

Pengaruh Dimensi *Service Quality* Terhadap Kualitas Layanan PDAM Study Kasus : Di Kantor Unit Banyuwangi Kabupaten Probolinggo

Tri Prihatiningsih
Jurusan Teknik Industri - Fakultas Teknik
Universitas Panca Marga Probolinggo
Email: Tri_pn@yahoo.com.id

ABSTRAK

Konsumsi air akan selalu mengalami peningkatan seiring dengan pertumbuhan populasi. Melihat kondisi dan kenyataan tersebut maka perlu diketahui bagaimana sesungguhnya kinerja layanan PDAM bila dilihat dari sisi konsumen selaku pengguna dari jasa penyediaan air bagi kebutuhan hidup kesehariannya. Upaya mengetahui kualitas pelayanan dari PDAM hasilnya dapat digunakan untuk memperbaiki dan meningkatkan kemampuan manajerial pelayanan PDAM, sehingga akan didapat kinerja manajemen yang berkualitas dan pada akhirnya PDAM akan dapat memuaskan pelanggan selaku konsumen utama dari perusahaan PDAM.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa pengaruh kualitas layanan PDAM terhadap konsumen selaku pengguna jasa penyediaan air bersih, dalam hal ini adalah PDAM.

Instrumen penelitian ini diadopsi dari penelitian Putra Cocorde (2011), dan Ardiansyah, et al, (2012).

Parasuraman et al, 1990, yang terdiri dari 5 dimensi yaitu *tangible, reliability, responsiveness, assurance* dan *empathy* dengan 22 item pernyataan sebagai indikatornya menjadi 14 pernyataan baik untuk persepsi konsumen maupun ekspektasinya. Untuk menentukan jumlah kuisioner dipakai rumus Slovin (Karnadi, 2008) Teknik analisis data yang digunakan untuk mengolah data primer yang diperoleh dari sampel penelitian adalah pengujian validasi instrumen (uji r) dan pengujian reliabilitas dengan menggunakan sofwer SPSS 20, (Andi, 2012) maka diperoleh hasil analisa kesenjangan yang terjadi pada dimensi kualitas layanan secara berurutan dari nilai terbesar hingga ke nilai terkecil adalah sebagai berikut *empathy* (-1.0732), *reliability* (.0191), *assurance* (-1.1115), *responsiveness* (-.7834) dan *tangible* (-.1847). Hasil ringkasan statistik dari persepsi dan ekspektasi dengan menggunakan sofwer SPSS 20 diperoleh : rata-rata untuk persepsi 4,2918 (cenderung baik), sedangkan untuk ekspektasi 5,2368 (cenderung sangat baik), dan hasil korelasi antara kedua variabel yang menghasilkan angka ,154 dengan nilai signifikan ,134 (di atas 0,05). Hal ini menyatakan bahwa korelasi antara persepsi dan ekspektasi adalah tidak signifikan dapat diartikan antara persepsi dan ekspektasi berbeda secara nyata. Dapat disimpulkan bahwa konsumen sangat menginginkan apa yang menjadi keluhannya mendapat perhatian sesuai dengan apa yang diharapkan.

Kata kunci: kualitas layanan, reability, gap

ABSTRACT

Water consumption will always increase in line with population growth . Seeing the condition and the fact that it is necessary to know the actual performance of the service bagaimana taps when viewed from the side of consumers as users of services of water supply for the needs of daily life . Efforts to determine the quality of service of taps results can be used to improve and enhance the managerial capabilities of service taps , so it will get a quality performance management and ultimately will enable them to satisfy customers as the main consumer of the enterprises . This study aims to analyze the influence of the quality of customer service as the user taps on the provision of clean water , in this case the taps . The research instrument was adopted from research ,Putra Cocorde (2011), and Ardiansyah, et al, (2012).

Parasuraman et al , 1990 , which consists of five dimensions , namely *tangible, reliability , responsiveness , assurance* and *empathy* with the 22 item statements as the indicator to 14 statements for both consumer perceptions and expectations . To determine the number of questionnaires used Slovin formula (Karnadi , 2008) Data analysis techniques are used to process the primary data of the study sample was obtained . validation testing instrument (r test) and reliability testing using SPSS sofwer 20 , (Andrew , 2012) the obtained results of analysis of the gaps in service quality dimensions sequentially from the largest value to the smallest value of *empathy* is as follows (- 1.0732) , *reliability* (.0191) , *assurance* (-1.1115) , *responsiveness* (- .7834) and *tangible* (- .1847) . The results of the statistical summary perception and expectations by using SPSS 20 sofwer obtained : the average for the perception of 4.2918 (likely both) , whereas for the expectations of 5.2368 (tend to be very good) , and the results

of the correlation between the two variables that gives the figure , 154 with significant value , 134 (above 0.05) . This suggests that the correlation between perception and expektasi means is not significant between the perception and expectations differ significantly . It can be concluded that the consumer really wants what the complaint received attention in accordance with what is expected.

Keywords : quality of service , reability , gap

Pendahuluan

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Probolinggo sesuai dengan Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 1986 tentang Pendirian Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Daerah Tingkat II Probolinggo mempunyai motto “Kepuasan Pelanggan adalah Kepuasan Kami”, untuk itu jasa pelayanan yang memuaskan merupakan upaya untuk memenuhi kebutuhan primer masyarakat. PDAM dibutuhkan masyarakat baik perkotaan maupun kabupaten untuk mencukupi kebutuhan air bersih yang layak dikonsumsi.

Berdasarkan acuan jurnal dari Putra Cocorde (2011), di Kabupaten Jember yang menghasilkan penelitian pengukuran tingkat kepuasan pelanggan dengan metode service quality secara umum menunjukkan tidak puas (50,20%). Sementara itu skor hasil pengukuran tingkat kepuasan pegawai menunjukkan nilai netral dengan skor 3,35 dan Ardiansyah, et al, (2012), menghasilkan Kinerja sistem distribusi air PDAM Kota Ternate masih kurang baik dari segi teknis (analisa tekanan, kecepatan aliran dan debit). Hasil kuesioner menyatakan 53.61% menyatakan tidak puas dan 26.80% menyatakan sangat tidak puas. Dari kedua acuan jurnal penelitian tersebut peneliti mengambil judul Pengaruh Dimensi Service Quality terhadap kualitas layanan PDAM Kantor Unit Banyuwangi Kabupaten Probolinggo dengan tujuan Menganalisis Dimensi *Service Quality* terhadap kualitas pelayanan PDAM yang bermanfaat Untuk mengidentifikasi dimensi kualitas pelayanan PDAM dari sudut pandang konsumen (*ServQual gaps*) yang paling dominan atas kinerja layanan PDAM Kabupaten Probolinggo - unit Banyuwangi, yang bermanfaat

B. Prosedur dan Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam hal ini dilakukan dengan menggunakan cara sebagai berikut :

sebagai umpan balik (*feed-back*) untuk peningkatan kinerja manajemen PDAM.

Metode Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian diskriptif yaitu penelitian yang bertujuan untuk membuat deskripsi, secara sistematis sesuai dengan fakta, sifat, serta hubungan antar variabel-variabel yang diselidiki. Penelitian dengan metode deskriptif juga dimaksudkan untuk menjawab esensi dari obyek penelitian ini. Sedangkan manfaat penggunaan penelitian diskriptif selain untuk mengenali diskriptif dan perilaku data yang dimiliki juga sebagai dasar pengambilan keputusan bisnis.

A. Populasi dan sample

- Populasi

Populasi dalam hal ini terdiri dari dua kelompok yaitu distribusi air dan pelanggan PDAM Kabupaten Probolinggo – Unit Banyuwangi

-Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penentuan sampel menggunakan *Rumus Slovin* untuk menentukan ukuran sampel minimal (n) jika diketahui ukuran populasi (N) pada taraf signifikansi α adalah:

$$n = \frac{N}{1 + N e^2} \dots\dots\dots (1)$$

Dengan :

N = 2.472 Jumlah Pelanggan

e = Tingkat Kepercayaan

$$n = \frac{2.472}{1 + 2.472 \times 0.0001} = 96 \text{ Responden}$$

- Responden

Study lapangan dilakukan dengan maksud agar didapatkan data primer sebagai data impiris yang berhubungan dengan variabel penelitian, yang dilakukan dengan cara penyebaran kuisisioner dengan jawaban bersifat tertutup artinya responden tinggal memilih jawaban yang telah

disediakan. Angket digunakan dengan menggunakan skala likert. Dalam skala likert setiap pernyataan berisi 7 (tujuh).

-Instrumen Penelitian.

Digunakan instrumen penelitian yang diadopsi dari penelitian, Parasuraman et al, 1990, yang terdiri dari 5 dimensi (faktor) dengan 22 item pernyataan sebagai indikatornya, baik untuk persepsi konsumen maupun ekspektasinya.

C. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan untuk mengolah data primer yang diperoleh dari sampel penelitian adalah sebagai berikut :

Persyaratan Pengujian Analisis.

- Pengujian Validasi Instrumen (uji r)

Pengujian validasi dilakukan untuk mengetahui item-item instrumen penelitian yang digunakan adalah valid dan reliabel.. Rumus statistik yang digunakan untuk pengujian validasi adalah statistik koefisien *product moment*. Dengan menggunakan bantuan SPSS 20 (Andi,2012) Fungsi rumus ini adalah mengetahui validitas (kesahihan) pada setiap kuisioner penelitian.

-Pengujian Reliabilitas

Pengujian reabilitas dilakukan guna mengetahui konsistensi dari alat ukur / instrumen yang digunakan, sehingga hasil dari suatu pengukuran dapat dipercaya. Rumus statistik yang digunakan adalah teknik *reliability analysis Alpha Crombach*. Fungsi rumus ini adalah untuk mengetahui reliabilitas (keandalan) instrumen kuisioner sebagai alat ukur tingkat kepuasan baik pelanggan terhadap sistem pelayanan PDAM.

Selanjutnya untuk mengukur kualitas pelayanan masing-masing kelompok pertanyaan (*Tangible, Responsiveness, Reability, Assurance, dan Empathy*) diberi bobot sesuai dengan penilaian responden.

Kualitas pelayanan yang diterima pelanggan adalah selisih antara skor persepsi dan skor harapan yang dapat dihitung , Supranto (2003) dengan rumus :

$$KP = SP - SE \quad (2)$$

Dimana : KP : Kualitas pelayanan

SP : Skor persepsi

SE : Skor harapan

Menurut Supranto (2003) tingkat kualitas pelayanan dibedakan menjadi 3 (tiga) kelompok yaitu :

$SP - SE = 0$, tingkat persepsi dari konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh PDAM sama dengan harapan konsumen, maka dikatakan berkualitas.

$SP - SE > 0$, tingkat persepsi dari konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh PDAM lebih besar dari harapan konsumen, maka dikatakan sangat berkualitas.

$SP - SE < 0$, tingkat persepsi dari konsumen terhadap layanan yang diberikan oleh PDAM lebih kecil dari harapan konsumen, maka dikatakan tidak

Berkualitas.

Untuk mempertajam analisis hasil penelitian ini, maka digunakan juga analisis *descriptive statistic*. Dari data yang diperoleh dari kuisioner, dicari nilai rata-rata hitung (mean) dari masing-masing aspek (*Tangible, Responsiveness, Reliability, Assurance, dan Empathy*), baik untuk persepsi maupun harapan pelanggan.

Hasil dan Pembahasan

B. Uji Data Dan Uji Reliabilitas Instrumen

Berdasarkan hasil perhitungan dengan menggunakan Sofwer SPSS 20 pengujian, dapat disimpulkan bahwa seluruh item pernyataan dalam penelitian ini reliabel dan valid. Berarti pernyataan-pernyataan ini mampu menjadi indikator penilai bagi masing-masing variabel dalam penelitian ini.

Reliabilitas pengukuran ditentukan dengan menghitung koefisien *cronbachalpha* dari masing-masing instrumen. Hasil dari perhitungan tersebut menunjukkan *Alpha* adalah 0,890 mendekati 1 dan karena nilai $\alpha > r$ tabel ($0,890 > 0,514$) sehingga disimpulkan bahwa instrumen tersebut adalah reliabel atau konsisten sebagai sebuah alat ukur.

Uji Validitas dilakukan dengan menghitung korelasi *r* hitung (*pearson corelation*) antara skor masing-masing butir pernyataan dengan total skor pernyataannya. Dari hasil perhitungan validitas data baik persepsi maupun ekspektasi di peroleh keputusan bahwa semua item valid berdasarkan ketentuan bahwa r hitung $\geq r$ tabel, maka instrumen pernyataan berkorelasi

signifikan terhadap skor total atau dikatakan valid dan mampu menjadi indikator penilai dari variabel yang digunakan dalam penelitian ini.

C. Diskripsi Persepsi

NO	ITEM	PERNYATAAN	HASIL			BAHASAN
			1(%)	2(%)	3(%)	
1.	<i>TangiblePerseption1</i>	PDAM menggunakan meteran air terbaru dalam melayani pelanggan	21	24	51	bahwa konsumen / pelanggan sangat menginginkan tidak adanya kerusakan pada meteran air karena jika ada kerusakan akan berakibat pada pembayaran.
2.	<i>TangiblePerseption2</i>	PDAM menggunakan Fasilitas seperti ruang tunggu bersih, nyaman, ada TV.	41	24	31	bahwa konsumen/pelanggan kurang tertarik pada fasilitas fisik yang ada akan tetapi mereka mengutamakan pelayanan yang cepat
3.	<i>Tangible Perseption 3</i>	Karyawan / petugas yang berpenampilan rapi	12	34	50	bahwa pelanggan menyukai karyawan/petugas yang berpenampilan rapi karena dari penampilan yang rapi pelanggan percaya bahwa manajemen di dalam PDAM ikut tertata rapi.
4.	<i>Tangible Perseption 4</i>	PDAM memberikan Fasilitas sesuai dengan yang dijanjikan kepada konsumen / pelanggan	0	24	72	bahwa konsumen / pelanggan butuh kepastian / nyata tidak hanya mengobral janji semata seperti meteran rusak diganti secara gratis.
5.	<i>Reliability Perseption 1</i>	Bila menjanjikan akan melakukan sesuatu pada waktu yang telah ditentukan pasti akan direalisasikan	25	30	41	bahwa konsumen/pelanggan dalam janji butuh kepastian karena jika tidak konsumen/pelanggan tidak akan mempercayai lagi dan merasa dikecewakan.
6.	<i>Reliability Perseption2</i>	Bersikap simpatik dan sanggup menenangkan pelanggan setiap ada masalah	17	17	62	bahwa konsumen / pelanggan butuh bantuan psikis dari petugas/ karyawan jika terjadi kerusakan pada saluran / komplin yang lain petugas / karyawan bisa menenangkan pelanggan
7.	<i>ReliabilityPerspection 3</i>	Sistem pencatatan yang akurat dan bebas kesalahan	2	18		bahwa konsumen/pelanggan tidak mau dalam pencatatan meteran air ada kesalahan

					76	karena jika ada kesalahan berakibat pada sistem pembayaran karena antara pemakaian air dengan pembayaran tidak seimbang.
8.	<i>Responsiveness Perception 1</i>	Karyawan / Petugas yang tidak terlampau sibuk sehingga sanggup menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat	22	25	49	bahwa konsumen / pelanggan sangat mengharapkan petugas cepat tanggap dalam menangani keluhan pelanggan.
9.	<i>Assurance Perception 1</i>	Karyawan / petugas yang dapat di percaya	24	34	38	bahwa pelanggan sangat memegang kepercayaan akan pelayanan yang baik dari karyawan/petugas sekali membuat kesalahan pelanggan tidak akan percaya lagi akan PDAM
10.	<i>Assurance Perception 2</i>	Karyawan / petugas yang selalu bersikap sopan	32	27	37	Bahwa konsumen masih menginginkan adanya sopan santun karyawan/petugas dalam melayani sesuai dengan adat ketimuran
11.	<i>Assurance Perception 3</i>	Karyawan / petugas yang berpengetahuan luas sehingga dapat menjawab pertanyaan pelanggan	25	26	45	karena faktor pendidikan masyarakat kecamatan Banyuwangi masih rendah maka dari itu mereka membutuhkan karyawan/petugas yang berpendidikan lebih tinggi karena jika di tanyakan persoalan PDAM bisa menjawab.
12.	<i>Empathy Perception 1</i>	Waktu beroperasi yang cocok dan nyaman bagi para pelanggan	37	22	37	pelanggan tidak terlalu memikirkan kapan beroperasi dari petugas yang penting permasalahan cepat teratasi dan beres.
13.	<i>Empathy Perception 2</i>	Karyawan / petugas memberikan perhatian personal pada pelanggan	27	22	47	bahwa konsumen sangat membutuhkan perhatian dari petugas untuk menangani semua permasalahan yang ada jangan permasalahan berlarut-larut sehingga akan menimbulkan ketidakpercayaan dari

						konsumen/pelanggan.
14.	<i>EmpathyPerseption3</i>	PDAM sungguh-sungguh memperhatikan kepentingan setiap pelanggan	33	26	37	sesuai dengan jasa pemasaran bahwa pembeli itu ada raja maka dari itu PDAM harus memperhatikan dan mengutamakan apa yang menjadi keinginan dari konsumen/pelanggan dan masukan yang sangat berguna dan bermanfaat dari konsumen/pelanggan perlu diterima dan diperhatikan

Keterangan :

1. Tidak setuju sampai dengan sangat tidak setuju
2. Netral / tidak memberikan komentar
3. Setuju sampai dengan sangat setuju sekali.

D. Diskripsi Ekspektasi

NO	ITEM	PERNYATAAN	HASIL			BAHASAN
			1(%)	2(%)	3(%)	
1.	<i>TangiblePerseption1</i>	PDAM menggunakan meteran air terbaru dalam melayani pelanggan	0	23	73	bahwa konsumen / pelanggan berharap / menginginkan semua peralatan PDAM menggunakan peralatan yang canggih atau mutakhir sehingga semua permasalahan cepat teratasi dan tidak mudah rusak. Seperti penggunaan peralatan komputer untuk mendeteksi terjadinya kerusakan pada pipa saluran yang bisa dilihat dari kantor.
2.	<i>TangiblePerseption2</i>	PDAM menggunakan Fasilitas seperti ruang tunggu bersih, nyaman, ada TV.	0	16	80	konsumen / pelanggan berharap agar tidak jenuh jika terjadi antrian yang panjang disaat pembayaran rekening ruangan di beri fasilitas TV, kipas angin, jualan makanan ringan + minuman, kotak tempat sampah atau tanaman bunga dan lain-lain.
3.	<i>Tangible Perseption 3</i>	Karyawan / petugas yang berpenampilan rapi	0	23	73	karena karyawan / petugas disini jadi publik figur dalam melayani pelanggan sudah

						pasti dan jelas penampilan rapi dan menarik yang pertama terkesan. jika publik figur berpenampilan rapi pengunjung atau konsumen/pelanggan melihat akan senang dan akan merasa terkesan. Harapan hal ini agar dipertahankan selamanya.
4.	<i>Tangible Perseption 4</i>	PDAM memberikan Fasilitas sesuai dengan yang dijanjikan kepada konsumen / pelanggan	0	16	80	PDAM harus menepati janji sesuai dengan transaksi awal waktu pemasangan sambungan rumah, agar konsumen / pelanggan merasa tidak tertipu. Harapan PDAM harus dapat dipercaya sepanjang massa.
5.	<i>Reliability Perseption 1</i>	Bila menjanjikan akan melakukan sesuatu pada waktu yang telah ditentukan pasti akan direalisasikan	3	20	73	bahwa konsumen / pelanggan mengharapkan kepastian penanganan jika ada terjadi keluhan atau kerusakan dan berharap jangan sampai semua permasalahan diulur-ulur sehingga akan berakibat tidak percayanya konsumen/pelanggan.
6.	<i>Reliability Perseption 2</i>	Bersikap simpatik dan sanggup menenangkan pelanggan setiap ada masalah	0	15	81	penenangan konsumen / pelanggan dari petugas PDAM sangat diharapkan jika terjadi kerusakan-kerusakan pada saluran atau yang lainnya petugas bisa menenangkan konsumen/pelanggan akan merasa terayomi dan tidak merasa kowatir lagi dan percaya permasalahan pasti teratasi.
7.	<i>Reliability Perseption 3</i>	Sistem pencatatan yang akurat dan bebas kesalahan	0	22	74	sudah jelas dan pasti pencatatan harus benar karena ini berpengaruh pada pembayaran. Harapan dari konsumen/pelanggan tidak ada kerusakan dan kesalahan dalam pencatatan meteran air.
8.	<i>Responsiveness</i>	Karyawan / Petugas				pelanggan berharap petugas

	<i>Persepti</i>	yang tidak terlampau sibuk sehingga sanggup menanggapi permintaan pelanggan dengan cepat	0	17	79	dengan cepat mendatangi dan menyelesaikan permasalahan yang dilaporkan oleh pelanggan. Harapan pelanggan/konsumen petugas mengutamakan penyelesaian permasalahan yang terjadi diatas kepentingan yang lain.
9.	<i>Assurance Persepti</i>	Karyawan / petugas yang dapat dipercaya	0	16	80	pelanggan sangat menghargai dan mempercayai kinerja karyawan/petugas maka dari itu hendaknya karyawan / petugas jangan menyalahgunakan kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan. Dan harapan kepercayaan itu harus dipertahankan.
10.	<i>Assurance Persepti</i>	Karyawan / petugas yang selalu bersikap sopan	0	13	83	sesuai dengan adat ketimuran mengutamakan sopan santun dalam pelayanan. Harapan sikap ini dipertahankan guna mengambil hati / simpati dari pelanggan atau konsumen
11.	<i>Assurance Persepti</i>	Karyawan / petugas yang berpengetahuan luas sehingga dapat menjawab pertanyaan pelanggan	1	19	76	pelanggan sekarang bertambah kritis atas permasalahan yang ada di PDAM untuk itu karyawan/petugas yang berpendidikan tinggi sangat di harapkan agar jika ada pertanyaan bisa menjawab. Dan harapan konsumen/pelanggan hendaknya dalam perekrutan karyawan/petugas diambil berpendidikan tinggi.
12.	<i>Empathy Persepti</i>	Waktu beroperasi yang cocok dan nyaman bagi para pelanggan	0	16	80	waktu beroperasi dari petugas disesuaikan dengan adanya karyawan/pelanggan karena mayoritas dari konsumen/pelanggan bekerja sebagai petani . Ini yang sangat diharapkan oleh pelanggan sehingga tidak mengganggu waktu kerja pelanggan.
13.	<i>Empathy Persepti</i>	Karyawan / petugas memberikan				perhatian personal sangat diharapkan atau dibutuhkan

		perhatian personal pada pelanggan	0	18	78	oleh konsumen/pelanggan dari petugas karena pelanggan merasa senang.
14.	<i>Empathy Perception</i> ³	PDAM sungguh-sungguh memperhatikan kepentingan setiap pelanggan	0	16	80	sesuai dengan motto dari PDAM Kabupaten Probolinggo yaitu kepuasan pelanggan adalah kepuasan kami. Harapan dari konsumen/pelanggan adalah motto yang ada benar-benar direalisasikan atau dibuktikan sehingga konsumen/pelanggan akan senang.

Keterangan :

1. Tidak setuju sampai dengan sangat tidak setuju
2. Netral / tidak memberikan komentar
3. Setuju sampai dengan sangat setuju sekali.

E. Diskripsi Gap (*Perceived service quality*).

NO.	ITEM	HASIL			BAHASAN
		1(%) 3(%)	2(%)		
1.	Q Tangible	92,7	5,3	2	bahwa air PDAM yang diterima oleh konsumen / pelanggan belum kontinyu, dan perlu adanya perbaikan ditempat pembayaran.
2.	Q Reability	81,7	18,3	0	air di PDAM masih belum handal.
3.	Q Responsivenes	53,3	43,7	0	bahwa pelayanan di PDAM Unit Banyuwangor masih kurang respon terhadap komplain dari konsumen/pelanggan atau masih ada komplain konsumen / pelanggan yang tidak tertangani.
4.	Q assurance	85,5	14,5	0	bahwa jaminan PDAM terhadap konsumen / pelanggan terhadap kesediaan air masih kurang.
5.	Q Empathy	79,1	20,9	0	bahwa kerja karyawan / petugas masih belum serius atau masih menunjukkan perhatian pada keperluan orang lain.

Keterangan :

1. Tidak Berkualitas
2. Berkualitas
3. Sangat berkualitas

F. Mean gap (kesenjangan)

yaitu gap yang terjadi pada keseluruhan dimensi berdasarkan nilai tengah (*mean*) Dari analisa data dengan menggunakan sofwer SPSS 20 di ketahui nilai mean dari persepsi kualitas layanan, mean persepsi *tangible*(4,05), persepsi *reliability* (4,39), persepsi *responsiveness*(3,5) , persepsi *assurance* (3,32), dan persepsi *empathy* (3,32)

Dari analisa data dengan menggunakan sofwer SPSS 20 dapat di ketahui nilai *mean* dari Ekspektasi kualitas layanan, *mean* Ekspektasi *tangible*(4,24), Ekspektasi *reliability* (4,37), Ekspektasi *responsiveness*(4,28), Ekspektasi *assurance* (4,43), dan Ekspektasi *empathy* (4,39).

Kesenjangan yang terjadi pada dimensi kualitas layanan secara berurutan dari nilai terbesar hingga ke nilai terkecil seperti pada tabel 4.38 adalah *empathy* (-1.0732), *reliability*(.0191), *assurance* (-1.1115), *responsiveness*(-.7834) dan *tangible*(-.1847). Dari kelima dimensi tersebut hanya dimensi *reliability* yang menunjukkan nilai positif sehingga dapat disimpulkan bahwa dimensi *reliability* merupakan dimensi yang berkualitas dan untuk ke empat dimensi lainnya seperti *tangible*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy* masih belum berkualitas dan perlu adanya perhatian dan perbaikan demi profesionalisme dan kesejahteraan PDAM Kabupaten Probolinggo..

Kesimpulan

Dari hasil identifikasi terhadap dimensi *Service Qualit* diperoleh dimensi *reliability* yang telah mampu memberikan nilai berkualitas seperti meteran air rusak segera diganti secara gratis sesuai dengan pertama kali dijanjikan. Sementara dimensi yang lainnya yaitu :*tangible*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* belum memberikan nilai yang berkualitas akan tetapi hal ini agar segera mendapat perhatian dan segera akan adanya perubahan untuk menuju ke nilai berkualitas sesuai dengan visi misi dan motto dari PDAM Kabupaten Probolinggo .

Gap skor kualitas tertinggi ada pada dimensi *Reliability* yang berarti karyawan / petugas bila menjanjikan akan melakukan pada waktu yang telah ditentukan dan pasti akan

direalisasikan, bersikap simpatik dan sanggup menenangkan pelanggan, dan sistem pencatatan yang akurat bebas dari kesalahan sangat diharapkan sehingga konsumen / pelanggan akan memberikan kepercayaan penuh pada PDAM.

DAFTAR PUSTAKA

1. Andi, 2012. SPSS 20 Untuk Mnegola Data. Andi, Yogyakarta
2. Azwar, Saifuddin, 1997, Reliabilitas dan Validitas, Pustaka Pelajar, Yogyakarta
3. Berry, Leonard L, and Parasuraman A. 1997. *Listening The Customer – The Concept of Service Quality Information System*. Spring. Oxford.
4. Parasuraman, Zeitham, dan Berry, 1990, *Delivery Quality Service, Balancing Customer Receptions and Expectations*. Spring, Oxford.
5. Supranto, J, 2000. Statistik Terori dan Aplikasi. Erlangga, Jakarta
6. Supranto, J. 2003. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan, Asdi Mahasatya, Jakarta.