset Sains Indonesia*.Vol. 3, No. 1.
- Fandy Tjiptono,2008, *Strategi Bisnis Pemasaran*. Andi. Yogyakarta.
- Fornell and Wernerfelt (1987) *Defensive Marketing Strategy By Customer Complaint Management: A Theoretical Analysis*, *Journal of Marketing Research*.
- Fornell, C. (1992). *A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience*. *Journal of Marketing*, Vol. 56.
- Fornell, C., et al. 1996. "The American Customer Satisfaction Index: Nature, Purpose, and Findings". *Journal of Marketing* 60, 7-18
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, Sulistyoto Bagus, 2002, *Analisis Faktor-faktor yang menentukan Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan*, Tesis, Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang
- Hadiati, Sri, dan Sarwi Ruci (1999). "Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan.," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 1, No. 1, pp. 56-64.
- Hadiati, Sri, dan Sarwi Ruci (1999). "Analisis Kinerja Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan.," *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 1, No. 1, pp. 56-64.
- Harjati, Lily, 2003, "Tidak Cukup Hanya Kepuasan Pelanggan-Diperlukan Nilai Pelanggan untuk Survival," *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Vol 10 No1, Maret
- Harjo, B.K dan Asri Laksmi. 2003. *Analisis Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Nasabah Bank. Fokus Manajerial*, Vol.1, No.2: 123136.
- Hasanah, Hafidatul., 2008., "Pengaruh Lama Fermentasi Terhadap Kadar Alkohol Tape Ketan Hitam (Oryza sativa L var forma glutinosa) danTape Singkong (Manihot utilissima Pohl)". Universitas Islam Negeri(UIN), Malang
- Howard, J.A. and Sheth J.N. 1969, *The Theory of Buyer Behavior. (Edisi cetak ulang)* New York: John Wiley and Sons. *Information on The Use of Marketing Research Intelligence in International Service Settings*, "Journal of Service Research, Vol 2. No 4.
- Kasmir. 2005. *Etika Customer Service*. RajaGrafindo Persada. Jakarta
- Kotler dan Armstrong, Yudhi. 2008, "Kualiatas Produk, Merek dan Desain Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio", *Jurnal EMBA*. Vol. 1, No. 3, Juni
- Kotler dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran. Jilid 1 dan 2*.Edisi 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller. 200' *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta:
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas. Jilid 1*. PT. Indeks. Jakarta. Alih Bahasa: Benyamin Molan
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas. Jilid 2*. PT. Indeks. Jakarta. Alih Bahasa: Benyamin Molan
- Kotler, Philip. 2005. *Prinsip-prinsip Pemasaran Jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran. Edisi Mileinium*. Jakarta : PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Mondy, R. Wayne, 2010, *Human Resource Management Eleventh Edition*. New Jersey: Prentice Hall
- Morgan, R.M., & Hunt. S.D., (1994), *The Commitment-Trust of The Relationship Marketing*, *Journal of Marketing*, July, Vol. 58, No.3, pp.20-38.

- Mujiharjo, Bagyo (2006), *Analisis Faktor – faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dan Pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan*, p.38.
- Nasution, M.N. (2004). *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- Noe, R.A., Hollenbeck, J.R., Gerhart, B. and Wright, P.M. (2008). *Human Resource Management: Gaining a competitive advantage*, New York: McGraw Hill
- Nurkholis, 2004, *Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kesetiaan Pelanggan serta Pengaruhnya pada Minat Beli*, Tesis, Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang
- Nuryadi, Rahman, 2001, *Analisis Variabel-variabel yang Berpengaruh terhadap Kesetiaan Pelanggan*, Tesis, Program Magister Manajemen Universitas Diponegoro, Semarang
- Parasuraman, A. dkk. 1988. *Servqual : A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perception of Service Quality*. *Journal of Retailing*, Vol. 64. pp 12-40.
- Parasuraman,A., Zeithaml,V.A. and Berry, L.L (1988), *SERVQUAL: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality*, *Journal of Retailing*, Vol.4(1).
- Prentice-Hall. Robbins, S.P. (2002). *Prinsip-Prinsip Perilaku Organisasi*. Edisi Kelima (Terjemahan). Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Priharmoko, Edy. 2006. *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen PT. Pos Indonesia Cabang Surakarta*. Tesis. Universitas Diponegoro, Semarang
- Robbins, S.P. (2001). *Organizational behavior*. New Jersey:
- Robbins, Stephen P. (2006). *Perilaku Organisasi*. Edisi kesepuluh. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia
- Saleh, Muwafik, Akh. 2010. *Public Service Communication*. Malang: UMM Press.
- Spreng, R., MacKenzie. & Olshavsky. (1996), *A Re-examination of the determinants of consumer satisfaction*. *Journal of marketing*, 60(3), 15-32.
- STAI Siti Khadijah. 2011. *Pedoman Penulisan Skripsi Program Sarjana*, Muara Teweh.
- Stanton, William J., (1991), *Prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Stanton, William, J., (2001), *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid Ketujuh, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Sugiono. (2003), *Metode Penelitian Admnistrasi*, Alfabeta Bandung.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan: Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R &D*. Alfabetha: Bandung
- Supranto, J. (2001), *Pengukuran Tingkat Kepuasan pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*, Rineke Cipta, Jakarta
- Supranto. (1997). *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: Rineka Cipta
- Sururi, Ahmad dan Mudji Astuti, 2003, “Pengaruh Kualitas Produk TeleponSelular Nokia terhadap Kepuasan Pelanggan di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo,” *Iktisadia*, Vol 2 no 2 p 249-262
- Suryanto, L., FX. Sugiyanto dan Sugiarti, 2000, “Analisis Faktor-faktor Pembentuk Persepsi Kualitas Layanan untuk Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah,” *Jurnal Bisnis Strategi*, Vol.9 Juli, p.33-46
- Sutedja, Wira. 2007. *Panduan Layanan Konsumen*. Jakarta: PT. Grasindo
- Wilkie, W.L. 1990. *Customer Behavior*, Edisi Kedua. John Wiley & Sons, Inc. New York.
- Yuliarni & Riyasa. 2008. *Analisis faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM kota denpasar*. *Jurnal ekonomi dan bisnis* Vol. 1 no 2