

**KUALITAS PELAYANAN DAN KEBIJAKAN TARIF TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PDAM TIRTANADI CABANG TUASAN
MEDAN**

Oleh

Suardi SE, MM

Yuliana, SE

ABSTRACT

The background of this research is based on the phenomena that show that service quality has not been able to work maximally in the company's satisfaction.

This research is a quantitative descriptive study with a total sample of 55 respondents, while the sampling technique used in the study is saturated sampling.

The instrument testing uses validity and reliability tests. While the data analysis method uses multiple linear regression with t test, t arithmetic, t table and f table.

The results of independent service quality research results (X1) obtained t table 0.301 <t table 1.67 and Policy obtained t count 3.995> t table 1.67 with a significant 0.000 <0.05, it can be concluded that Ho is accepted and H1 is rejected, which means that the Quality of Service is not influential and policy rates positive and significant effect. The coefficient of determination test results (R2) shows Adjusted R square 0.323 or 32.3% which means that variations in service quality and policy variables can be explained by customer satisfaction variables, the remaining 67.7% is influenced by other variables not examined in this study.

Keywords: Service Quality, Policy and Customer Satisfaction

A. PENDAHULUAN

Semangat dalam melaksanakan otonomi daerah adalah untuk meningkatkan pembangunan masyarakat dengan memegang prinsip-prinsip demokrasi, peran serta pemerataan dan keadilan serta mempertimbangkan potensi dan keanekaragaman daerah. Oleh karena itu kondisi dan potensi alam setiap daerah yang berbeda satu sama lain akan memberikan kesempatan yang luas pada daerah dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Dengan kata lain, daerah harus mempunyai sumber daya alam maupun sumber daya lainnya yang dapat digunakan untuk membiayai pembangunan yang ada di daerah tersebut. Salah satu sumber daya alam yang bisa dimanfaatkan pemerintah daerah dalam melaksanakan pembangunan adalah sumber daya air.

Sesuai dengan amanat Undang-Undang Dasar 1945 pada pasal 33 ayat 3 menyebutkan bahwa bumi, air dan kekayaan alam lainnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran rakyat. Hal ini merupakan dasar bagi pemerintah bahwa penggunaan air harus dikelola dengan baik dan benar agar memberikan kemakmuran bagi rakyat. Pemanfaatan sumber daya air salah satunya dapat dilakukan melalui Badan Usaha Milik Daerah (BUMD). BUMD yang dibentuk oleh

pemerintah daerah dalam melaksanakan pemanfaatan sumber daya air adalah perusahaan daerah air minum (PDAM). PDAM membawa dua misi utama yaitu misi sosial dan misi mencari keuntungan.

Dengan membawa misi sosial PDAM harus bisa memberikan pelayanan kebutuhan bagi seluruh masyarakat tak terkecuali juga yang berpenghasilan rendah atau miskin. Misi yang kedua adalah PDAM juga wajib untuk mendapatkan profit atau keuntungan yang didapatkan dari pelayanan kepada sektor industri agar bisa berpartisipasi terhadap pembangunan melalui kontribusinya kepada pemerintah daerah. Disamping itu, PDAM sebagai pengelola air juga harus memberikan pelayanan berupa air minum atau air bersih secara layak sesuai dengan persyaratan kualitas kepada masyarakat. Dengan misi tersebut PDAM dituntut harus mampu membuat pelanggan merasa puas.

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa. Oleh karena itu pelanggan memegang peran cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan.

Strategi penetapan tarif menjadi sesuatu yang perlu diperhatikan karena dapat berdampak pada kepuasan seorang pelanggan. Strategi penetapan tarif harus diperhatikan dalam tiga situasi yakni ketika biaya/tarif suatu produk/jasa baru sedang ditetapkan, ketika sedang mempertimbangkan melakukan perubahan jangka panjang bagi suatu produk/jasa yang telah mapan dan ketika sedang mempertimbangkan perubahan biaya/tarif jangka pendek.

Sebagai Badan Usaha Milik Daerah yang mempunyai misi memberikan pelayanan yang terbaik serta mendapatkan profit untuk memberikan kontribusi kepada pemerintah daerah tentu sudah seharusnya PDAM memberikan kinerja yang terbaik. Sejauh ini masih banyak pelanggan yang kurang puas atas kelayakan air yang diberikan PDAM terhadap masyarakat. Hal ini dikarenakan pada musim kemarau kontinuitas air yang sangat minim terutama

waktu pagi dan sore hari, bahkan sering sekali mati total. Fakta dilapangan sistem pembaca meter PDAM dianggap merupakan pelayanan PDAM yang paling tidak memuaskan. Kesalahan petugas pembaca meteran dalam mengukur kuantitas air yang digunakan pelanggan sulit untuk dideteksi sementara PDAM menggunakannya sebagai satu-satunya parameter penggunaan air oleh pelanggan. Hal ini menimbulkan kesulitan untuk melakukan *crosscheck* kesalahan sehingga mau tidak mau pelanggan harus membayar tagihan yang sudah ditetapkan walaupun tidak merasa menggunakan kuantitas air sebanyak yang ditagihkan. Hal tersebut berdampak pada masalah tarif PDAM yang berlaku saat ini. Bagi sebagian orang tarif yang berlaku saat ini dianggap tidak sebanding dengan layanan yang diterimanya sehingga tarif yang berlaku dianggap mahal.

Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan Medan?
2. Apakah kebijakan tarif berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di

PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan Medan?

3. Apakah kualitas pelayanan dan kebijakan tarif berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan Medan?

B.LANDASAN TEORITIS DAN

Pengertian Kualitas Pelayanan

Dalam kehidupan sehari-hari banyak orang mengaitkan produk dengan kualitas. Tidak jarang, seseorang akan menggunakan kembali suatu produk dikarenakan kualitasnya.

Suatu sistem pengendalian kualitas yang menyeluruh, dimana semua aktivitas saling bertukar informasi untuk memproduksi produk yang menghasilkan minimum dan nilai targetnya, akan meminimumkan biaya-biaya kualitas dan menghasilkan penggunaan yang paling efisien dari tenaga kerja dan sumber daya perusahaan yang lain. Standart dari nilai target pada kualitas suatu produk dapat muncul karena faktor-faktor yang tidak diinginkan dan tidak dapat dikendalikan. Faktor-faktor tersebut dapat berupa faktor penggunaan internal maupun eksternal.

Jadi, kualitas kini ibarat tiket masuk kedalam gelanggang pertandingan global apabila ingin bertahan dalam ranah yang sudah kompetitif (Lupiyoadi, 2013:204).

Menurut Nanang (2016:138) Kualitas adalah faktor kunci yang membawa keberhasilan bisnis, pertumbuhan dan peningkatan posisi bersaing. Kualitas suatu produk diartikan sebagai derajat atau tingkat dimana produk atau jasa tersebut mampu memuaskan keinginan dari konsumen untuk mendapatkan suatu produk, karena konsumen akan memuaskan untuk membeli

suatu produk dari perusahaan tertentu yang lebih berkualitas dari pada pesaingannya.

Menurut Ahmad Subagiyo (2010:241) Kualitas produk atau jasa merupakan persyaratan dalam menghadapi pertarungan kompetitif di pasar. Para konsumen berhak memperhitungkan produk yang mereka ingin beli dengan kualitas tinggi dan mereka akan mengambil keputusan untuk membeli berdasarkan atas tingkat kebutuhan yang luas. Perusahaan-perusahaan yang akan mampu memenuhi jumlah terbesar dari kebutuhan-kebutuhan tersebut akan menjadi pemenang dalam jangka panjang.

Layanan (dukungan) konsumen ini menambah produk kita yang dirasakan dan akan mendorong para konsumen untuk kembali pada perusahaan kita disaat mereka perlu untuk menggantinya ataupun disaat mereka perlu untuk menggantinya ataupun disaat mereka memerlukan produk lain dalam jangka kita.

Apabila kita melihat lebih jauh tentang defenisi pelayanan yang *ekselen* maka kita dapat menyimpulkan bahwa pelayanan *ekselen* adalah :

1. Melayani dengan memuaskan
2. Memperlakukan konsumen dengan orientasi “*customer is a king* “
3. Membuat pelanggan merasa di hargai

4. Memberikan kesan yang professional menyapa, bertanya, menjawab dan menjelaskan.
 5. Memberikan citra perusahaan dan citra diri
 6. Membangun hubungan berkelanjutan dengan pelanggan
 7. Melayani pelanggan secara cepat dengan benar dan ramah
 8. Membuat pelanggan merasa aman dan nyaman
 9. Meningkatkan kesetiaan pelanggan
 10. Memahami bahasa pelanggan
 11. Mampu bersabar dan tidak emosional
 12. Mampu melayani keluhan pelanggan dengan tenang
 13. Menawarkan alternatif kepada pelanggan
 14. Mampu berkomunikasi secara alternatif dengan pelanggan
 15. Mengembangkan kemajuan diri dari perusahaan
- Selanjutnya dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan, kita harus memperhatikan hal-hal pokok sebagai berikut :
1. Pengetahuan tentang pelayanan: terkait dengan maksud dan tujuan melayani, sopan santun melayani, sikap dan tutur kata.
 2. Keterampilan tentang pelayanan: berarti cara berkomunikasi, menyapa, bertanya, menjawab dan menjelaskan.
 3. Sikap tentang pelayanan: berarti tampilan yang sopan, etis, menarik, bersahabat dan hati yang tulus.
- ### Konsep Kualitas Pelayanan
- Menurut Chase dkk dalam Wahyu (2009:191) membagi tiga jenis pelayanan berdasarkan kontak pelayanan, yaitu jasa murni, jasa campuran dan jasa semi manufaktur. Organisasi jasa murni merupakan organisasi dimana pelanggan harus ada untuk menghasilkan pelayanan. Organisasi jasa campuran merupakan organisasi yang tidak ada tatap muka dengan pelanggan. Dengan berdasarkan pada karakteristik pelayanan yang tidak tampak, heterogen dan tidak dapat dipisahkan antar proses produksi.
- ### Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan
- Menurut Tjiptono dan Chandra (2012:75) mengatakan bahwa dalam kasus pemasaran jasa, dimensi kualitas yang sering dijadikan acuan adalah :
1. Reabilitas (*reliability*)
 2. Responsivitas (*responsiviness*)
 3. Jaminan (*assurance*)
 4. Empati (*empathy*)
 5. Bukti fisik (*tangibles*)
- Berikut ini penjelasan dari kelima dimensi yang menjadi indikator kualitas pelayanan :

1. Reabilitas (*reliability*), yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

Contohnya, dokter mampu mendiagnosis penyakit pasien dengan akurat.

2. Responsivitas(*responsiviness*), yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan memberikan layanan dengan tanggap. Contohnya, sistem reservasi dan penanganan bagasi maskapai penerbangan yang cepat.

3. Jaminan (*assurance*), mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan; bebas dari bahaya fisik, resiko atau keragu-raguan. Contohnya mekanik di bengkel yang berpengetahuan dan berpengalaman luas.

4. Empati(*empathy*), meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

Contohnya, seorang dokter mengenal pasiennya dengan baik, mengingat masalah (penyakit, keluhan, dan sejenisnya) sebelumnya, dan bersikap sabar serta menjadi pendengar yang baik.

5. Bukti fisik (*tangibles*), meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, dan sarana komunikasi. Contohnya fasilitas reparasi, seragam karyawan, kelengkapan peralatan dan ruang tunggu yang representatif di bengkel.

Pengertian Biaya

L.Gayle Rayburn (2015:4) Biaya adalah mengukur pengorbanan ekonomis yang dilakukan untuk mencapai tujuan organisasi. Untuk suatu produk, biaya menunjukkan ukuran moneter sumberdaya yang digunakan, seperti bahan, tenaga, kerja dan *overhead*. Untuk suatu jasa, biaya merupakan pengorbanan moneter yang dilakukan untuk menyediakan jasa. Akuntan biasanya menggunakan biaya dengan istilah deskriptif lainnya. Seperti historis, produk, utama, tenaga kerja atau bahan. Setiap istilah tersebut membentuk beberapa karakteristik proses pengukuran biaya atau aspek dari objek yang akan diukur.

Menurut Bastian Bustami (2013:7) Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah menjadi atau kemungkinan akan terjadi untuk mencapai tujuan tertentu. Biaya ini belum habis masa pakainya, dan digolongkan sebagai aktiva yang dimasukkan dalam neraca.

Menurut Mulyadi (2015:8) Biaya adalah pengorbanan sumber ekonomis yang diukur dalam satuan uang yang telah terjadi, sedang terjadi atau yang kemungkinan akan terjadi untuk tujuan tertentu.

Menurut Baldric Siregar (2013:23) Biaya adalah kos barang atau jasa yang telah memberikan manfaat yang digunakan untuk memperoleh pendapatan. Biaya yang dikurangkan dari pendapatan untuk menentukan laba atau rugi pada suatu periode sehingga biaya akan dicantumkan dalam laporan laba rugi. Pendapatan adalah nilai barang yang dijual atau jasa yang diberikan.

Biaya Yang Berbeda Untuk Tujuan Berbeda

Sistem biaya dirancang untuk mengumpulkan, mengikhtisarkan dan melaporkan biaya-biaya untuk tujuan kalkulasi biaya produk, penilaian persediaan atau pengukuran kinerja/pengendalian operasional. Berbagai tujuan ini mempengaruhi proses pengumpulan, pengikhtisaran dan pelaporan. Jadi, seorang manager menggunakan biaya yang berbeda untuk tujuan yang berbeda sebagaimana jenis, tujuan, dan sifat definisi biaya dalam pemakaiannya.

Konsep Manajemen Biaya

Mengakui pergeseran ini dalam struktur biaya ketika menyediakan informasi biaya produk. Estimasi biaya produk memengaruhi keputusan pengenalan produk, perencanaan produk dan upaya pemasaran yang diberikan ini produk. Biaya produk juga memainkan peran yang penting dalam penerapan harga jual. Manajemen biaya menekankan dampak masa depan dari kondisi ekonomi, dan bukan memusatkan perhatian pada apa yang terjadi. Selanjutnya kita ikhtisarkan beberapa perubahan penting dari sistem akuntansi biaya yang harus diikuti perusahaan dalam mengelola pabrik di masa mendatang.

Manager mendistribusikan sumberdaya untuk memenuhi tujuan operasional. Karena keterbatasan sumberdaya, maka para manager harus mengandalkan data biaya dalam memutuskan tindakan apa yang memberikan hasil optimal bagi perusahaan. Untuk mencapai keputusan ini, mereka dapat menggunakan informasi manajemen biaya kedalam operasi langsung sehari-hari dan menyediakan umpan balik untuk mengevaluasi dan mengendalikan kinerja.

Analisis Biaya

Teknik analisis biaya mencakup analisis impas, analisis biaya komperatif, analisis pengeluaran modal, dan teknik penganggaran. Setelah menentukan apa

yang sesungguhnya terjadi, akuntan harus mengidentifikasi alternatif-alternatif yang ada. Selanjutnya mereka menggunakan pertimbangan profesional untuk menerapkan dan menginterpretasikan hasil dari setiap teknik kalkulasi biaya. Sebagai contoh meskipun analisis impas dapat menunjukkan kapasitas pada saat operasi akan menguntungkan namun analisis mengasumsikan kondisi yang statis, yaitu harga jual dan beban-beban adalah konstan. Namun faktor-faktor tersebut akan terus konstan dalam dunia nyata. Sebaliknya inflasi, penawaran, dan permintaan harga jual beban bervariasi.

Pendekatan biaya manfaat, berdasarkan analisis biaya dan tingkat rehabilitas yang diinginkan, jika perusahaan menginginkan catatan yang terinci dengan tingkat akurasi yang tinggi, maka manager harus menyediakan tambahan biaya. Namun manager harus menggunakan analisis biaya dan teknik pengendalian hanya jika manfaat dan antisipasi dalam membantu pencapaian tujuan manajemen melebihi biayanya. Ini merupakan kriteria pokok untuk memelihara diantara berbagai alternatif pendekatan akuntansi disebut pendekatan biaya manfaat.

C.METODOLOGI PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data kuantitatif yaitu data yang dinyatakan dalam bentuk angka yang merupakan hasil dari perhitungan analisis pendapatan.
2. Data sekunder merupakan data yang sudah tersedia sehingga peneliti tinggal mencari dan mengumpulkan data sekunder dapat kita peroleh dengan lebih mudah dan cepat karena sudah tersedia.

Populasi dan Sampel Penelitian

Dalam metode penelitian populasi digunakan untuk menyebutkan sekelompok objek yang menjadi sasaran penelitian.

Populasi

Menurut Sugiyono (2014:148) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulannya.

Dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan yang berjumlah 120 orang.

Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono 2016:116). Pengambilan sebagian itu dimaksudkan sebagian representatif dari

seluruh populasi, sehingga kesimpulan juga berlaku bagi keseluruhan populasi.

Penentuan jumlah sampel yang diambil sebagai responden dengan menggunakan rumus slovin sebagai berikut :

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

Keterangan :

n = Ukuran Sampel
N = Ukurn populasi
E = Persentasi kelonggaran kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditilirir, misal 10% atau 0,10.

Dengan rumus diatas diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{120}{1 + 120(0,10)^2} = 55 \text{ orang}$$

Berdasarkan rumus Slovin tersebut, peneliti menetapkan sampel sebanyak orang dengan taraf kesalahan 10% teknik pengambilan sampel menggunakan metode purposive sampling, yaitu teknik pengambilan sampel dengan tujuan tertentu.

1.1 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dilakukan penulis adalah kuesioner dan observasi. Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang dilakukan ada beberapa cara, yaitu :

1.1.1 Kuesioner

Merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis pada responden yang menjadi pelanggan PDAM. Tirtanadi Cabang Tuasan Medan dengan mengisi serta mengikuti panduan yang ada pada kuesioner.

Adapun prosedur dalam metode pengumpulan data ini, yaitu : membagikan kuesioner tersebut, lalu responden diminta mengisi kuesioner pada lembar jawaban yang telah disediakan, kemudian lembar kuesioner dikumpulkan, diseleksi, diolah dan dianalisis.

1.1.2 Observasi

Merupakan proses pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan langsung pada objek penelitian. Hal ini dilakukan guna mendukung hasil kuesioner dan wawancara.

Setelah pengumpulan data selesai, maka dilanjutkan dengan tahap pengolahan data. Adapun tahap pengolahan data yang digunakan yaitu:

1. Pengeditan (*Editing*)

Proses pengeditan di dalam penelitian ini merupakan proses yang bertujuan supaya data yang telah dikumpulkan dapat:

- 1) Memberikan kejelasan sehingga mudah dibaca, hal ini memiliki pengertian bahwa pengeditan data

yang sempurna akan membuatnya lebih jelas dan mudah dibaca sehingga membuat data mudah dimengerti.

- 2) Lengkap, hal ini memiliki pengertian bahwa seberapa banyak data yang hilang dari kuesioner atau wawancara yang telah dilakukan. Data yang hilang kemungkinan besar dikarenakan responden menolak menjawab pertanyaan-pertanyaan tertentu.

2. Pemberian Kode (*Coding*)

Proses pemberian kode dalam penelitian ini merupakan suatu cara untuk memberikan kode tertentu terhadap bermacam-macam jawaban dari kuesioner yang telah disebar guna dikelompokkan pada kategori yang sama. Pengkodean ini berarti menerjemahkan data ke dalam kode dan secara lebih lanjut akan dianalisis melalui program komputer.

3. Pemberian Skor (*Scoring*)

Proses penentuan skor atas jawaban yang dilakukan dengan membuat

klasifikasi dan kategori yang sesuai tergantung pada anggapan atau pendapat dari responden. Dalam penelitian ini proses yang dilakukan dengan memberikan tingkatan skor. Skor pengukuran dengan menggunakan skala *likert*, yaitu:

Tabel 3.2

Skala *Likert*

No	Jawaban Responden	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Kurang Setuju	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

4. Tabulasi (*Tabulating*)

Pada penelitian ini tabulasi merupakan tahap pengumpulan data dengan pengelompokkan atas jawaban yang diteliti ke dalam bentuk tabel. Dengan adanya tabulasi dapat diketahui jumlah individu yang menjawab pertanyaan tertentu sehingga dapat dianalisis secara kuantitatif.

D. PEMBAHASAN

Nilai F_{hitung} sebesar $12,387 > 2,78$ F_{tabel} 2.78 dengan taraf signifikan sebesar $0.000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan hipotesis (H_0) diterima yaitu kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan kebijakan tarif berpengaruh dan signifikan terhadap

kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan Medan.

Dari tabel 4.15, didapat persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 15,304 + (0,045) + 0,565$$

Untuk menginterpretasi hasil dari analisis tersebut, dapat diterangkan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta sebesar 15,304 dengan parameter positif menunjukkan bahwa semua variabel bebas (kualitas pelayanan) dianggap konstan atau tidak mengalami perubahan dan (kebijakan tarif) dianggap konstan atau mengalami perubahan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Nilai koefisien regresi X_1 yaitu kualitas pelayanan sebesar 0,045 dengan nilai signifikan 0,765 artinya jika dimensi X_1 mengalami peningkatan, maka kepuasan pelanggan akan naik dengan asumsi variabel lain konstan.
3. Nilai koefisien regresi X_2 yaitu kebijakan tarif sebesar 0,565 dengan nilai signifikan 0,000 artinya jika dimensi X_2 mengalami peningkatan, maka kepuasan pelanggan akan naik dengan asumsi variabel lain konstan.
4. Standar error sebesar 5,669 artinya seluruh variabel yang dihitung dalam uji SPSS memiliki tingkat pengganggu sebesar 5,669.

Dari hasil pengujian regresi linear berganda $Y = 15,304 + 0,045X_1 + 0,565X_2$. Dari persamaan regresi dapat dijelaskan sebagai berikut: b_0 = konstant = 15,304 menunjukkan besarnya nilai dari variabel kepuasan pelanggan (Y). Apabila nilai variabel kualitas pelayanan (X_1) dan

kebijakan tarif (X_2) sama dengan nol atau konstan, maka Y sebesar 15,304.

b_1 = koefisien regresi untuk kualitas pelayanan (X_1) = 0,045 berdasarkan koefisien regresi kualitas pelayanan (X_1) sebesar = 0,045 dan bertanda positif. Hal tersebut menunjukkan tidak adanya perubahan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

b_2 = koefisien regresi untuk kebijakan tarif (X_2) = 0,565 berdasarkan koefisien regresi kebijakan tarif (X_2) sebesar = 0,565 dan bertanda positif. Hal tersebut menunjukkan adanya perubahan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Selanjutnya, hasil pengujian persial (T) kualitas pelayanan 0,301 didapat nilai t-hitung = 0,301 < t-tabel 1,67 dan kebijakan tarif didapat t-hitung = 3,995 > t-tabel 1,67 dengan signifikan 0,000 < 0,05, maka dapat disimpulkan H_0 diterima dan H_1 ditolak yang artinya kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan kebijakan tarif berpengaruh positif dan signifikan secara persial terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan Medan.

Dari penelitian yang telah dilakukan, diperoleh bahwa rutinitas kualitas pelayanan tidak mempunyai pengaruh dan kebijakan tarif berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan Medan.

Berdasarkan hasil penelitian dapat diketahui bahwa kedua variabel bebas yang diteliti yaitu kualitas pelayanan tidak berpengaruh secara signifikan dan kebijakan tarif berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Assauri, Sofjan. 2016.
Manajemen Operasi Produksi. Edisi Ketiga:
Penerbit PT. Raja Grafindo Persada.

Bustami, Bastian. 2013.
Akutansi Biaya. Edisi Keempat:
Penerbit Mitra Wacana Media Jakarta.

Fattah,
Nanang. 2016. *Manajemen Strategik*. Cetakan
Kedua: Penerbit PT. Remaja Rosdakarya.

Herlambang, Susatyo. 2014. *Basic
Marketing*. Cetakan Pertama: Penerbit KDT
Yogyakarta.

Lupiyoadi, Rambat. 2013.
Manajemen Pemasaran Jasa. Edisi Ketiga:
Penerbit Selemba Empat.

Limakrisna, Nandan, dkk. 2012.
Manajemen Pemasaran. Jakarta:
Penerbit Mitra Wacana Media.

Mulyadi. 2015.
*Ekonomi Sumber Daya Manusia Dalam Pers
pektif Pembangunan*. Jakarta: Penerbit
Raja Grafindo Persada.

Reyburn, L. Gayle. 2015.
*Akutansi Biaya Dengan Menggunakan Pende
katan Manajemen Biaya*. Yogyakarta:
Penerbit Graha Ilmu.

Siregar, Baldrick. 2013. *Akutansi Biaya*.
Jakarta: Penerbit Selemba Empat.

Hal tersebut berarti PDAM Tirtanadi
Cabang Tuasan Medan harus meningkatkan
prestasi kerjanya untuk meningkatkan
serta mempertahankan kepuasan pelanggan
pada PDAM Tirtanadi Cabang Tuasan
Medan.

Subagyo, Ahmad. 2010. *Marketing in
business*. Jakarta: Penerbit Mitra Wacana
Media.

Sutoyo, Danang. 2014. *Dasar-
dasar Manajemen Pemasaran*. Penerbit
CAPS (Center of Academic Publishing
Service)

Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian*.
Bandung: Penerbit Alfabeta

Sugiyono. 2016. *Metodologi Penelitian*.
Bandung : Alfabeta

Sugiyono. 2017. *Metodologi Penelitian*.
Bandung : Alfabeta

Tjiptono, Fandy. 2015. *Service Quality &
Satisfaction*. Yogyakarta: Penerbit Andi
Offset.

Tjiptono, Fandy dan Chandra Gregorius.
2012. *Pemasaran Strategik*. Penerbit Andi
Offset.

Wijaya, Tony. 2018.
Manajemen Kualitas Jasa. Jakarta:
Penerbit Bambang Sarwiji.

Wahyu. 2009.
Manajemen Operasi Jasa. Cetakan pertama:
penerbit Graha Ilmu.

Zulkarnaen. 2012. *Ilmu Menjual*.
Yogyakarta: Penerbit Graha Ilmu.