TESIS

PENGARUH INOVASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PERUMDA AIR MINUM KOTA MAKASSAR

Indira Mulyasari Paramastuti Ilham

2230231002

PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN

UNIVERSITAS FAJAR

2024

PENGARUH INOVASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PERUMDA AIR MINUM KOTA MAKASSAR

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh
Gelar Master Pascasarjana pada Program Studi Manajemen

Indira Mulyasari Paramastuti Ilham

2230231002

PROGRAM PASCASARJANA MAGISTER MANAJEMEN

UNIVERSITAS FAJAR

2024

TESIS

PENGARUH INOVASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PERUMDA AIR MINUM KOTA MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh

INDIRA MULYASARI PARAMASTUTI ILHAM
2230231002

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis
Pada tanggal **15 Mei 2024** dan
Dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

MENYETUJUI
TIM PEMBIMBING,

Ketua,	**Anggota,**
Dr. Nurmadhani Fitri Suyuthi, SE., M.Si	Dr. Muliyadi Hamid, SE., M.Si

Program Magister Manajemen.

Ketua program Studi,	**Dekan Fakultas Pascasarjana,**
Dr. Nurmadhani Fitri Suyuthi, SE., M.Si	Dr. Ir. Mujahid, SE., MM

TESIS

PENGARUH INOVASI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PERUMDA AIR MINUM KOTA MAKASSAR

Disusun dan diajukan oleh

INDIRA MULYASARI PARAMASTUTI ILHam
2230231002

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis
Pada tanggal **15 Mei 2024** dan
Dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui
Dewan Penguji,

No.	Nama Penguji	Jabatan	Tanda Tangan
1	Dr. Nurmadhani Fitri Suyuthi, SE., M.Si	Ketua	
2	Dr. Muliyadi Hamid, SE., M.Si	Sekretaris	
3	Dr. Ir. Mujahid, SE., MM	Anggota	
4	Dr. Abdul Samad A, SE, M.Si	Anggota	
5	Dr. Sri Adrianti Muin, SE., M.Si	Anggota	

Ketua Program Studi
Magister Manajemen
Fakultas Pascasarjana
Universitas Fajar

Dr. Nurmadhani Fitri Suyuthi, SE., M.Si

Pernyataan Keaslian

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama	: Indira Mulyasari Paramastuti Ilham
NIM	: 2230231002
Program Studi	: Manajemen

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya, bahwa tesis yang berjudul: *Pengaruh Inovasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar*

adalah karya ilmiah saya sendiri dan sepanjang pengetahuan saya di dalam naskah tesis ini, tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka. Apabila dikemudian hari ternyata di dalam naskah ini dapat dibuktikan terdapat unsurunsur jiplakan, saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut dan diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Makassar, Maret 2024

Yang menyatakan

Indira Mulyasari Paramastuti Ilham

PRAKATA

Puji dan Syukur yang tak henti-hentinya pada Allah SWT atas segala Berkah dan Rahmat Nya, yang selalu menjadi tempat mengadu dan berkeluh kesah selama proses penelitian ini.

Terima Kasih yang tak terhingga pula peneliti haturkan kepada:

1. Orang Tua Tercinta , Bapak Ilham Muharram Djaya dan Ibu Mulyanti Ilham, yang tak henti-hentinya Berdoa untuk kelancaran segala aktivitas anakanaknya. Dan Tesis ini akan menjadi kejutan buat kedua orang tua peneliti, ternyata anaknya sudah akan menyelesaikan Pendidikan Magister nya.
2. Anak-anak peneliti Nameera Nura Alinda, Anand Omar Surya, Medina Aisyah Alinda, yang selalu hadir memberikan keceriaan dalam hidup peneliti, dengan segala komentar “Kenapa Mami seneng banget belajar” tetapi tetap menjadi penyemangat bagi peneliti.
3. DIA yang selalu ada mengisi hari-hari ku dalam suka dan duka, tetapi selalu membahagiakan.
4. Bapak DR. Muliyadi Hamid, SE, M.Si sebagai Rektor Universita Fajar Makassar sekaligus dosen dan pembimbing peneliti atas support, bimbingan, pengertian serta kebaikan hati beliau sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian ini.
5. Bapak DR. Ir. Mujahid, SE, MM sebagai Dekan Fakultas Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen Universitas Fajar Makassar

sekaligus dosen dan penguji peneliti yang selalu sabar dan pengertian memberikan support kepada peneliti selama menjadi mahasiswi dan sampai pada tahap ini.

6. Ibu DR. Nurmadhani Fitri Suyuthi, SE, M.Si sebagai Kaprodi Fakultas Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen sekaligus dosen dan pembimbing peneliti, yang telah membuat peneliti memutuskan untuk mendaftar sebagai mahasiswi pada Universitas Fajar Makassar, yang juga selalu mempunyai waktu untuk peneliti berkomunikasi, memberikan support dan bimbingannya sehingga peneliti bisa menyelesaikan penelitian ini.
7. Bapak DR. Abdul Samad A, SE, M.Si sebagai dosen dan penguji peneliti, atas support, masukan dan bimbingan kepada peneliti selama peneliti menjadi mahasiswi dan hingga penyelesaian penelitian ini.
8. Bapak dan ibu Dosen Fakultas Pascasarjana Program Studi Magister Manajemen Universitas Fajar Makassar yang telah sabar dan pengertian, dengan segenap support memberikan ilmu-ilmu nya kepada peneliti selama menjadi mahasiswi.
9. Bapak Beni Iskandar, SH Direktur Utama dan segenap jajaran Direksi dan Pejabat Perumda Air Minum Kota Makassar yang selalu memberikan support dan kelonggaran waktu kepada peneliti selama menjalani masa perkuliahan.
10. My Support System – Sahabat ku Poetri Soeryaningrum yang selalu mendengar keluhan peniliti, Sobat Dirum Mega, Ipul, Echa, Om Nonk,

Ikbal yang selalu direpotkan dengan segala urusan-urusan penelitian ini.

11. Geng Masa Weh dr.Irham, Farah, Aci, dr. Wawan, Fadhil, imam, July yang selalu membawa keceriaan dalam keseharian peneliti.
12. Seluruh pihak yang tidak bisa peneliti sebutkan satu persatu, yang selalu menemani, membantu, dan memotivasi peneliti dalam segala hal.

Proses ini adalah proses yang tidak mudah tetapi selalu ada motivasi dan penyemangat dari semua pihak yang tentunya membawa peneliti sampai ke tahap ini. Semoga peneliti bisa melanjutkan ke jenjang Pendidikan selanjutnya tentunya dengan semangat yang sama atau bahkan lebih. Semoga apa yang kita lakukan selalu membawa berkah dan menjadi Amal Ibadah untuk kita semua. Amin Ya Rabbal Alamin.

Makassar, 2024

Indira Mulyasari Paramsatuti Ilham

ABSTRAK

Indira (2024). Pengaruh Inovasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar.
Pembimbing (Nurmadhani Fitri Suyuthi dan Muliyadi Hamid)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kesesuaian pengaruh inovasi dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar. Pengumpulan data menggunakan data primer yang diperoleh dari kusioner dengan menggunakan sampel jenuh *random sampling,* telah diuji validitas dan reliabilitasnya, juga telah diuji asumsi klasik berupa Normalitas, Multikolinearitas dan Heteroskedastisitasnya. Metode analisis data menggunakan tehnik analisis deskriptif, analisis koefisien determinasi (R2), analisis regresi berganda, pengujian parsial (uji t) dan uji simutan (uji f).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar. Variabel kualitas pelayanan tikda berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar. Dan variabel inovasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar.

Kata Kunci : Inovasi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Indira (2024). The Influence of Innovation and Service Quality on Customer Satisfaction of Perumda Air Minum Makassar City.
Supervisors (Nurmadhani Fitri Suyuthi and Muliyadi Hamid)

This research aims to determine the suitability of the influence of innovation and service quality on customer satisfaction at Perumda Air Minum Makassar City. Data collection uses primary data obtained from questionnaires using saturated random sampling, its validity and reliability have been tested, and classical assumptions in the form of Normality, Multicollinearity and Heteroscedasticity have also been tested. The data analysis method uses descriptive analysis techniques, coefficient of determination analysis (R2), multiple regression analysis, partial testing (t test) and simutant test (f test).

The results of this research show that the Innovation variable has a positive and significant effect on customer satisfaction at Perumda Air Minum Makassar City. The service quality variable does not influence customer satisfaction at Perumda Air Minum Makassar City. And the innovation and service quality variables simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction at Perumda Air Minum Makassar City.

Keywords: Innovation, Service Quality and Customer Satisfaction

DAFTAR ISI

HALAMAN PERSETUJUAN i

HALAMAN PENGESAHAN ii

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN iii

PRAKATA iv

ABSTRAK vii

ABSTRACT viii

DAFTAR ISI..... ix

DAFTAR TABEL xi

DAFTAR GAMBAR xii

BAB I PENDAHULUAN..... 1

A. Latar Belakang Masalah..... 1

B. Rumusan Masalah 10

C. Tujuan Penelitian 10

D. Manfaat Penelitian 11

E. Ruang Lingkup Penelitian 11

F. Sistematika Penulisan 12

BAB II TINJAUAN PUSTAKA 14

A. Tinjauan Teoritis..... 14

1. Konsep Inovasi 14

2. Konep Kualitas Pelayanan 19

3. Konsep Kepuasan Pelanggan 25

B. Penelitian Terdahulu 30

C. Kerangka Konseptual dan Hipotesis 35
BAB III METODE PENELITIAN..... 38
A. Desain Penelitian 38
B. Lokasi dan Tempat Penelitian 38
C. Populasi dan Sampel 39
D. Teknik Pengumpulan Data 40
E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel 41
F. Uji Instrument 43
G. Uji Asumsi Klasik 44
H. Metode Analisis 45
I. Uji Hipotesis 47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN 49
A. Hasil Penelitian 49
B. Pembahasan 86
C. Interpretasi Hasil Penelitian 91
BAB V PENUTUP 96
A. Kesimpulan 96
B. Saran 96
DAFTAR PUSTAKA 99

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Klasifikasi Golongan Tarif Pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar 4

Tabel 1.2 Data Pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar Per Kecamatan (Sumber Data GIS Perumda Air Minum Kota Makassar Per Des 2023) 7

Tabel 3.1 Pengukuran Variabel 42

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .. 74

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia..... 75

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan 76

Tabel 4.4 Analisis Statistik Deskriptif 77

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Inovasi (X1)..... 79

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2) 80

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y) 81

Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas 82

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas 84

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas 85

Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastisitas 86

Tabel 4.12 Analisis Regresi Berganda 87

Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (Uji T)..... 88

Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R2) 90

Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan (Uji F) 91

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Wilayah Pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar (Data Per Des 2023) 8

Gambar 2.1 Proses Inovasi 16

Gambar 2.2 Kerangka Konseptual 35

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Air Minum Kota Makassar merupakan salah satu Perusahaan milik Pemerintah Kota Makassar, yang bergerak dalam distribusi air bersih bagi masyarakat umum Kota Makassar. Perumda Air Minum adalah BUMD yang diawasi dan dimonitoring oleh pihak Eksekutif dan Legislatif.

Seiring dengan pertumbuhan dan perkembangan populasi penduduk di Kota Makassar dari waktu ke waktu, maka berdampak pula pada keharusan untuk memiliki fasilitas dan infrastruktur Air Bersih yang memadai dalam jumlah dan kualitasnya sangat peting, mengngat bahwa Air Bersih merupakan kebutuhan dasar yang sangat esensial bagi kelangsungan hidup manusia, baik dari segi kesehatanmaupun sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi.

Kemungkinan peningkatan kebutuhan Air Bersih diyakini akan terus meningkat seiring dengan pertumbuhan populasi, perkembangan budaya dan kemajuan teknologi. Oleh karena itu, penyediaan air bersih dan manajemen kepuasan pelanggan menjadi fokus utama yang sangat mendesak untuk ditangani karena belum semua masyarakat menkmati layanan Air Bersih yang memadai. Permintaan air bersih terus meningkat seiring dengan urbanisasi masyarakat, sehingga tuntutan akan layanan air bersih yang lebih baik juga semakin meningkat. Oleh karena itu,

sumber daya air harus dilindungi agar tetap dapat bermanfaat bagi hidup dan kehidupan (Selintung, 2011).

Pelayanan sangat berkaitan dengan inovasi yang merupakan produk atau pengembangan lebih lanjut merupakan langkah yang menggabugkan semua interaksi baru dalam pembuatan dan pengelolaan penawaran, lebih disukai melalui interaksi yang sebelumnya dapat diakses (Adypurnawti & Hariani, 2019). Peningkatan layanan dapat dijelaskan sebagai bentuk layanan atau proses layanan yag bergantung pada penggunaan teknologi dan teknik metodis. Inovasi atau terobosan yang telah dilakukan oleh Perumda Air Minum Kota Makassar yang secara tehnis telah diterapkan guna memudahkan pelanggan dalam transaksi pembayaran dan inovasi dalam pemerataan serta penambahan tekanan air pada wilayah-wilayah tertentu. Inovasi pembayaran yang dulunya hanya bisa melakukan pembayaran secara offline kini sudah bisa bertransaksi secara *online* melalui bank, mbanking dan *ecommerce* lainnya. Dan inovasi pemerataan dan penambahan tekanan Perumda Air Minum Kota Makassar melakukan inovasi dengan pemasangan pompa Inline di wilayah Utara dan Timur Kota. Selain daripada itu inovasi terkait dengan kualitas pelayanan yang telah diterapkan oleh Perumda Air Minum Kota Makassar adalah dengan pengaduan yang dulunya berbasis offline kini menjadi berbasis *online* seperti via hottline, WA dan media sosial, sehingga memudahkan para pelanggannya dalam mengadukan keluh kesahnya kepada Perumda Air

Minum Kota Makassar. Selain itu juga, respon dari Perumda Air Minum Kota Makassar secara cepat merespon keluh kesah atau pengaduan pelanggannya yang kurang dari 1 jam dengan membentuk Tim Quick Respon yang berkoordinasi langsung dengan Kantor Wilayah. Kini pengaduan pelayanan pelanggan baru dalam bidang ini, dianggap sebagai layanan baru atau peningkatan layanan untuk memuaskan pelanggan.

Pelayanan Perumda Air Minum Kota Makassar yang telah diberikan kepada pelanggan ini juga menjadi salah satu isu penting, sehingga kepuasan pelanggan perlu dilakukan penelitian dengan mengevaluasi kinerja pelayanan Perumda Air Minum Kota Makassar terhadap pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan suatu prioritas pelayanan air minum yang harus diberikan Perumda Air Minum Kota Makassar untuk memperluas jangkauan pelayanan air minumnya, terutama untuk masyarakat yang pendistribusian airnya masih sulit. Dimana kita tahu bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat kesempurnaan yang diharapkan dan pengendalian atas kesempurnaan tersebut untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan (Tjiptono, 2017).

Pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar yang saat ini telah terlayani Air Bersih, diklasifikasikan dalam beberapa golongan yang menentukan Tarif yang akan berlaku pada pelanggan tersebut.

Adapun klasifikasi golongan tarif pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.1 Klasifikasi Golongan Tarif Pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar

GOLONGAN TARIF		URAIAN GOLONGAN PELANGGAN
1.	Sosial S1	Golongan pelanggan yang setiap harinya memberikan pelayanan untuk kepentingan umum, khususnya bagi masyarakat yang berpenghasilan rendah, antara lain: Rumah Ibadah, Hidran Umum
2.	Sosial S2	golongan pelanggan yang setiap harinya memberikan pelayanan untuk kepentingan umum, khususnya bagi masyarakat serta mendapatkan sumber dana sebahagian dari kegiatannya, antara lain: Yayasan Sosial, Puskesmas
3.	Sosial S3	golongan pelanggan yang setiap harinya memberikan pelayanan untuk kepentingan umum, khususnya bagi masyarakat serta mendapatkan sumber dana sebahagian besar atau seluruhnya dari kegiatannya, antara lain: Rumah Sakit/Klinik Pemerintah tipe C, Kantor Organisasi Massa/Parpol.
4.	Rumahtangga R1	golongan pelanggan yang mempunyai rumah yang hanya berfungsi sebagai tempat tinggal dan memenuhi kriteria antara lain: Luas bangunan ≤ 36 m^2 yang berlokasi di permukiman, terletak di jalan lingkungan dan jalan tertier.
5.	Rumahtangga R2	golongan pelanggan yang mempunyai rumah yang hanya berfungsi sebagai tempat tinggal dan memenuhi kriteria antara lain: Luas bangunan > 36 m^2 s.d ≤ 54 m^2 yang berlokasi di permukiman, terletak di jalan lingkungan dan jalan tertier serta R1 yang mempunyai kegiatan usaha.
6.	Rumahtangga R3	golongan pelanggan yang mempunyai rumah yang hanya berfungsi sebagai tempat tinggal dan memenuhi kriteria antara lain: Luas bangunan > 36 m^2 s.d ≤ 54 m^2 yang berlokasi di permukiman, terletak di jalan sekunder 3 dan jalan sekunder 2 serta R2 yang mempunyai kegiatan usaha.
7.	Rumahtangga R4	golongan pelanggan yang mempunyai rumah yang hanya berfungsi sebagai tempat

		tinggal dan memenuhi kriteria antara lain: Luas bangunan > 36 m^2 s.d ≤ 54 m^2 yang berlokasi di permukiman, terletak di jalan sekunder 1 serta R3 yang mempunyai kegiatan usaha.
8.	Rumahtangga R5	golongan pelanggan yang mempunyai rumah yang hanya berfungsi sebagai tempat tinggal dan memenuhi kriteria sebagai berikut: Luas bangunan > 36 m^2 s.d ≤ 54 m^2 yang berlokasi di permukiman, terletak di jalan utama serta R4 yang mempunyai kegiatan usaha.
9.	Rumahtangga R6	golongan pelanggan yang mempunyai rumah yang hanya berfungsi sebagai tempat tinggal dan memenuhi kriteria antara lain: Luas bangunan > 54 m^2 s.d ≤ 70 m^2 yang berlokasi di permukiman, terletak di jalan utama serta R5 yang mempunyai kegiatan usaha.
10.	Rumahtangga R7	golongan pelanggan yang mempunyai rumah yang hanya berfungsi sebagai tempat tinggal dan memenuhi kriteria antara lain: Luas bangunan > 70 m^2 s.d ≤ 100 m^2 yang berlokasi di permukiman, terletak di jalan utama serta R6 yang mempunyai kegiatan usaha.
11.	Rumahtangga R8	golongan pelanggan yang mempunyai rumah yang hanya berfungsi sebagai tempat tinggal dan memenuhi kriteria antara lain: Luas bangunan > 100 m^2 yang berlokasi dipermukiman, terletak di jalan utama serta R7 yang mempunyai kegiatan usaha.
12.	Konsulat R9	golongan pelanggan pada kantor konsulat dan kedutaan.
13.	Instansi Pemerintah R10	golongan pelanggan pada kantor instansi pemerintah,
14.	Balai Latihan/Pertemuan R11	golongan pelanggan pada gedung/balai pelatihan, asrama haji, balai pertemuan.
15.	Niaga N1	golongan pelanggan yang kegiatan setiap harinya berhubungan dengan suatu usaha yang dapat menghasilkan keuntungan dalam skala (Niaga Kecil) antara lain: Bengkel/Servis Motor kecil, Toko Obat.

16.	Niaga N2	golongan pelanggan yang kegiatan setiap harinya berhubungan dengan suatu usaha yang dapat menghasilkan keuntungan dalam skala (Niaga Sedang) antara lain: Rumah Makan/restoran sedang, Klinik Swasta.
17.	Niaga N3	golongan pelanggan yang kegiatan setiap harinya berhubungan dengan suatu usaha yang dapat menghasilkan keuntungan dalam rentan skala (Niaga Sedang dan Besar) antara lain: Hotel bintang 1-2, Perusahaan Ekspedisi.
18.	Niaga N4	golongan pelanggan yang kegiatan setiap harinya berhubungan dengan suatu usaha yang dapat menghasilkan keuntungan dalam skala (Niaga Besar) antara lain: Hotel bintang 3-5, Hypermarket (mal).
19.	Industri I1	golongan pelanggan yang kegiatan/usaha setiap harinya merubah suatu barang menjadi barang yang lebih tinggi nilainya untuk mendapatkan keuntungan dalam skala kecil antara lain: Industri rumahtangga, Peternakan Kecil/Unggas.
20.	Industri I2	golongan pelanggan yang kegiatan/usaha setiap harinya merubah suatu barang menjadi barang yang lebih tinggi nilainya untuk mendapatkan keuntungan dalam skala besar antara lain: Industri Otomotif, Pabrik Makanan dan Minuman.
21.	Khusus K1	golongan pelanggan yang mempunyai jaringan pipa ditarik secara khusus untuk suatu kegiatan/usaha dan pelanggan dengan pembelian air curah antara lain: BUMD Air Minum, Perumahan Non Komersial.
22.	Khusus K2	golongan pelanggan yang mempunyai jaringan pipa ditarik secara khusus untuk suatu kegiatan/usaha dan pelanggan dengan pembelian air curah antara lain: Tempat Wisata Tertutup/Terbuka
23.	Khusus K3	golongan pelanggan yang mempunyai jaringan pipa ditarik secara khusus untuk suatu kegiatan/usaha dan pelanggan dengan pembelian air curah antara lain: Kawasan/Gedung Perkantoran BUMN/BUMD/Swasta Berskala Besar

24.	Khusus K4	golongan pelanggan yang mempunyai jaringan pipa ditarik secara khusus untuk suatu kegiatan/usaha dan pelanggan dengan pembelian air curah antara lain: Pelabuhan Laut/Udara.

Pada tabel di atas, dapat kita ketahui bahwa kebutuhan Air Minum berdasarkan golongan tarif yang berbeda-beda sesuai dengan uraian golongan pelanggan.

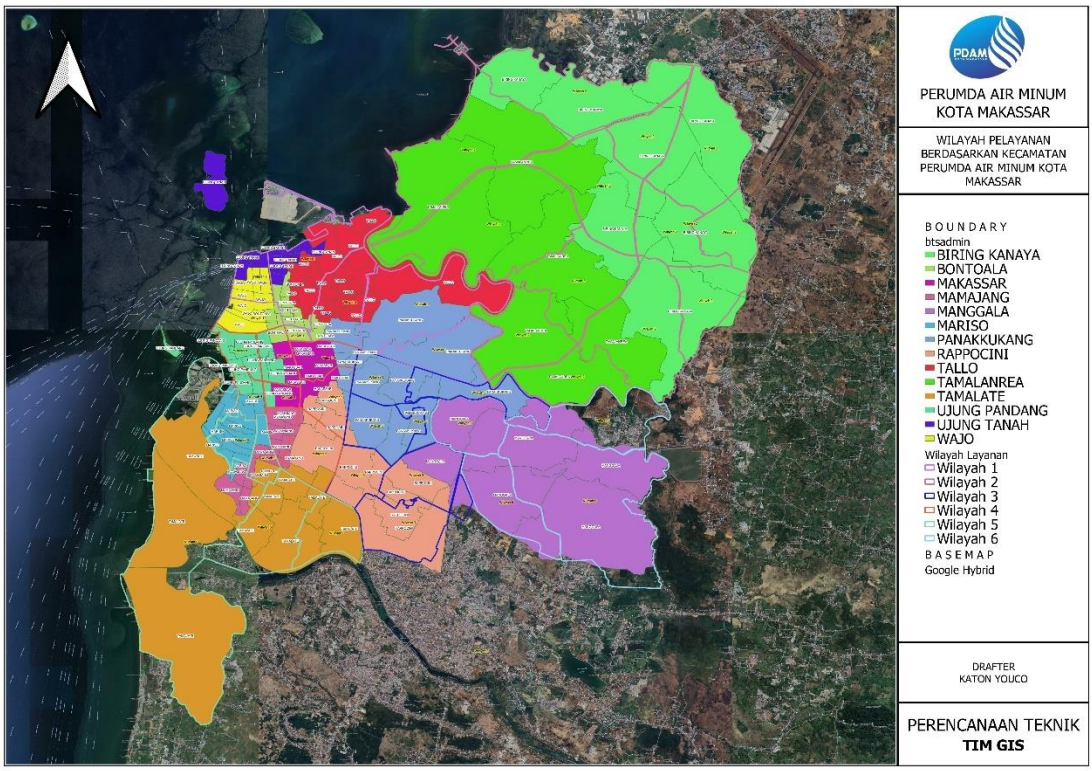
Adapun data Jumlah Pelanggan per kecamatan Perumda Air Minum Kota Makassar itu sendiri, dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.2 Data Pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar Per Kecamatan (Sumber Data GIS Perumda Air Minum Kota Makasar Per Des 2023)

	Wilayah						
Kecamatan	**WP.1**	**WP.2**	**WP.3**	**WP.4**	**WP.5**	**WP.6**	**Grand Total**
BIRING KANAYA		6.340					**6.340**
BONTOALA	4.879			303			**5.182**
MAKASSAR				9.559			**9.559**
MAMAJANG				2.370	4.338		**6.708**
MANGGALA	1		5.444			19.603	**25.048**
MARISO				1.326	5.897		**7.223**
PANAKKUKANG	7.172		14.961	2.199		2	**24.334**
RAPPOCINI	1		19.654	8.269			**27.924**
TALLO	15.814						**15.814**
TAMALANREA		17.111					**17.111**
TAMALATE				513	25.749		**26.262**
UJUNG PANDANG	1			3.093	1		**3.095**
UJUNG TANAH	3.098						**3.098**
WAJO	3.499			6			**3.505**
Grand Total	**34.465**	**23.451**	**40.059**	**27.638**	**35.985**	**19.605**	**181.203**

Selain dari tabel di atas kita juga dapat melihat gambar peta dari wilayah perkecamatan pada gambar di bawah ini:

Gambar 1.1 Wilayah Pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar (Data Per Des 2023)



Pada tabel dan gambar di atas, dapat kita ketahui bahwa pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar mencapai total 181.203 pelanggan. Walaupun Perumda Air Minum Kota Makassar telah melakukan inovasi dan meningkatkan mutu layanannya, namun fenomena yang terjadi di lapangan, yakni masih banyaknya masyarakat atau wilayah-wilayah tertentu yang suplai airnya hanya sedikit atau bahkan masuk dalam kategori “Tidak Dapat Air” (TDA). Jumlah Penduduk Kota Makassar menurut data Badan Pusat Statistik tahun 2023 adalah 1.436.636 Jiwa,

dan Jumlah Pelanggan Aktif Perumda Air Minum Kota Makassar tahun 2023 adalah 181.203 SL (Sambungan Langganan) atau hanya sebesar 12,61%. Sehingga diperlukan inovasi lebih lanjut atau yang dibutuhkan masyarakat saat ini, guna untuk menambah cakupan pelayanan dan menunjang suplai air bersih di berbagai wilayah secara merata khususnya di Kota Makassar. Dimana kita tahu bahwa Kota Makassar kini menuju Kota Metropolitan dengan dinamika pertambahan dan perkembangan jumlah dan aktivitas penduduk, maka tingkat kebutuhan Air Bersih penduduk kota Makassar terus meningkat dan terus bertambah, sehingga perlu dilakukan pemenuhan kebutuhan air bersih untuk penduduk Kota Makassar.

Perumda Air Minum bisa di sebut bergerak dibidang jasa penyedia Air Bersih. Karena jasa merupakan kegiatan atau Tindakan yang dilakukan untuk konsumen/pelaingan dan Bersama konsumen/pelanggan, biasanya mencakup serangkaian Langkah, kegiatan, dan aktivitas. Gabungan seluruh Langkah atau kegiatan tersebut merupakan sebuah proses atau service experience yang dievaluasi konsumen/pelanggan, bisa baik, buruk, atau biasa saja.

Berdasarkan uraian di atas dan ditinjau langsung dalam hal ini manajemen yang terkait langsung dengan inovasi yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, penulis bermaksud untuk melakukan penelitian tesis dengan judul ”**Analisis Pengaruh Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar**”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah di atas, maka rumusan dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah inovasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar?
2. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar?
3. Apakah inovasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah dan rumusan masalah yang telah dikemukakan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh inovasi terhadap kepuasan pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayana terhadap kepuasan pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar.
3. Untuk mengetahui pengaruh inovasi dan kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Manfaat Teoritis;

a. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemetaan dan konfirmasi terhadap kepuasan pelanggan melalui inovasi dan kualitas pelayanan.
b. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti-peneliti lainnya yang melakukan penelitian dengan objek atau topik yang sama dan dapat melengkapi hasil studi sebelumnya yang belum meneliti secara komperehensif.

2. Manfaat Praktis; hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi manajemen atau pimpinan terkait dengan kepuasan pelanggan, khususnya pada Perumda Air Minum Kota Makassar

E. Ruang Lingkup Penelitian

Dalam penelitian ini penulis mengambil objek penelitian pada Perumda Air Minum Kota Makassar. Ruang lingkup penelitian ini hanya pada variabel-variabel yang berkaitan dengan manajemen strategi organisasi publik dan nirlaba pada Perumda Air Minum Kota Makassar yang berkaitan dengan inovasi secara langsung mempengaruhi kepuasan pelanggan.

F. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada tesis ini secara menyeluruh, maka perlu dikemukakan sistematika yang merupakan kerangka dan pedoman penulisan tesis. Adapun sistematika penulisannya adalah sebagai berikut:

BAB I Merupakan bab pendahuluan yang menguraikan tesis ini meliputi, latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan tesis.

BAB II Merupakan tinjauan pustaka yang menguraikan tinjauan pustaka yang berisi tentang hasil-hasil penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan dan landasan teori yang berisi tentang pembahasan pengertian inovasi dan kepuasan pelanggan.

BAB III Merupakan metode penelitian yang mengemukakan tentang metode penelitian yang dilakukan oleh penulis dalam pengembangan sistem informasi agar sistematis yang meliputi: rancangan penelitian, waktu dan lokasi penelitian, bahan dan alat, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, definisi operasional dan teknik analisis data.

BAB IV Merupakan hasil dan pembahasan yang terdiri dari gambaran hasil penelitian dan analisa, baik dari segi kualitatif, kuantitatif dan statistik. Serta pembahasan hasil penelitian.

BAB V Merupakan penutup yang terdiri dari kesimpulan dan saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan. Kesimpulan dapat dikemukakan dari masalah yang ada pada penelitian serta hasil dari penyelesaian penelitian yang bersifat analisis objektif. Sedangkan saran mencantumkan jalan keluar untuk masalah dan kelemahan yang ada pada penulisan dan saran ini tidak lepas dari ruang lingkup penelitian.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teoritits

1. Konsep Inovasi (*Innovation*)

a. Pengertian Inovasi

Pengertian inovasi secara bahasa adalah pembaharuan atau perubahan. Inovasi merupakan suatu perubahan baru yang bertujuan untuk meningkatkan. Menurut Kristiawan, dkk (2018), inovasi merupakan ide atau praktik yang dianggap abru oleh unit relevan. Iovasi adlaah objek perubahan yang merespons situasi dan kondisi yang ada. Menurut Kholifah, dkk (2021), inovasi adlaah perubahan baru yang bertujuan untuk perbaikan. Oleh karena itu, inovasi diperkenalkan melalui cara atau metode baru dari input hingga output, sehingga akan menghasilkan perubahan yang terlihat berhasil di bidang sosial maupun ekonomi.

Dari definisi tersebut, kita dapat menyimpulkan bahwa inovasi adalah ide, metode atau cara yang dianggap baru oleh seseorang atau sekelompok orang. Hal ini dapat berupa hasil penemuan atau penemuan yang digunakan untuk mencapai tujuan khusus dan memecahkan masalah tertentu (Kristiawan, dkk, 2016).

b. Jenis Inovasi dalam Sektor Publik

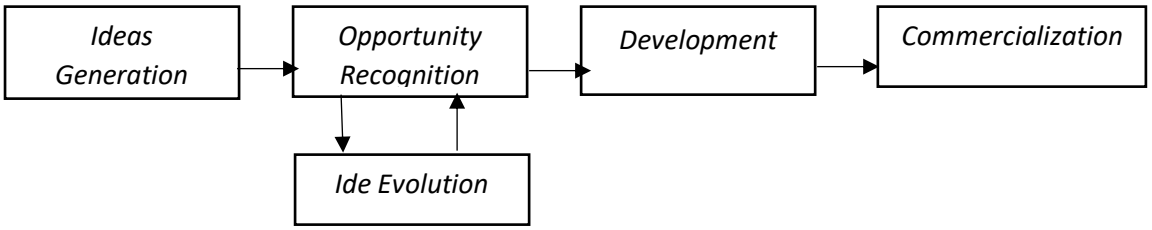
Menurut Halversen, dkk (dalam Sangkala, 2014: 30), terdapat tiga jenis spektrum inovasi di sektor publik:

1. Inovasi inkremental hingga inovasi radikal (menunjukkan tingkat perubahan, peningkatan terhadap produk, proses layanan yang telah ada)
2. Inovasi dari Atas ke Bawah menjadi inovasi dari bawah ke atas (diketahui dari mereka yang memulai proses dan mengubah perilaku dari manajemen atas atau organisasi atau institusi dalam hierarki, termasuk pekerja di tingkat bawah seperti pegawai negeri, pelayanan masyarakat, dan membuat kebijakan di tingkat menengah)
3. Inovasi yang dipimpin oleh oleh kebutuhan dan inovasi yang dipimpin oleh efisiensi (dapat dikenali dari apakah proses inovasi dimulai untuk menyelesaikan maslaah tertentu atau untuk membuat produk, layanan, atau prosedur yang sudah ada menjadi lebih efisien)

c. Proses Inovasi

Dalam melakukan inovasi, ada beberapa tahapan proses yang harus dilkukan. Menurut Luecke (2013), terdapat lima proses inovasi, yaitu Generasi ide, Pengenal Peluang, Pengembangan, Komersialisasi, dan Evaluasi Ide. Berikut adaah pembahasan dari masing-masing proses tersebut:

Gambar 2.1 Proses Inovasi



1. *Idea Generation*

   Pada tahap ini, tahap awal dari proses inovasi dimulai, yaitu munculnya ide-ide untuk menciptakan sesuatu yang baru. Ide-ide dapat ditemukan melalui:

   a. Pengetahuan baru
   b. Mengetuk ide dari pelanggan
   c. Belajar dari pengguna utama
   d. Desain empatik
   e. Penemuan pabrik
   f. Inovasi pasar terbuka

2. *Opportunity Recognition*

   Dengan adanya kesempatan, kita perlu memulai menginkubasi ide (menyiapkannya dan mengkondisikannya) agar proses seleksi nantinya lebih mudah. Pertanyaan yang terkait dengan proses seleksi ide:

   a. Apakah ide sesuai?
   b. Apakah perusahaan memiliki tekhnikal *know-how* untuk membuat ide berfungsi>

c. Apakah ide dapat merepresentasekan nilai sebagai pelanggaran?
d. Apakah kira-kira ide sesuai dengan strategi perusahaan atau tidak?
e. Apakah ide memiliki nilai dari perspektif biaya

3. *Idea Evolution*

Idea-idea yang terpilih akan dievaluasi untuk menentukan ide yang paling layak untuk dikembangkan menjadi produk inovasi yang dapat dipasarkan.

4. *Development*

Proses pengemangan produk dimulai dari ide awal inovasi hingga menjadi produk akhir yang siap dijual. tahapan tersebut meliputi pengembangan desain fisik, desain proses, pembuatan prototype, pengujian produk, analisis pasar, dan melakukan redesain jika diperlukan.

5. *Commercialization*

Proses komersialisasi atau penjualan kepasar merupakan langkah akhir dalam proses inovasi di mana produk yang telah dikembangkan oleh perusahaan dengan baik dijual ke pasar.

d. Indikator Inovasi

Dalam penelitian ini, indikator inovasi menurut Timbul Dompak (2018) yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

1. Keunggulan relatif (*Relative Advantage*)

   Seberapa besar peran inovasi dalam kemajuan secara signifikan dibandingkan dengan perbaikan dari sebelumnya dapat dilihat dari karakteristiknya.

2. Kompatibilitas (*Compatibility*)

   Ciri-ciri inovasi perlu diperbaiki agar biaya dari layanan sebelumnya tidak terbuang percuma dan dapat digunakan untuk menandai pola inovasi dalam mengganti gagasan-gagasan baru.

3. Kerumitan (*Complexity*)

   Atribut yang rumit ini menunjukkan tingkat perkembangan yang bisa dirasakan dan dicapai oleh penduduk setempat sebagai konsumen.

4. Kemampuan Diujicobakan (*triability*)

   Unsur-unsur yang menunjukkan peningkatan harus melalui proses yang mendasar dalam menguji konsep kemajuan dengan tujuan untuk menciptakan perubahan positif yang dirasakan oleh masyarakat setempat.

5. Kemampuan Diamati (*Observability*)

   Perkembangan yang bisa terlihat, seberapa baik agensi bekerja dan menciptakan yang lebih baik untuk menyampaikannya.

2. Konsep Kualitas Pelayanan (*Service Quality*)

a. Pengertian Kualitas Pelayanan

Pengertian kualitas layanan atau kualitas jasa berpusat pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Zeithaml et al, “Service are deeds, processes, and performance provided, comproduced, or re-created by one entity or personfor and/or with another entity or person.” Selanjutnya Menurut Lusch&Vargo, Service di definisikan sebagai “The Application of technology competence (knowledge and skills) for the benefit of another entity or the entity itself.”

Parasuraman, et al., (1998) mendefinisikan *service quality* atau kualitas layanan sebagi kesan keseluruhan tentang baik atau buruknya layanan yang diberikan oleh suatu perusahaan. Petugas layanan adalah tulang punggung perusahaan. Mereka berinteraksi langsung dengan pelanggan. mereka tidak hanya sebagai komunikator atau mediator, tetapi juga harus menciptakan citra positif perusahaan dan membantu perusahaan memahami pentingnya merawat dan mempertahankan hubungan dengan pelanggan sebagai aset yang berharga (Nandan & Wihelmus, 2015).

Parasuraman (1988) mengatakan bahwa kualitas pelayanan atau kualitas jasa adalah refleksi persepsi evaluatif konsumen

terhadap pelayanan yang diterima pada suatu waktu tertentu. Kualitas pelayanan ditentukan pada dimensi-dimensi pelayanan. Kualitas layanan menurut Goetsch dan Davis dalam (Tjiptono, 2017) adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Sedangkan menurut Utami (2016) menyatakan bahwa kualitas layanan adalah perspektif konsumen dalam jangka panjang dan merupakan evaluasi kognitif dari transfer jasa.

Berdasarkan pengertian di atas, kita dapat simpulkan bahwa kualitas layanan adalah perspektif konsumen yang berhubungan dengan produk, jasa sumber daya manusia, proses lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan dalam jagka panjang.

Kemampuan memberikan pelayanan secara profesional merupakan tuntutan yang tidak dapat ditawar lagi mengingat pelanggan dalam hal ini selalu berada pada posisi yang dirugikan, hal tersebut diperkuat dengan telah diberlakukannya UU No. 8 Tahun 1999 tentang perlindungan konsumen atau pelanggan, yang pada dasarnya mengatur hak-hak pelanggan, dimana pelanggan harus diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur, tidak diskiminatif, serta untuk didengar pendapat dan keluhannya atas barang atau jasa yang digunakannya (Kirom, 2015). Parasuraman et al, telah mengembangkan sebuah

instrument untuk mengukur kualitas pelayanan yang disebut Servqual Instrument. Pada tahun 1991 Parsuraman, Zeithml, dan Berry melakukan revisi atau perbaikan terhadap *Servqual Instrument* sebelumnya yang telah dikembangkan pada tahun 1988 dan telah diujicobakan kepada satu Perusahaan telepon, dua Perusahaan asuransi dan dua bank. Revisi dilakukan adalah pada item pernyataan untuk ekspektasi pelanggan, yang bisa menimbulkan skor ekspektasi yang tidak realistis atau terlalu tinggi. Cronin dan Taylor pun menyatakan bahwa ekspektasi pelanggan tidak perlu diukur dalam penelitian mengenai kualitas pelayanan. Hal senada diungkapkan oleh Teas, yang menyatakan bahwa konsep disconfirmation-expectation didefinisikan sebagai kesenjangan atau perbedaaan antara expected service adan actual product performance.

Tujuan Servqual adalah sebagai metodologi diagnostic untuk mengungkapkan kekuatan dan kelemahan *service quality* dalam cakupan luas. *Servqual* merupakan lankah awal yang bermanfaat bukan Solusi akhir dalam menilai dan memperbaiki *service quality*. Standar lima dimensi dari Servqual merupakan sebuah kerangka kerja untuk menelusuri service quality performance sepanjang waktu dan membandingkannya dengan kinerja. Servqual harus dilengkapi atau ditunjang dengan penelitian-penelitian tambahan

secara kualitatif maupun kuantitatif untuk mengungkap masalah timbulnya kesenjangan yang teridentifikasi oleh SERVQUAL.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Menurut Lovelock dan Wright (2015), ada beberapa faktor yang menentukan kualitas layanan, yaitu:

a. Informasi: bagaimana produk dan informasi lain disampaikan. Contohnya, Alfamart memenuhi atau cocok dengan kebutuhan konsumen. Jika konsumen menerima informasidari perusahaan atau karyawan secara jelas, maka kualitas layanan di mata konsumen akan semakin baik.
b. Konsultasi: konsultasi melalui nasihat, kolaborasi, konseling. Jika perusahaan memberikan konseling dan kolaborasi yang baik, berarti kualitas pelayanan semakin baik.
c. Menerima pesanan: cara pemesanan, seperti menjadi anggota, melalui aplikasi, dan fasilitas yang disediakan. Keberadaan anggota dan fasilitas yang memadai menunjukkan nilai tambah perusahaan di mata konsumen. Semakin mudah akses dan fasilitas, semakin besar nilai tambahnya bagi konsumen.
d. Keramahan: karyawan menunjukkan keramahan dan kesopanan, mislanya dengan memberi salam. Jika karyawan ramah dan sopan, itu menunjukkan bahwa perusahaan

tersebut memiliki layanan yang berkualitas di mata konsumennya.

e. Menjaga: memperhatikan kebutuhan konsumen seperti memberikan perhatian, menunjukkan empatikepada perusahaan, itu artinya mereka memberikan layanan yang berkualitas.

f. Pengecualian: bagaimana menyelesaikan masalah atau memberikan solusi kepada pelanggan. jika perusahaan dapat menawarkan solusi atau mengatasi maslaah pelanggan, maka perusahaan telah memenuhi harapan pelanggan.

g. Penagihan: metode penagihan, sistem aktivitas akuntansi perusahaan. Jika perusahaan memiliki metode penagihan dan aktivitas akuntansi perusahaan yang efektif, ini menunjukkan bahwa perusahaan memberikan pelayanan yang berkualitas.

h. Pembayaran: metode pembayaran seperti pembayaran langsung, debit otomatis, dan lain-lain. Semakin lengkap metode pembayarannya dan semakin mudah, akan menjadi nilai tambah bagi konsumen.

c. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman et al (1988), mengemukakan terdapat 5 indikator kualitas layanan adalah sebagai berikut:

1. Bukti Langsung (*Tangibles*)

   Bukti Langsung (*Tangibles*) merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal.

2. Keandalan (*Reliability*)

   Keandalan (*Reliability*) adalah kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

3. Ketanggapan (*Responsiveness*)

   Ketanggapan (*Responsiveness*) merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas.

4. Jaminan (*Assurance*)

   Jaminan (*Assurance*) merupakan pengetahuan kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.

5. Empati (*Empathy*)

   Empati (*Empathy*) Merupakan pemberian perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

3. Konsep Kepuasan Pelanggan (*Customer Satisfaction*)

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah suatu keadaan yang dirasakan oleh seorang pelanggan setelah ia mengalami sesuatu tindakan atau hasil dari tindakan yang sesuai dengan harapan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Menurut Lupiyoadi & Hamdani (2016) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan hasil yang dipikirkan terhadap hasil yang diharapkan. Menurut Tjiptono (2017), kepuasan pelanggan adalah respons emosional terhadap evaluasi pengalaman menggunakan produk atau jasa. Ini adalah tanggapan terhadap pengalaman yang dirasakan setelah menggunakan produk atau jasa tersebut. Sementara menurut Sudarsito (2014), kepuasan pelanggan adalah persepsi bahwa harapan pelanggan telah terpenuhi atau bahkan melebihi harpaannya. Oleh karena itu, kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai keyakinan pelanggan bahwa menggunakan produk perusahaan tertentu telah memenuhi harapannya.

Dari pengertian di atas, kita dapat simpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah kesesuaian perspektif atau ekspektasi terhadap realita dari pelanggan akan suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh perusahaan.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Sudah banyak penelitian dilakukan untuk menilai kepuasan pelanggan, meskipun ini bukan tugas yang mudah, tetapi perusahaan harus melakukannya agar pelanggan merasa puas dengan layanan yang diberikan.

Menurut Mc Carthy & Perreault, Jr (dalam Afnan, 2013) mencoba untuk menilai kepuasan pelanggan adlaah sesuatu yang sulit karena tergantung pada tingkat aspirasi dan harapan. Pelanggan yang kurang beruntung akan memiliki harapan yang lebih tinggi terhadap perekonomian ketika melihat orang lainyang memiliki standar hidup yang lebih baik. Selain itu, tingkat aspirasi juga cenderung meningkat setelah mencapai kesuksesan dan menurun setelah kegagalan.

Menurut Tjiptono (2016), kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Ketidakpuasan pelanggan dapat disebabkan oleh faktor internal dan eksternal. Faktor internal seperti perilaku karyawan, kebijakan perusahaan, dan kesalahan dalam layanan. Sedangkan faktor eksternal seperti cuaca buruk, gangguan infrastruktur, keahatan, dan maslaah pribadi pelanggan, merupakan faktor di luar kendali perusahaan.

Menurut Moenir (2014), pelayanan yang memuaskan pelanggan sangat bergantung pada tingkat pelayanan. Moenir menjelaskan bahwa ada empat persyaratan utama agar

pelayanan dapat memuaskan orang atau sekelompok orang yang dilayani:

a. Sikap yang sopan
b. Cara mengkomunikasikan informasi yang relevan dengan harapan untuk diterima oleh pihak yang bersangkutan
c. Timing yang sesuai
d. Kebersamaan

Faktor-faktor yang menjadi dasar kerja pelayanan meliputi aturan, organisasi, sistem, pendapatan, dan keterampilan petugas. Semua faktor inimemungkinkan berjalannya mekanisme kegiatan pelayanan dan memenuhi kebutuhan hidup minimum.

c. Indikator Kepuasan Pelanggan

Untuk menentukan tingkat kepuasan pelanggan, Kotler (2012) mengungkapkan bahwa terdapat 5 indikator untuk mengukurnya, antara lain:

a. Expectation (Harapan)

   Faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan dimulai sebelum mereka melakukan pembelian, yaitu saat mereka membuat harapan tentang produk yang akan mereka terima. Biasanya harapan konsumen adalah perkiraan atau keyakinan tentang produk yang akan mereka terima saat membeli atau menggunakan suatu produk (Tjiptono , 2005). Sebagai contoh, harapan konsumen tentang kualitas air, aik dari segi rasa

maupun kejerihan, dari penyedia jasa air bersih tidak sesuai dengan kenyataan yang ditemui, seperti air berwarna kecokelatan.

b. Perfomance (Kinerja)

Selama kegiatan konsumsi, konsumen merasakan kinerja dan manfaat dari produk secara aktual dilihat dari dimensi kepentingan konsumen. Contohnya yaitu pelanggan melakukan pembayaran administrasi di loket pembayaran, layanan selama proses pembayaran yang diberikan oleh petugas administrasi sangat baik dan sopan.

c. Comparison (Perbandingan)

Setelah mengkonsumsi, baik harapan sebelum pembelian dan persepsi kinerja aktual dibandingkan oleh konsumen. Contohnya harapan pelanggan mengenai kualitas air dari penyedia jasa air bersih sebelum memakai dan setelah memakai produk jasa penyedia air bersih tidak sesuai dengan harapan pelanggan.

d. Confirmation atau Disconfirmation (Penegasan)

Penegasan dari harapan konsumen, apakah harapan pra-pembelian dengan persepsi pembelian sama atau tidak. Contohnya harapan dan persepsi pelanggan mengenai pelayanan dan kualitas produk air dari penyedia jasa air bersih tidak sesuai dengan kenyataan yang ada, seperti kurang

tanggapnya petugas pelayanan jasa air bersih dalam memperbaiki meteran air yang tidak sesuai dengan jumlah pemakaian.

e. Discrepancy (Ketidaksesuaian)

Jika tingkat kinerja tidak sama, pengakuan ketidak-samaan menentukan perbedaan satu sama lain. Diskonfirmasi yang negatif menentukan kinerja yang aktual ada dibawah tingkat harapan maka semakin besar ketidak-puasan konsumen. Contohnya pelayanan yang diberikan oleh petugas penyedia jasa air bersih kurang memuaskan tidak sesuai dengan janji yang diberikan oleh perusahaan penyedia jasa air bersih, hal ini dapat dilihat dari kurangnnya ketanggapan petugas penyedia jasa air bersih dalam menanggapi keluhan-keluhan dari pelanggan.

B. Penelitian Terdahulu

Adapun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis, antara lain:

1. Gurniawan Gilang (2012), melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Inovasi Produk Terhadap Keungulan Bersaing Pada Perusahaan Tahu Sindang Sari Sumedang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh

kualitas layanan dan inovasi produk terhadap kepuasan pelanggan bagi Perusahaan Tahu Sindang Sari Sumedang. Metode yang digunakan adalah metode deskriptif verifikatif dengan menggunakan korelasi product moment, korelasi parsial, koefisien determinasi, dan uji-t. Kuisioner dibagikan kepada responden sebanyak 80 orang dan semua kuesioner dikembalikan dan diisi dengan benar, jadi itu sangat berharga untuk diproses. Hasil penelitian menemukan bahwa kualitas layanan dan inovasi produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Sukarmen “Putu, Andi Sularso, Deasy Wulandari (2015) melakukan penelitian dengan judul Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Gula Pasir Sebelas (Gupalas) Pabrik Gula Semboro Ptp Nusantara XI (Persero). Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh inovasi produk terhadap kepuasan konsumen dengan keunggulan kompetitif sebagai variabel intervening pada produk gula (Gupalas) di Pabrik Gula Semboro PTP Nusantara XI (Persero). Penelitian menggunakan sampel sebanyak 173 responden yang diambil dengan metode purposive sampling. Menggunakan analisis Regresi Confirmatory menemukan bahwa inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, inovasi produk berpengaruh signifikan terhadap

keunggulan kompetitif dan kompetitif Keuntungan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. Hasil “penelitian Distanont Anyanitha, Khongmalai Orapan (2018) dengan judul “The role of innovation in creating a competitive advantage”. Menemukan bahwa inovasi meningkatkan keuntungan dalam persaingan melaluli faktor eksternal. Faktor – faktor eksternal dibagi menjadi dua kelompok: faktor oerintasi makro dan faktor orientasi mikro. Faktor – faktor eksternal di tingkat mikro memiliki lebih banyak pengaruh pengembangan inovasi bisnis makanan beku dari pada mereka di tingkat makro. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengusaha, terutama pengusaha UKM, perlu beradaptasi dan mudah mempersiapkan diri untuk menghadapi perubahan ekonomi yang akan datang, yang akan terjadi tidak hanya di tingkat global tetapi juga di tingkat negara regional dan selain konteks internal dalam organisasi, faktor eksternal juga penting, terutama yang akan mengarah pada pengembangan inovasi. Inovasi akan menjadi alat strategis dalam kompetisi ini penting untuk perbaikan, pembuatan, dan peningkatan bisnis untuk menciptakan keunggulan kompetitif sama atau lebih baik dibandingkan dengan negara – negara asing dalam rangka mewujudkan pembangunan berkelanjutan. ”
4. Naveed Tahir, Irum Akhtar, dan Khaliq ur Rehman Cheema (2013) melakukan penelitian dengan judul The Impact of Innovation on Customer Satisfaction and Brand loyalty: A Study of the Students of

Faisalabad. Tujuan dari ini studi adalah untuk menyelidiki manfaat (kepuasan pelanggan dan kesetiaan) dan biaya (ketidakpuasan pelanggan) terkait dengan inovasi. Manfaat dan biaya ini adalah diselidiki melalui menganalisis hubungan antara inovasi, kepuasan pelanggan, dan loyalitas merek. Penelitian menggunakan sampel sebanyak 85 mahasiswa, dan analisis data menggunkaan regresi linier sederhana dan korelasi menemukan bahwa ada hubungan yang signifikan inovasi dengan kepuasan pelanggan dan loyalitas merek.

5. Hasil penelitian Kafetzopoulos Dimitrios (2015) dengan judul "Relationship between quality management, innovation and competitiveness. Evidence from Greek companies". Menemukan bahwa manajemen kualitas memiliki efek yang signifikan dan positif, terutama, pada inovasi produk dan yang kedua pada inovasi proses. Dengan demikian, hipotesis penelitian pertama (H1) dan kedua (H2) dari penelitian ini diterima. Secara keseluruhan, 61,4 persen variasi dalam inovasi produk dan 63,2 persen perubahan dalam proses oksidasi yang dipengaruhi oleh manajemen kualitas. Temuan juga menunjukkan bahwa ada efek langsung yang positif dan signifikan dari produk dan proses keunggulan kompetitif, mengkonfirmasikan secara terbuka hipotesis H3 dan H4 dari penelitian ini. Secara keseluruhan, 49,7 persen dari variasi keunggulan kompetitif dijelaskan oleh inovasi produk dan inovasi proses. Temuan di atas mendukung gagasan luas bahwa manajemen kualitas adalah

kekuatan pendorong utama untuk dimensi inovasi teknis. Selain itu, mereka mengungkapkan bahwa inovasi produk dan proses memainkan peran kunci dalam meningkatkan keunggulan kompetitif perusahaan. Secara keseluruhan, temuan-temuan tersebut mendukung berbagai hal yang luas di seluruh manajemen kualitas dan inovasi teknis adalah kekuatan pendorong utama dalam keunggulan kompetitif perusahaan.

6. Hasil penelitian Saputra Nasution & Tri Kurniawati (2018) dengan judul Pengaruh Inovasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen pada PT. Wahana Wirawan Riau Padang (Nissan Grand Livina). Menemukan bahwa inovasi berpengaruh signifikan dan positif dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan dan positif. Dengan demikian, hipotesis penelitian pertama (H1) dan kedua (H2) dari penelitian ini diterima. Temuan juga menunjukkan bahwa ada pengaruh secara simultan yang positif dan signifikan dari kepuasan konsumen, maka hipotesis ketiga (H3) diterima. Secara keseluruhan, temuan-temuan tersebut mendukung berbagai hal yang luas di seluruh inovasi dan kualitas pelayanan adalah kekuatan pendorong utama dalam keunggulan kompetitif perusahaan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.
7. Hasil Penelitian CV Putra Kalolo Utama (2022) Dengan Judul ”Kepuasan Pengguna Layanan PDAM Kota Makassar”. Penelitian ini memberikan kesimpulan bahwa :

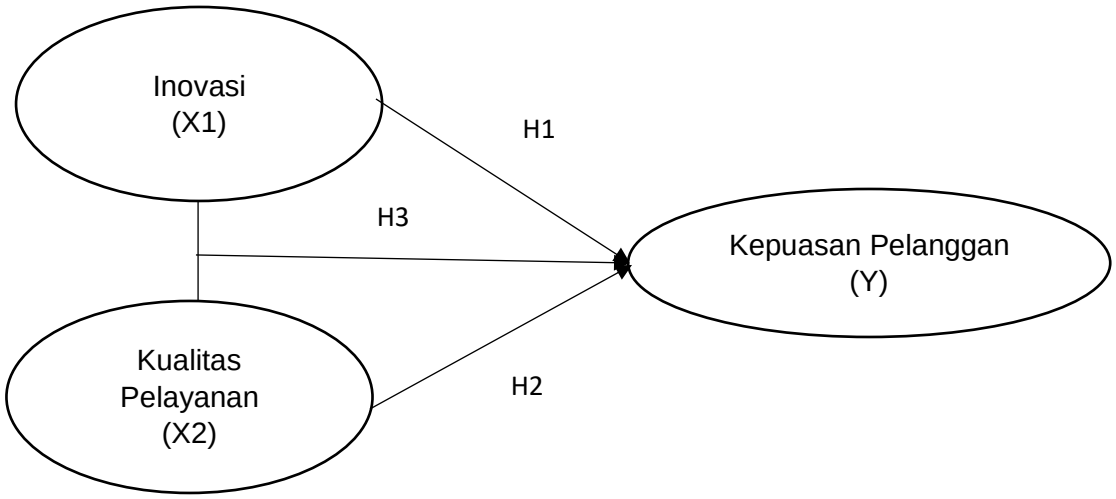
- Nilai indeks survei kepuasan pelanggan PDAM Kota Makassar berdasarkan Permen Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi RI Nomor 14 Tahun 2017 Tentanf Pedoman Penyusunan Surveu Kepuasan Masyarakat Unit Penyelenggara Pelayanan Publik, berada pada angka 89.43 atau hasil skala menunjukkan pada level Sangat Baik. Bahwa PDAM harus selalu memberikan pelayanan yang optimal dan tepat sasaran.
- Untuk mendapatkan hasil maksimal survey ini mengelaborasi nilai indeks berdasarkan survey kepuasan pelanggan dari 6 variabel yaitu Distribusi, Kualitas Produksi Air, Pencatatan Meter, Pembayaran, Tarif, dan Penanganan Pengaduan.
- 6 Variabel diatas diukur dengan angka subvariabel yang berbeda-beda. Salah satu nya Variabel pembayaran diukur dengan 13 subvariabel menemukan bahwa tarif dan pembayaran masih menjadi problematika bagi pelanggan PDAM Kota Makassar untuk bisa segera di benahi, variabel pembayaran boleh diakses melalui website PDAM Kota Makassar seperti infomasi tagihan.

C. Kerangka Konseptual dan Hipotesis

1. Kerangka Konseptual

Berdasarkan telaah teori dan penelitian terdahulu sebelumnya, maka kerangka konseptual dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Gambar 2.2 Kerangka Konseptual



2. Hipotesis

Untuk memudahkan pembaca dalam memahami masalah sekaligus menghindari kesalahpahaman dan penafsiran tentang judul penelitian ini, maka penulis membuat sebuah kerangka pikir berdasarkan pengertian atau istilah yang dipergunakan dalam penelitian ini, sebagai berikut:

a. Pengaruh Inovasi Terhadap Kepuasan Pelanggan

Produk yang berinovasi dapat diartikan dimana perusahaan bekerja untuk menemukan jalan keluar untuk kemajuan dan perkembangan produk sehingga dapat mendiferensiasikan

produk dan dapat membangun pengelolaan sebuah produk yang dipasarkan dengan tujuan meningkatkan kepuasan pelanggan. hasil penelitian Sukerman (2015) membuktikan bahwa inovasi berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian di atas,maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H1. Diduga Inovasi berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar

b. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan dapat diartikan juga sebagai ujung tombak dari sebuah perusahaan atau citra perusahaan. Kualitas pelayanan berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaiannya untuk mengimbangi ekspektasi atau harapan pelanggan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Gurniawan Gilang (2012), yang menemukan bahwa kualitas layanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H2. Diduga Kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar

c. Pengaruh Inovasi dan Kualitas Pelayanan Secara Simultan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Inovasi dan kualitas pelayanan merupakan ujung tombak dari perusahaan untuk kemajuan suatu organisasi/perusahaan di masa yang akan datang, demi misi bersama memenuhi kepuasan atau harapan pelanggan pada organisasi/perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Tias Windarti & Mariaty Ibrahim (2017) yang menemukan bahwa inovasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah:

H3. Diduga Inovasi dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Perumda Air Mir Kota Makassar.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Menurut Moh. Pobandu Tika (2015) desain penelitian adalah suau rencana tentang cara mengumpulkan, mengolah dan menganalisis data secara sistematis dan terarah agar penelitian dapat dilaksanakan secara efisien dan efektif sesuai dengan tujuan penelitian. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif.

Pendekatan kuantitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan

instrument penelitian, analisis data yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, (Sugiyono, 2014).

Penelitian kuantitatif dengan format deskriptif bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian berdasarkan apa yang terjadi.

B. Lokasi dan Tempat Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Perumda Air Minum Kota Makassar dan Lokasi rumah Pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar

2. Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan selama 1 bulan, dalam melaksanakan dan menyelesaikannya dibu 38 waktu dari bulan Januari sampai dengan April 2024.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2014) populasi adalah wilayah generaliasasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan

kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah 181.203 pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2014) sampel adalah bagian atau jumlah dan karakteristik yang di miliki oleh populasi tersebut. Sampel haruslah mewakili populasi dan lebih spesifik. Penentu jumlah sampel ditentukan dengan menggunakan rumus Hair *et.al*., (2018) dimana sampel dihitung berdasarkan jumlah indikator dikali 5 sampai 10. Berdasarkan pedoman tersebut, maka jumlah sampel untuk peneliti ini adalah n= jumlah indikator x 5. Jumlah indikator dalam penelitian ini adalah 15. Berdasarkan rumus tersebut maka dapat ditentukan jumlah sampel dalam penelitian ini adalah n=15 x 5= 75 (75 responden/pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar). Dan sampel dalam penelitian ini adalah *random sampling* adalah teknik pengambilan sampel dari suatu populasi yang berdasarkan pada setiap elemen populasi yang ada.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang dipergunakan dalam penelitian ini adalah:

1. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2014), kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang efisien apabila peneliti tau dengan apa variable akan diukur dan tau apa yang bisa diharapkan dari

responden. Kuesioner dapat berupa pertanyaan-pertanyaan tertutup atau terbuka yang dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet.

2. Teknik Pengamatan atau Observasi

   Sutrisno Hadi dalam Sugiyono (2014) mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses-proses pengamatan dan ingatan.

3. Studi Pustaka

   Metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mempelajari buku-buku referensi, laporan-laporan, jurnal-jurnal dan media lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian.

E. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel

1. Definisi Operasional

Ada 2 variabel dalam penelitian yang menjadi fokus dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Variabel Bebas (*Independent Variablel*)

   Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab bagi variabel lain. Dalam penelitian ini ditetapkan variabel bebas yaitu Inovasi dan Kualitas Pelayanan. Inovasi adalah suatu ide, praktek atau objek yang dipersepsikan

baru oleh individu dan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan atau penerima layanan.

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau disebabkan oleh variabel lain, namun suatu variabel tertentu dapat sekaligus menjadi variabel bebas dan variabel terikat. Dalam penelitian ini ditetapkan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja hasil produk atau jasa yang dipikirkan terhadap kinerja hasil produk atau jasa yang diharapkan

2. Pengukuran Variabel

Penelitian ini menggunakan skala pengukuran Ordinal, skala ordinal merupakan skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian untuk membedakan data, sekaligus mengandung unsur pemeringkatan *(ranking)*, derajat (degree) atau tingkatan *(level)* melalui penilaian tertentu.

Indikator-indikator variabel dan skala pengukuran variable dapat dilihat pada Tabel 3.1 sebagai berikut :

Tabel 3.1 Pengukuran Variabel

Variabel	Indikator	Skala
Variable Bebas Inovasi (X1)	a. Keunggulan relatif b. Kompatibilitas c. Kerumitan d. Kemampuan diujicobakan e. Kemampuan diamati	*Ordinal*
Variable Bebas Kualitas Pelayanan (X2)	a. Keandalan (*Realibility*) b. Ketanggapan (*Responsiveness*) c. Jaminan (*Assurance*) d. Empati (*Empathy*) e. Berwujud (*Tangibles*)	*Ordinal*
Variabel Terikat Kepuasan Pelanggan (Y)	a. Perasaan puas b. Selalu membeli produk c. Akan merekomendasikan kepada orang lain d. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk	*Ordinal*

F. Uji Instrument

Ada dua syarat penting yang berlaku untuk sebuah kuesioner yaitu valid dan reliabelnya instrument yang ada dalam kuesioner tersebut, untuk itu diperlukan uji validitas dan uji reliabilitas.

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu instrument pengukur dikatakan valid jika instrument tersebut mengukur apa yang seharusnya diukur.

Uji validitas data dalam suatu penelitian dilakukan dengan teknis analisis sistem, yaitu dengan cara mengkorelasikan skor tiap-tiap item pertanyaan dengan total total skor untuk masing-masing variabel. Teknik korelasi yang digunakan dalam melakukan uji validitas adalah *Pearson Product Moment*. Kriteria yang digunakan untuk menyatakan suatu instrument dianggap valid atau layak digunakan dalam pengujian hipotesis, yakni : apabila koefisien korelasi lebih besar atau sama dengan 0,30 maka dinyatakan valid demikian sebaliknya, apabila koefisien korelasi lebih kecil atau berada dibawah 0,30 maka dinyatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas data adalah sejauh mana konsistensi kategorisasi data jika dilakukan oleh peneliti yang lain atau oleh peneliti yang sama dalam kejadian yang berbeda (Syahruddin,dkk.,2015).

Untuk uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan Metode *Alpha Cronbach.* Kriteria yang digunakan untuk menyatakan suatu instrument dikatakan reliable jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* lebih besar daripada 0,60 jika nilai yang dihasilkan lebih dari 0,60 maka instrument dikatakan tidak reliable.

G. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Pada penelitian ini, peneliti sebelum melakukan pengujian hipotesis, terlebih dahulu dilakukan dengan uji asumsi klasik yang

mendasari penelitian ini adalah penggunaan analisis regresi berganda sehingga penulis menggunakan model asumsi normalitas, normalitas yang digunakan dalam suatu penelitian diantaranya adalah kormologrov-smirnov test, pengujiannya dapat dilakukan dengan program SPSS versi 26 *windows 10*, yaitu normal *probability plot*. Dasar pengambilan keputusannya jika nilai probabilitas lebih besar dari tingkat kekeliruan 5% (0,05) maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual dari model regresi berdistribusi normal (Syahruddin dkk.,2015).

2. Uji Multikolinearitas

Uji ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah terdapat interkorelasi yang sempurna diantara beberapa variabel bebas yang digunakan. Multikolinearitas terjadi jika terdapat hubungan linier antara variabel bebas yang dilibatkan dalam model. Uji asumsi klasik seperti multikolinearitas dapat dilaksanakan dengan cara meregresikan model analisis dan melakukan uji korelasi antar varibel bebas dengan *menggunakan Variance Inflation Factor (VIF).*

3. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini ialah untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika varians dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik

seharusnya tidak terjadi heteroskedastisitas.Untuk uji Heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan uji *Glesjer* (Syahruddin dkk., 2015).

H. Metode Analisis

Sehubungan pendekatan penelitian adalah penelitian kuantitatif maka analisis yang digunakan adalah :

1. Analisis Statistik Deskriptif

Menurut (Sugiyono.,2014), Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisa data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku umum atau generalisasi. Statistik deskriptif berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberikan gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data sampel atau populasi sebagaimana adanya tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum. Analisis ini digunakan untuk mencari nilai mean untuk menyatakan rata-rata populasi dalam penelitian.

2. Analisis Regresi Berganda

Menurut (Sugiyono.,2014) Analisis Regresi Linier Berganda adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen dengan variabel dependen Analisis ini untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen apakah masing masing variabel independen berhubungan

positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variable independen mengalami kenaikan atau penurunan.Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio.

Persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y = Kepuasan Pelanggan

α = Konstanta

β1 & β2= Koefisien regresi

X1 = Inovasi

X2 = Kualitas Pelayanan

e = Error

I. Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis mengenai analisis pengaruh inovasi terhadap kepuasan pelanggan di Perumda Air Minum Kota Makassar, digunakan pengujian hipotesis secara parsial dengan uji t dan uji koefisien deterinasi, yaitu:

1. Uji Parsial (Uji t)

Pengujian koefisien secara parsial adalah untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial (sendiri) terhadap variabel dependennya. Untuk menentukan keofisien spesifik

yang mana yang tidak sama dengan nol, uji tambahan diperlukan yaitu dengan menggunakan uji t. Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen (ghozali, 2016). Proses pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai t_{tabel} yang diporelah dari rumus excel yaitu agar “TINV=(p,df)” pada tingkat signifikan (α) dan derajat kebebasan (df).

H1-3: b1-b3 ≠ 0 yaitu jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_o ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti bahwa moralitas individu, asimetri informasi, dan efektifitas pengendalian internal berpengaruh posistif dan signifikan secara parsial terhadap Kecurangan Laporan Keuangan.

H0 : b1-b3 = 0 yaitu jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_o diterima dan H_a ditolak. Hal ini berarti bahwa moralitas individu, asimetri informasi, dan efektifitas pengendalain internal tidak berpengaruh signifikan secara parsial terhadap kecurangan laporan keuangan.

Berdasarkan penjelasan tersebut kriteria pengujian dalam mengetahui kesimpulan pengujian parsial (uji-t):

a. Jika $t_{tabel} < t_{hitung}$ dan 0.05 > nilai sig, maka hipotesis diterima

b. Jika $t_{tabel} > t_{hitung}$ dan 0.05 < nilai sig, maka hipotesis ditolak

2. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Ghozali (2013:98) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dapat menjelaskan variabel variabel dependen. Dalam pengujian hipotesis koefisien determinasi dilihat

dari besarnya nilai R Square (R^2), untuk mengetahui seberapa jauh variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Nilai R^2 mempunyai interval 0 sampai 1 ($0 \leq R^2 \leq 1$). Jika R^2 bernilai besar (mendekati 1) berarti variabel bebas dapat memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variabel dependen. Sedangkan jika R^2 bernilai kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variabel dependen sangat terbatas.

Pengujian Koefisien determinasi dilakukan dengan mengalikan nilai koefisien korelasi dengan nilai koefisien standardisasi (Beta) sehingga dapat diketahui besaran pengaruh (kontribusi) masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Perumda Air Minum Kota Makassar

a. Sejarah Berdirinya Perumda Air Minum Kota Makassar

Perusahaan Daerah Air Minum Kota Makassar, terus menerus mengalami perkembangan melalui tahap demi tahap dalam lintasan sejarah yang cukup panjang, berawal pada tahun 1924 dengan dibangun Instalasi Pengolahan Air (IPA) I Ratulangi oleh pemerintah Hindia Belanda dengan nama **Waterleidjding Bedrijf** kapasitas produksi terpasang 50 l/d, kemudian pada

jaman pendudukan Jepang tahun 1937 ditingkatkan menjadi 100 l/d, Air baku diambil dari Sungai Jeneberang terletak 7 km disebelah selatan kota, dipompa melalui saluran tertutup ke Instalasi Ratulangi. Tahun 1976 perubahan status PDAM, dari Dinas Air Minum menjadi Perusahaan Air Minum Kodya Ujung Pandang sesuai dengan Perda No. 21/P/II/1976, dengan kapasitas produksi terpasang PDAM turun menjadi 50 l/d, disebabkan karena usia. Untuk memenuhi kebutuhan air bagi penduduk Kota Makassar yang makin meningkat, maka pada tahun 1977 dibangun Instalasi Pengolahan Air (IPA) II Panaikang dengan kapasitas tahap pertama 500 l/d. Sumber Air baku diambil dari Bendung Lekopancing Sungai Maros sejauh 29,6 Km dari Kota Makassar, kemudian tahun 1989 IPA Panaikang ditingkatkan kapasitasnya menjadi 1000 l/d. Kemudian di uprating menjadi 1500 l/d. Tahun 1985 melalui paket pembangunan Perum Perumnas dibangun Instalasi Pengolahan Air (IPA) III Antang dengan kapasitas awal 20 l/d, kemudian tahun 1992 dibangun IPA Antang 2 (dua) dengan demikian total kapasitas IPA Antang menjadi 40 l/d, dari 2 (dua) Instalasi Pengolahan Air.

Untuk memenuhi kebutuhan air bersih khususnya pada wilayah pelayanan IPA Antang dimana jumlah pelannggan terus bertambah, maka pada tahun 2003 PDAM Kota Makassar menambah kapasitas produksi IPA Antang dari 40 liter/d menjadi

90 liter/d. Dan saat ini terpasang kapasitas 135 l/d. Tahun 1993 lewat paket bantuan hibah pemerintah pusat, dibangun Instalasi Pengolahan Air (IPA) IV Maccini Sombala kapasitas terpasang 200 l/, sumber air baku Sungai Jeneberang. saat ini telah dilakukan uprating kapasitas produksi menjadi 400 l/d.

b. Visi dan Misi Perumda Air Minum Kota Makassar

1) Visi

Mewujudkan Perumda Air Minum Kota Makassar sebagai Perusahaan Terdepan di Indonesia yang Profesional, Sejahtera dan Berwawasan Global

2) Misi

a. Optimalisasi pelayanan air bersih yang merata dengan kualitas, kuantitas dan kontinuitas yang memadai serta keterjangkauan bagi masyarakat
b. Meningkatkan performa perusahaan dengan penurunan tingkat kehilangan air dan peningkatan cakupan pelayanan
c. Membangun tata kelola perusahaan yang sehat dan profesional
d. Pemanfaatan teknologi informasi dalam pengembangan perusahaan dan pelayanan kepada masyarakat

e. Memberikan kontribusi maksimal kepada stakeholder (ownes, pelanggan, karyawan dan lingkungan)

c. Struktur Organisasi

Berdasarkan struktur organisasi PDAM Kota Makassar, masing-masing bagian dalam struktur organisasi akan diuraikan tugas, wewenang dan tanggungjawab secara singkat sebagai berikut :

a. Dewan Pengawas mempunyai uraian tugas dan tata kerja sebagai berikut:

1) Melaksanakan pengawasan, pengendalian dan pembinaan terhadap pengurusan dan pengelolaan Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar;
2) Memberikan pertimbangan dan saran kepada Walikota diminta atau tidak diminta guna perbaikan dan pengembangan Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar antara lain pengangkatan Direksi, Program Kerja yang diajukan oleh Direksi, rencana perubahan status kekayaan Perusahaan, rencana pinjaman dan ikatan hukum dengan pihak lain, serta menerima, memeriksa dan/atau menandatangani Laporan Triwulan dan Laporan Tahunan;
3) Memeriksa dan menyampaikan Rencana Strategis Bisnis *(Business Plan/Coorporate Plan),* dan Rencana

Kerja dan Anggaran Perusahaan tahunan Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar yang dibuat Direksi kepada Walikota/KPM untuk mendapatkan pengesahan;

4) Menetapkan rencana kerja dan pembagian tugas para anggota serta Komite Audit menurut bidang masing-masing untuk masa 12 (dua belas) bulan sesuai dengan tahun buku Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar;
5) Menyelenggarakan Rapat Kerja sekurang-kurangnya 6 (enam) bulan sekali untuk membicarakan dan mengatasi masalah-masalah yang dihadapi oleh Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar dan bilamana diperlukan sewaktu-waktu dapat mengadakan rapat untuk menentukan keputusan mengenai hal-hal yang mendesak;
6) Merumuskan kebijakan Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar secara terarah dalam bidang perencanaan modal, penggunaan data, pemanfaatan dan pengamanan air baku, peningkatan kapasitas produksi air, perluasan maupun rehabilitasi jaringan transmisi distribusi air minum sesuai kebijaksanaan pemerintah untuk jangka pendek dan jangka panjang;

7) Mengadakan penilaian atas prestasi kerja anggota Direksi Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar atas hasil-hasil yang telah dicapai.
8) Menyelenggarakan pembinaan dan pengarahan kepada Direksi Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar atas kebijakan umum yang telah dirumuskan dalam keputusan rapat Dewan Pengawas, mengenai pelaksanaan ketentuan-ketentuan yang dimaksud;
9) Memberi pendapat dan saran kepada Walikota/KPM tentang Rencana Kerja dan Anggaran Tahunan Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar untuk tahun berikutnya yang diajukan oleh Direksi 3 (tiga) bulan sebelum tahun buku berlaku dan bila tidak dikemukakan keberatan atau penolakan sampai tahun buku mulai berjalan, maka anggaran tersebut dianggap sah;
10) Meneliti dan mengevaluasi serta memberi petunjuk lebih lanjut atas laporan perhitungan hasil usaha yang wajib dikirim oleh Direksi dalam jangka waktu 3 (tiga) bulan sekali;
11) Memberi pendapat dan saran kepada Walikota/KPM tentang anggaran tambahan atau perubahan anggaran

yang terjadi dalam tahun buku yang diajukan oleh Direksi;

12) Memberi saran dan pendapat kepada Walikota/KPM tentang laporan tahunan yang terdiri dari neraca dan perhitungan laba/rugi dalam jangka waktu tidak lebih dari 1 (satu) bulan setelah laporan tersebut diterima dari Direksi dan pelaksanaan pembagian laba dilaksanakan setelah ada laporan pemeriksaan dari instansi berwenang.
13) Mengesahkan kebijakan dan menetapkan kedudukan kepegawaian Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar dan penghasilannya sesuai dengan peraturan yang berlaku.
14) Menjaga dan mengusahakan agar selalu terdapat koordinasi dan keserasian antara Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar dengan rencana pengembangan usaha dan kegiatan dari Pemerintah Daerah maupun Pemerintah Pusat dibidang perluasan wilayah termasuk daerah perusahaan sarana kelistrikan, pelestarian alam, pelebaran jalan dan kebersihan kota;
15) Memberikan laporan kepada Walikota/KPM secara berkala (triwulan dan tahunan) serta setiap waktu yang diperlukan mengenai perkembangan Perusahaan

Umum Daerah Air Minum Kota Makassar dan hasil pelaksanaan tugas Dewan Pengawas.

16) Dalam melaksanakan tugasnya Dewan pengawas dibantu oleh Sekretaris dan Komite Audit serta bertanggung jawab kepada Walikota Makassar.

b. Direktur Utama, tugasnya :

1) Menyusun rencana kerja kegiatan Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar, koordinasi dan pengawasan seluruh kegiatan operasional perusahaan;
2) Melaksanakan pembinaan kepegawaian, pengurusan dan pengelolaan kekayaan perusahaan serta penyelenggaraan administrasi umum dan keuangan;
3) Menyusun Rencana Strategi Bisnis 5 (lima) tahunan *(Business Plan/Coorporate Plan)* yang disahkan oleh Walikota/KPM melalui usul Dewan Pengawas;
4) Menyusun RKAP (Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan) yang merupakan penjabaran tahunan dari Rencana Strategi Bisnis *(Business Plan/Coorporate Plan)* kepada Walikota/KPM melalui Dewan Pengawas;
5) Bersama-sama dengan Direktur Keuangan bertanda tangan untuk persetujuan pembayaran atas dokumen tagihan dan/atau pengeluaran perusahaan;

6) Penyusunan laporan triwulan dan laporan tahunan Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar.
7) Dalam melaksanakan tugasnya dibantu oleh Direktur Umum dan Pelayanan , Direktur Keuangan, Direktur Tehnik, dan Direktur Air Limbah serta Kepala Satuan Pengawas Internal.

c. Direktur Umum dan Pelayanan, tugasnya :

1) Menyusunan rencana kegiatan pengendalian dan pengawasan penyelenggaraan administrasi umum, kepegawaian dan perlengkapan Perusahaan;
2) Menyiapkan bahan perumusan kebijakan teknis pengelolaan urusan ketatausahaan umum dan rumah tangga perusahaan;
3) Menyiapkan bahan penyusunan rencana dan program pelaksanaan pendayagunaan pegawai;
4) Menyiapkan rumusan pelaksanaan kebijakan di bidang pengelolaan data elektronik kehumasan, hukum dan protokol serta pelayanan pengaduan pelanggan;
5) Merumuskan kebijakan teknis dalam pengelolaan meliputi pengadaan, pencatatan, inventarisir, pengawasan dan pengendalian terhadap asset/barang milik perusahaan.

6) Berkoordinasi dengan Direktur lainnya untuk kelancaran pelaksanaan tugas;
7) Dalam melaksanakan tugas dan penyusunan laporan kegiatan sesuai dengan bidang tugasnya, dibantu oleh Bagian Umum Dan Kepegawaian, Bagian Hubungan Masyarakat, Bagian Perlengkapan dan Kepala Wilayah Pelayanan.

d. Direktur Keuangan, tugasnya :
1) Mengkoordinasikan dan mengendalikan kegiatan di bidang keuangan;
2) Merencanakan dan mengendalikan sumber-sumber pendapatan, serta mengatur penggunaan kekayaan perusahaan;
3) Menyusun RKAP dan penetapan besaran modal kerja perusahaan, merumuskan kebijakan mengenai penggunaan keuangan;
4) Penandatanganan bersama Direktur Utama untuk persetujuan pembayaran atas dokumen tagihan dan/atau pengeluaran perusahaan;
5) Menyelenggarakan pembukuan dan pembuatan laporan keuangan

6) Melakukan penilaian terhadap usulan penetapan kebijakan pembelian barang/jasa kebutuhan perusahaan sesuai perkembangan dan kemampuan;
7) Menyiapkan rencana pembiayaan inventaris dan tambahan modal perusahaan;
8) Menyiapkan data/bahan penetapan dan/atau penyesuaian tarif rekening air Perusahaan Umum Daerah Air Minum Kota Makassar;
9) Berkoordinasi dengan Direktur lainnya untuk kelancaran pelaksanaan tugas;
10) Dalam melaksanakan tugas dan penyusunan laporan kegiatan sesuai dengan bidang tugasnya, dibantu oleh Bagian Anggaran dan Perbendaharaan, dan Bagian Verifikasi dan Akuntansi.

e. Direktur Teknik, tugasnya :

1) Menyusun rencana kegiatan pengendalian dan pengawasan penyelenggaraan administrasi bidang perencanaan teknik, produksi dan instalasi, pemeliharaan serta pengendalian kehilangan air;
2) Melakukan pengkajian secara berkala terhadap *Business Plan* dan *Coorporate Plan* perusahaan dan

perumusan strategi perusahaan serta kegiatan penelitian dan pengembangan perusahaan;

3) Menyiapkan dan merencanakan pengusulan pendidikan dan pelatihan tenaga teknik;
4) Mengkoordinasikan dan mengendalikan sumber air baku instalasi/meter produksi dan sistem distribusi;
5) Mengkoordinasikan kegiatan-kegiatan pengujian peralatan teknik dan bahan-bahan kimia;
6) Merumuskan dan menetapkan kebijakan mengenai peningkatan hasil produksi, distribusi dan operasional teknik lainnya;
7) Menjamin terlaksananya 3K (Kuantitas, Kualitas dan Kontiunitas) pelayanan air kepada pelanggan;
8) Menyusun rencana dan menyiapkan data kehilangan air pada jaringan distribusi;
9) Melaksanakan pengendalian dan pengawasan kehilangan air pada jaringan distribusi;
10) Berkoordinasi dengan Direktur lainnya untuk kelancaran pelaksanaan tugas;
11) Dalam menjalankan tugas dan penyusunan laporan kegiatan sesuai dengan bidang tugasnya, dibantu oleh Bagian Perencanaan Teknik, Bagain Produksi dan Instalasi, dan Bagian Distribusi dan Kehilangan Air.

f. Direktur Air Limbah, tugasnya :

1) Menyusun rencana kegiatan pengendalian dan pengawasan penyelenggaraan administrasi bidang pengelolaan air limbah;
2) Merumuskan dan menetapkan kebijakan mengenai peningkatan hasil pengolahan air limbah;
3) Melaksanakan koordinasi dengan Direktur lainnya untuk kelancaran pelaksanaan tugas;
4) Dalam melaksanakan tugas dan penyusunan laporan kegiatan sesuai dengan bidang tugasnya, dibantu oleh Bagian Perencanaan Teknik Air Limbah dan Bagian Pengolahan Air Limbah.

g. Struktur Bidang Umum dan Pelayanan :

1. Bagian Umum dan Kepegawaian, tugasnya :

a) Menyusun rencana kerja pembinaan ketatausahaan, pengelolaan data elektronik, kearsipan, kerumatanggaan dan protokol/perjalanan dinas;
b) Menyiapkan bahan penyusunan rencana dan program pelaksanaan pengangkatan, pemindahan, pemberhentian dan peningkatan kualitas melalui

pendidikan dan pelatihan pegawai perusahaan sesuai dengan norma, standar dan prosedur yang ditetapkan dalam peraturan perundang-undangan;

c) Melaksanakan pembinaan mental, spritual, dan jasmani bagi pegawai dan keluarga;

d) Melaksanakan pembinaan Kesehatan dan Keselamatan Kerja (K3);

e) Dalam melaksanakan tugas dan penyusunan laporan hasil pelaksanaan tugas dibantu oleh Seksi Tata Usaha dan Pengolahan Data Elektronik, Seksi Pendayagunaan Pegawai, dan Seksi Rumah Tangga.

2. Bagian Hubungan Masyarakat

a) Menyusun pedoman dan petunjuk teknis perumusan program standarisasi kinerja perencanaan pelayanan hubungan masyarakat yang meliputi bidang hukum dan bidang hubungan langganan serta pembinaan tenaga pengamanan kantor *(security)*;

b) Melaksanakan kegiatan dan penyusunan pedoman serta petunjuk teknis pembinaan di bidang perumusan peraturan perusahaan, telaahan hukum, memfasilitasi pemberian bantuan hukum, mempublikasikan dan mendokumentasikan produk hukum perusahaan;

c) Menyiapkan bahan penyusunan rencana dan program telaahan dan evaluasi pelaksanaan peraturan perundang-undangan serta penyiapan bahan rancangan peraturan perusahaan;

d) Penyusunan pedoman dan petunjuk teknis dan pengembangan hubungan masyarakat untuk memperjelas kebijakan perusahaan serta penyelenggaraan pelayanan pengaduan pelanggan;

e) Menyiapkan bahan penyusunan rencana dan program hubungan antara perusahaan dengan pelanggan termasuk memperjelas kebijakan perusahaan;

f) Menyiapkan bahan bimbingan pengumpulan informasi melalui media cetak/elektronik dan media-media sosial lainnya untuk memperoleh data/informasi yang benar serta distribusi bahan-bahan penerbitan;

g) Dalam melaksanakan tugas dan penyusunan laporan hasil pelaksanaan tugasnya, dibantu oleh Seksi Hukum dan Seksi Hubungan Langganan.

3. Bagian Perlengkapan

a) Menyusun rencana kerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya;

b) Menyusun pedoman dan petunjuk teknis penyusunan program standarisasi di bidang perencanaan

pengadaan, penyimpanan, pendistribusian, pemeliharaan, penghapusan barang inventaris dan pembinaan administrasi pengelolaan asset/barang serta asuransi barang milik perusahaan;

c) Menyiapkan bahan dan pelaksanaan koordinasi penyusunan rencana kegiatan pengadaan barang dan jasa baik yang dilaksanakan secara langsung maupun melalui pelelangan elektronik *(E-Procurement)* sesuai dengan ketentuan yang berlaku;

d) Menyiapkan bahan penyusunan rencana dan program pengelolaan asset/barang milik perusahaan serta pelaksanaan persertifikatan tanah milik perusahaan;

e) Penyelenggaraan pengelolaan pergudangan;

f) Dalam melaksanakan tugas dan penyusunan laporan hasil pelaksanaan tugasnya, dibantu oleh Seksi Analisa Kebutuhan Pengadaan dan Seksi Inventarisaasi Aset dan Pergudangan.

4. Wilayah Pelayanan

a) melaksanakan dan mengendalikan pekerjaan di bidang kesekretariatan, pelayanan/pengaduan langganan, distribusi dan kehilangan air serta baca meter dan penagihan.

b) mengoordinasikan dan mengawasi pelaksanaan tugas-tugas kesekretariatan dan pelayanan;
c) menyusun rencana pelaksanaan pekerjaan dan pengkoordinasian serta pengendalian kegiatan-kegiatan Sekretaris Wilayah, Urusan Pelayanan Langganan, Urusan Distribusi dan Kehilangan Air serta Urusan Baca Meter dan Penagihan;
d) mempersiapkan rencana dan pembagian tugas secara perorangan dan/atau perkelompok kerja untuk penanganan pelayanan teknis sesuai area kerja;
e) mempersiapkan bahan perumusan kebijaksanaan teknis penyediaan sarana dan prasarana air bersih pada lingkungan perumahan dan pemukiman;
f) melaksanakan pelayanan pemasangan baru, pekerjaan perbaikan pipa, tutup/buka aliran pelanggan dalam area tugasnya;
g) melaksanakan pengawasan, pengendalian dan pemantauan terhadap jaringan air bersih pada lingkungan perumahan dan permukiman;
h) pengawasan penyetoran pendapatan air dan non air serta pengarsipannya;
i) pengawasan pelaksanaan pembacaan meter dan penagihan;

j) Dipimpin oleh Kepala Wilayah yang dalam melaksanakan tugas dan penyusunan laporan hasil pelaksanaan tugasnya, dibantu oleh Sekretaris Wilayah Pelayan, Urusan Pelayanan LAngganan, Urusan Distribusi dan Kehilangan Air, dan Urusan Baca Meter dan Penagihan.

h. Struktur Bidang Keuangan :

1. Bagian Anggaran dan Perbendaharaan

a) Menyusun rencana kerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya;

b) Menyiapkan dokumen Rencana Strategis Bisnis 5 (lima) tahunan *(Business Plan/Coorporate Plan)*;

c) Menyusun RKAP yang merupakan penjabaran tahunan dari Rencana Strategis Bisnis *(Business Plan/Coorporate Plan)*;

d) Menyusun program RKAP dan perubahan RKAP;

e) Menyiapkan dokumen pencairan dana berupa Surat Perintah Membayar untuk disetujui bersama oleh Direktur Keuangan dan Direktur Utama;

f) Menyiapkan bahan bimbingan dan pengendalian pengujian kebenaran penagihan dan penerbitan dokumen pencairan dana dan mengadakan

pemeriksaan keuangan serta membina perbendaharaan;

g) Menyiapkan bahan bimbingan dan pengumpulan bahan penyusunan dan petunjuk teknis administrasi keuangan;

h) Dalam melaksanakan tugas dan penyusunan laporan hasil pelaksanaan tugasnya, dibantu oleh Seksi Anggaran dan Seksi Perbendaharaan.

2. Bagian Verifikasi dan Akuntansi

a) Menyusun rencana kerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya;

b) Melaksanakan verifikasi terhadap dokumen-dokumen keuangan;

c) Menyiapkan pembukuan secara sistematis dan kronologis serta menyiapkan laporan tahunan pelaksanaan RKAP serta pelaksanaan pemeriksaan/penelitian terhadap realisasi pendapatan belanja dan pembiayaan perusahaan;

d) Melayani kegiatan pemeriksaan oleh pihak auditor internal dan eksternal;

e) Menyiapkan laporan keuangan perusahaan;

f) Melaksanakan koordinasi penyusunan laporan keuangan secara berkala terhadap realisasi anggaran dari Unit/Satuan Kerja.

g) Menyiapkan bahan penyusunan rekonsiliasi pinjaman secara berkala;

h) Melaksanakan pengawasan, pencatatan dan analisa terhadap transaksi dan biaya;

i) Melakukan pencatatan realisasi dan mutasi anggaran berdasarkan RKAP;

j) Dalam melaksanakan tugas dan penyusunan laporan hasil pelaksanaan tugasnya, dibantu oleh Seksi Verifikasi, Seksi Akuntansi dan Pelaporan, dan Seksi Pajak.

i. Struktur Bidang Teknik :

1. Bagian Perencanaan Teknik

a) Menyusun rencana kerja sesuai dengan tugas pokok dan fungsinya;

b) Menyiapkan rencana/desain tentang jaringan pipa, konstruksi bangunan sipil, mekanikal dan elektrikal, pengembangan sumber air baku dan perencanaan lainnya sesuai kebutuhan perusahaan;

c) Melaksanakan koordinasi dan perencanaan pengembangan pelanggan melalui *survey*,

pengukuran serta pembuatan rencana anggaran biaya;

d) Melaksanakan kegiatan penelitian dan pengembangan perusahaan;

e) Penataan dan pengelolaan data teknik menyangkut jaringan pipa, konstruksi bangunan sipil, mekanikal dan elektrikal;

f) Dalam melaksanakan tugas dan penyusunan laporan hasil pelaksanaan tugasnya dibantu oleh Seksi Perencanaan dan Pemetaan, dan Seksi Pengawas Teknik.

2. Bagian Produksi dan Instalasi

a) Menyusun rencana kerja sesuai tugas pokok dan fungsinya;

b) Menyusun rencana kegiatan dan pengawasan pelaksanaan tugas Seksi IPA I dan IPA II, IPA III, IPA IV, IPA V dan seksi laboratorium;

c) Mengedalikan dan mengawasi secara berkala terhadap kuantitas (jumlah), Kualitas (mutu) dan Kontinuitas (keberlanjutan) produksi air minum serta menyusun laporan produksi air secara berkala;

d) Melaksanakan pemeliharaan/perawatan dan perbaikan peralatan meliputi saluran *intake* dan IPA serta pengujian peralatan produksi.
e) Melaksanakan penyusunan rencana kebutuhan material produksi dan pengadaan bahan-bahan kimia dan mengontrol kualitas air;
f) Melaksanakan kegiatan produksi air minum meliputi penyiapan air baku, fungsi *intake*, kinerja IPA dan pengujian laboratorium;
g) Dalam melaksanakan tugas dan penyusunan laporan hasil pelaksanaan tugasnya, dibatu oleh Seksi IPA I dan IPA II, Seksi IPA III, Seksi IPA IV, Seksi IPA V, dan Seksi Laboratorium.

3. Bagian Distribusi dan Kehilangan Air
   a) Menyusunan rencana kerja sesuai tugas pokok dan fungsinya;
   b) Mengkoordinasikan penggunaan dan pemanfaatan air pada jaringan distribusi (jaringan primer dan sekunder) serta pemasangan sambungan baru;
   c) Menyiapkan program pemeliharaan jaringan transmisi dan distribusi, pemeriksaan dan penggantian meteran induk, meter air dan booster secara berkala;

d) Menyiapkan bahan dan rencana pengadaan persediaan meter air;
e) Menyelenggarakan administrasi meter air dan penyelenggaraan administrasi kehilangan air;
f) Menyelenggarakan penyediaan air bersih untuk pelayanan sosial/*Coorporate Social Responsibility (CSR);*
g) Mengkoordinasikan analisa kinerja meter air dan *booster pump*;
h) Melaksanakan perencanaan, pelaksanaan dan pengendalian penggunaan meter dan suplai air;
i) Mengkoordinasikan pengawasan dan penindakan terhadap penggunaan dan pemanfaatan air secara ilegal (sambungan Ilegal);
j) Dalam melaksanakan tugas dan penyusunan laporan hasil pelaksanaan tugasnya, dibantu oleh Seksi Kebocoran dan Pelayanan Sosial, dan Seksi Pemeliharaan.

j. Struktur Bidang Air Limbah :

1. Bagian Perencanaan Teknik Air Limbah

a) Mengontrol proses pengolahan air limbah serta mutu air limbah yang dihasilkan dapat dipertanggung jawabkan;
b) Mengevaluasi data kualitas dan operasional pengolahan untuk menentukan alternatif pengolahan air limbah;
c) Mengontrol ketersediaan dan merencanakan kebutuhan bahan operasi lainnya yang dibutuhkan dalam proses pengolahan dan monitoring kualitas air limbah;
d) Melaksanakan pengawasan rutin terhadap sistem kerja pengelolan air limbah;
e) Mengelola data pelanggan air limbah dan mengevaluasi pelaksanaan sambungan langganan air limbah;
f) Melaksanakan pemasaran untuk pengembangan pelayanan air limbah;
g) Dalam melaksanakan tugas dan penyusunan laporan hasil pelaksanaan tugasnya, dibantu oleh Seksi Perencanaan dan Pemetaan Air Limbah, dan Seksi Pengawasan Air Limbah.

2. Bagian Pengolahan Air Limbah

a) Mengontrol proses pengolahan air limbah serta pelaksanaan analisa fisik kimia dan bakteriologi sehingga mutu air limbah yang dihasilkan dapat dipertanggung jawabkan;
b) Mengontrol kualitas air limbah di jaringan air limbah baik sistem tertutup maupun terbuka secara fisik, kimiawi dan biologi;
c) Mengevaluasi data kualitas dan operasional pengolahan untuk menentukan alternatif pengolahan air limbah;
d) Mengontrol ketersediaan dan merencanakan kebutuhan pengadaan bahan kimia dan bahan operasi lainnya yang dibutuhkan dalam proses pengolahan dan monitoring kualitas air limbah;
e) Mengarahkan dan mengontrol pelaksanaan kegiatan perawatan dan pemeliharaan semua peralatan mekanikal dan elektrikal yang ada agar berfungsi dengan baik;
f) Melaksanakan pengawasan rutin terhadap sistem kerja IPAL;
g) Dalam melaksanakan tugas dan penyusunan laporan hasil pelaksanaan tugasnya, dibantu oleh Seksi IPAL I dan Seksi IPAL II

k. Satuan Pengawas Internal, tugasnya :

a) Menyusun rencana kerja sesuai tugas pokok dan fungsinya;
b) Menyusun kebijakan pokok pengawasan dan penyelenggaraan perusahaan;
c) Mengkoordinasikan perencanaan pelaksanaan dan pelaporan kegiatan pengawasan;
d) Merencanakan dan menyusun Standar Pengendalian Internal (SPI);
e) Melaksanakan pengawasan administrasi keuangan, asset dan kepegawaian serta teknik operasional;
f) Melaksanakan pengawasan terhadap perjanjian kerjasama Perusahaan dengan Pihak Ketiga;
g) Mengkoordinasikan tindak lanjut hasil pengawasan;
h) Melaksanakan evaluasi terhadap *Business Plan* dan *Coorporate Plan* perusahaan;
i) Melaksanakan evaluasi laporan keuangan dan laporan kinerja Perusahaan;
j) Menyusun laporan hasil pelaksanaan audit internal sebagai bahan review pengawasan bagi Direktur Utama;
k) Melaksanakan tugas-tugas lain yang diberikan oleh Direksi.

l) Dalam melaksanakan tugas dan penyusunan laporan pelaksanaan tugasnya dibantu oleh Seksi Pengawasan Keuangan dan Aset, dan Seksi Pengawasan Teknik dan Operasional.

2. Karakteristik Responden

Hasil pengumpulan data yang dilakukan pada 75 pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar yang dijadikan sebagai responden diperoleh karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia dan pendidikan, antara lain:

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat di lihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	32	42,7	42,7	42,7
	PEREMPUAN	43	57,3	57,3	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

“Sumber: Data olah responden SPSS 25”

Data yang diperoleh melalui penyebaran angket memperlihatkan bahwa proporsi terbesar dari responden adalah berjenis kelamin perempuan sebanyak 43 orang atau 57,3% dan laki-laki sebanyak 32 orang atau 42,7% dari total 75 pelanggan atau 100%.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-25	3	4,0	4,0	4,0
	26-30	15	20,0	20,0	24,0
	31-35	22	29,3	29,3	53,3
	36-40	18	24,0	24,0	77,3
	41-45	8	10,7	10,7	88,0
	46-50	9	12,0	12,0	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

"Sumber: Data olah responden SPSS 25"

Data yang diperoleh melalui penyebaran angket memperlihatkan bahwa responden menurut usia menunjukkan usia tertinggi berada pada usia 31-35 tahun sebanyak 22 orang atau 29,3%, usia 20-25 tahun sebanyak 3 orang atau 4%, usia 26-30 tahun sebanyak 15 orang atau 20%, usia 36-40 tahun sebanyak 18 orang atau 24% dan usia 41-45 tahun sebanyak 8 orang atau 10,7% dan usia 46-50 tahun sebanyak 9 orang atau 12%.

c. Berdasarkan Pendidikan

Karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	SD	15	20,0	20,0	20,0
	SMP	14	18,7	18,7	38,7
	SMA	22	29,3	29,3	68,0
	S1	17	22,7	22,7	90,7
	S2	7	9,3	9,3	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

"Sumber: Data olah responden SPSS 25"

Data yang diperoleh melalui penyebaran angket memperlihatkan bahwa proporsi terbesar dari responden adalah berpendidikan SMA sebanyak 22 orang atau 29,3%, berpendidikan SD sebanyak 15 orang atau 20%, berpendidikan SMP sebanyak 14 orang atau 18,7%, berpendidikan S1 sebanyak 17 orang atau 22,7% dan berpendidikan S2 sebanyak 7 orang atau 9,3% dari total 75 orang atau 100.

3. Metode Analisis Data

a. Hasil Analisis Statistik Deskriptif

Deskriptif kategori variabel menggambarkan tanggapan responden mengenai Inovasi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan. Analisis statistik deskriptif ini meliputi nilai rata-rata (*mean*), standar deviasi, nilai maksimum dan nilai minimum. Berikut ini adalah hasil analisis statistik deskriptif sebagai berikut:

Tabel 4.4 Analisis Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	75	4,00	5,00	4,7600	,42996
X1.2	75	4,00	5,00	4,7600	,42996

X1.3	75	3,00	5,00	4,4800	,52915
X1.4	75	3,00	5,00	4,5733	,52436
X1.5	75	2,00	5,00	4,8267	,47572
TOTAL_X1	75	20,00	25,00	23,4000	1,20808
X2.1	75	1,00	2,00	1,7333	,44519
X2.2	75	1,00	3,00	1,9067	,66115
X2.3	75	1,00	3,00	1,8400	,69826
X2.4	75	1,00	5,00	1,6933	,71610
X2.5	75	1,00	3,00	1,7600	,63331
TOTAL_X2	75	6,00	15,00	8,9333	2,13297
Y1	75	3,00	5,00	4,4000	,59275
Y2	75	4,00	5,00	4,4933	,50332
Y3	75	4,00	5,00	4,5733	,49792
Y4	75	3,00	5,00	4,2133	,50117
Y5	75	4,00	5,00	4,5067	,50332
TOTAL_Y	75	19,00	25,00	22,1867	1,24871
Valid N (listwise)	75				

“Sumber: Data olah responden SPSS 25”

Berdasarkan tabel di atas, dapat disimpulkan bahwa statistik deskriptif dengan jumlah sampel sebanyak 75 responden, variabel Inovasi dengan nilai minimum sebesar 2, nilai maksimum sebesar 5, nilai rata-rata sebesar 4,68 dengan standar deviasi sebesar 0,24.

Statistik deskriptif dengan jumlah sampel sebanyak 75 responden, variabel Kualitas Pelayanan dengan nilai minimum sebesar 1, nilai maksimum sebesar 5, nilai rata-rata sebesar 1,78 dengan standar deviasi sebesar 0,42.

Statistik deskriptif dengan jumlah sampel sebanyak 75 responden, variabel Kepuasan Pelanggan dengan nilai minimum

sebesar 3, nilai maksimum sebesar 5, nilai rata-rata sebesar 4,43 dengan standar deviasi sebesar 0,24.

b. Uji Validitas

Pengujian validitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara statistik yaitu menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total dengan menggunakan metode product moment pearson correlation. Data dinyatakan valid jika nilai r hitung yang merupakan nilai item dari Corrected Item-Total Correlation > dari r tabel pada signifikansi 0,05 (5%). Dalam pengujian validitas data dilakukan dengan menggunakan pendekatan Pearson Correlation. Berikut ini disajikan hasil dari uji validitas dari masing-masing variabel sebagai berikut:

Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Inovasi (X1)

Instrumen Penelitian	r hitung	r table	Keterangan
Inovasi	0,747	0,224	Valid
Inovasi	0,669	0,224	Valid
Inovasi	0,662	0,224	Valid

Inovasi	0,793	0,224	Valid
Inovasi	0,622	0,224	Valid

"Sumber: Data olah responden SPSS 25"

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa semua item dalam variabel Inovasi diuji dalam penelitian menyatakan bahwa masing-masing instrumen pernyataan dianggap valid karena nilai Corrected Item-*Total Correlation* > *dari r tabel* pada signifikansi 0,05 (5%). Dimana instrumen penelitian dari variabel kepuasan pelanggan rhitungnya lebih besar dari r table (0,747 > 0,224), (0,669 > 0,224), (0,662 > 0,224), (0,793 > 0,224) dan (0,622 > 0,224).

Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

Instrumen Penelitian	r hitung	r table	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,709	0,224	Valid
Kualitas Pelayanan	0,714	0,224	Valid

Kualitas Pelayanan	0,827	0,224	Valid
Kualitas Pelayanan	0,809	0,224	Valid
Kualitas Pelayanan	0,718	0,224	Valid

"Sumber: Data olah responden SPSS 25"

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa semua item dalam variabel Kualitas Pelayanan diuji dalam penelitian menyatakan bahwa masing-masing instrumen pernyataan dianggap valid karena nilai Corrected Item-*Total Correlation* > *dari r tabel* pada signifikansi 0,05 (5%). Dimana instrumen penelitian dari variabel kualitas pelayanan rhitungnya lebih besar dari r table (0,709 > 0,224), (0,714 > 0,224), (0,827 > 0,224), (0,809 > 0,224) dan (0,718 > 0,224).

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Instrumen Penelitian	r hitung	r table	Keterangan
Kepuasan Pelanggan	0,773	0,224	Valid

Kepuasan Pelanggan	0,704	0,224	Valid
Kepuasan Pelanggan	0,678	0,224	Valid
Kepuasan Pelanggan	0,673	0,224	Valid
Kepuasan Pelanggan	0,699	0,224	Valid

"Sumber: Data olah responden SPSS 25"

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa semua item dalam variabel Kepuasan Pelanggan diuji dalam penelitian menyatakan bahwa masing-masing instrumen pernyataan dianggap valid karena nilai Corrected Item-*Total Correlation* > *dari r tabel* pada signifikansi 0,05 (5%). Dimana instrumen penelitian dari variabel kepuasan pelanggan rhitungnya lebih besar dari r table (0,773 > 0,224), (0,704 > 0,224), (0,678 > 0,224), (0,673 > 0,224) dan (0,699 > 0,224).

c. Uji Realibilitas

Uji reliabilitas dapat dipahami melalui ide dasar konsep tersebut yaitu konsistensi. Peneliti dapat mengevaluasi instrumen penelitian berdasarkan perspektif dan teknik yang berbeda, tetapi pertanyaan mendasar untuk mengukur reliabilitas data adalah bagaimana konsistensi data yang dikumpulkan. Pengukuran reliabilitas menggunakan indeks numerik yang disebut dengan koefisien. Konsep reliabilitas dapat diukur melalui tiga pendekatan yaitu koefisisen stabilitas, koefisien ekuivalensi dan reliabilitas konsistensi internal. Uji

reliabilitas merupakan alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban dari responden itu stabil dari waktu ke waktu. Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan realibel jika dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha (α),* koefisien realibilitas > 0,60.

Tabel 4.8 Hasil Uji Realibilitas

Variabel	Cronbach"s Alpha	Batas Realibilitas	Ket.
Inovasi	0,764	0,60	Reliabel
Kualitas Pelayanan	0,662	0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,690	0,60	Reliabel

"Sumber: Data olah responden SPSS 25"

Tabel di atas menunjukkan bahwa nilai cronbach's alpha dari semua variabel lebih besar dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa instrumen dari kuesioner yang digunakan untuk menjelaskan variabel Inovasi, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan dinyatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur variabel. Dimana variabel inovasi nilai cronbach's alpha lebih besar dari batas reliable (0,764 > 0,60), variabel kualitas pelayanan nilai cronbach's alpha lebih besar dari batas reliable (0,662 > 0,60) dan variabel inovasi nilai cronbach's alpha lebih besar dari batas reliable (0,690 > 0,60)

d. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Pengujian tentang normal atau tidaknya data dalam penelitian ini dilakukan dengan dua cara yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Analisis grafik untuk melihat distribusi normal dapat dilihat dengan grafik histogram dan grafik Probability-Plot. Sedangkan dengan uji statistik dapat dilakukan dengan uji one sample kolmogorov-smirnov. Uji ini digunakan untuk menghasilkan angka yang lebih detail, apakah suatu persamaan regresi yang akan dipakai lolos normalitas. Suatu persamaan regresi dikatakan lolos normalitas apabila nilai signifikansi uji Kolmogorov-Smirnov lebih besar dari 0,05. Hasil pengujian normalitas yang dilakukan menunjukkan bahwa data berdistribusi normal. Hal ini ditunjukkan dengan nilai signifikansi sebesar > 0,05.

Tabel 4.9 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	VAR00001	VAR00002
N		75	75	75
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000	22,2533	8,9333
	Std. Deviation	1,19877917	1,61156	2,13297
Most Extreme Differences	Absolute	,072	,212	,149
	Positive	,050	,135	,149
	Negative	-,072	-,212	-,085
Test Statistic		,072	,212	,149
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]	,000[c]	,000[c]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

"Sumber: Data olah responden SPSS 25"

Dari tabel diatas dapat dilihat signifikansi nilai Kolmogorov-smirnov yang diatas tingkat kepercayaan 5% yaitu sebesar 0,2, hal tersebut menunjukkan bahwa data terdistribusi normal.

e. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah untuk melihat ada atau tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linear berganda. Multikolonearitas adalah suatu kondisi hubungan linear antara variabel independen yang satu dengan yang lainnya dalam model regresi. Salah satu cara untuk menguji adanya multikoloniearitas dapat dilihat dari Variance Inflation Factor (VIF) dan nilai tolerance. Jika nilai VIF < 10 dan nilai tolerance > 0,10 maka tidak terjadi multikolinearitas.

Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics Tolerance	VIF
1	INOVASI X1	,993	1,007
	KUALITAS X2	,993	1,007

a. Dependent Variable: VAR00003

"Sumber: Data olah responden SPSS 25"

Berdasarkan hasil pengujian diatas, karena nilai VIF untuk semua variabel memiliki nilai lebih kecil daripada 10 dan nilai tolerance lebih besar dari 0,10, maka dapat disimpulkan tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel independen.

f. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Jika variance dan residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastitas dan berbeda disebut heteroskedastisitas.

Model regresi yang baik seharusnya terjadi heteroskedastisitas. Dalam pengambilan keputusan pada uji heteroskedastisitas, yakni:

a. Jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, kesimpulannya adalah tidak terjadi heteroskedastisitas
b. Jika nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05, kesimpulannya adalah terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 4.11 Hasil Uji Heteroskedastistas

Coefficients[a]

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,028	1,208		,851	,397
	X1	,002	,051	,006	,048	,962
	X2	-,012	,038	-,038	-,318	,751

a. Dependent Variable: RES2

"Sumber: Data olah responden SPSS 25"

Berdasarkan tabel di atas, menunjukkan bahwa diperoleh nilai signifikansi dari variabel Inovasi dan Kualitas Pelayanan sebesar 0,962 dan 0,751 sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak ada variabel yang mengandung heteroskedastisitas karena nilai signifikansi > 0.05.

B. Pembahasan

1. Analisis Regresi Berganda

Metode ini dilakukan untuk menguji pegaruh variabel independen terhadap dependen. Hasil pengujian ditampilkan sebagai berikut:

Tabel 4.12 Analisis Regresi Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	27,152	2,096		12,955	,000

	X1	,218	,088	,281	2,474	,016
	X2	-,014	,066	-,023	-,205	,838

a. Dependent Variable: Y

"Sumber: Data olah responden SPSS 25"

$$Y = 27{,}152+0{,}218X_1+-0{,}014X_2+e$$

Berdasarkan data pada tabel di atas dapat diketahui nilai koefisien regresi Inovasi dan Kualitas Pelayanan terhadap variabel Kepuasan Pelanggan masing-masing sebesar 0,218 (X1) dan -0,014 (X2) dengan nilai konstanta sebesar 26,099. Dengan demikian terbentuk persamaan regresi sebagai berikut:

Persamaan regresi di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Berdasarkan persamaan di atas, konstanta sebesar 27,152 (a = 27,152) memberi variabel independen (Inovasi dan Kualitas Pelayanan) adalah nol (0), maka variabel dependen Kepuasan Pelanggan akan terjadi 27,152.
2. Nilai koefisien Inovasi (b1) sebesar 0,218 dengan nilai positif. Hal ini berarti bahwa setiap peningkatan Inovasi naik 1% maka variabel Kepuasan Pelanggan akan meningkat sebesar 27,152 dengan asumsi variabel lain konstan.
3. Nilai koefisien Akurasi Perencanaan Kas (b2) sebesar -0,014 dengan nilai negatif. Hal ini berarti bahwa setiap penurunan Kualitas Pelayanan turun 1% maka variabel Kepuasan Pelanggan akan menurun sebesar 27,152 dengan asumsi variabel lain konstan.

2. Hasil Uji Parsial (Uji T)

Uji t dilakukan untuk melihat seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variasi variable dependen yang diuji pada tingkat signifikan 0,05. Hasil uji t ditunjukkan dalam Tabel di bawah ini:

Tabel 4.13 Hasil Uji Parsial (Uji T)

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	27,152	2,096		12,955	,000
	X1	,218	,088	,281	2,474	,016
	X2	-,014	,066	-,023	-,205	,838

"Sumber: Data olah responden SPSS 25"

Uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel bebas (independent) secara parsial atau individual dalam mempengaruhi variabel tidak bebas.

Dari tabel di atas menunjukkan bahwa koefisien model regresi memiliki nilai konstanta sebesar 27,152 dengan nilai thitung positif sebesar 12,955 dan tingkat signifikansi sebesesar 0,000. Konstanta sebesar 27,152 menandakan bahwa jika variabel independen konstan maka rata-rata variabel Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 27,152.

a. Hasil uji t untuk variabel Inovas memiliki t hitung sebesar 2,474 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,016. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat signifikansinya di bawah 5% atau 0,05 (0,05 > 0,016) dan t hitung lebih besar dari t tabel (2,474 > 1,665). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
b. Hasil uji t untuk variabel Kualitas Pelayanan memiliki t hitung sebesar -0,205 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,838. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat signifikansinya di atas 5% atau 0,05 (0,05 < 0,838) dan t hitung lebih kecil dari t tabel (-0,205 < 1,665). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan.

3. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R2)

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi darpat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.14 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R2)

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,780[a]	,638	,653	1,81532

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

"Sumber: Data olah responden SPSS 25"

Berdasarkan tabel di atas nilai R adalah 0,780. Menurut pedoman interpretasi korelasi, angka ini termasuk ke dalam kategori korelasi berpengaruh tinggi atau kuat karena berada pada interval 0,50 – 0,80. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Inovasi dan Kualitas Pelayanan berpengaruh kuat terhadap Kepuasan Pelanggan. Dari tabel di atas diketahui bahwa nilai R^2 sebesar 0,780, hal ini berarti bahwa 78,0% variabel Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh variabel Inovasi dan Kualitas Pelayanan. Sisanya sebesar 20,0% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini.

4. Hasil Uji Simultan (Uji F)

Uji model dalam penelitian ini digunakan untuk menguji apakah model yang disusun peneliti dapat diterima. Hasil uji model dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.15 Hasil Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9,043	2	4,522	4,061	,003[b]
	Residual	106,343	72	1,477		
	Total	115,387	74			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

"Sumber: Data olah responden SPSS 25"

Dari tabel di atas, hasil Fhitung lebih besar dari Ftable (4,061 > 2,727) dan taraf signifikansi 5% atau 0,05 lebih kecil dari hasil signifikansi uji simultan (0,003 < 0,05). Dengan hasil tersebut variabel Inovasi dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan

C. Interpretasi Hasil Penelitian

1. Pengaruh Inovasi terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil dalam penelitian ini menunjukkan bahwa Inovasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil pengujian model parsial menunjukkan bahwa Thitung lebih besar daripada Ttable (2,474 > 1,665) dan taraf signifikansi 5% lebih kecil dari hasil signifikansi uji parsial (0,016 < 0,05). Semakin tinggi atau semakin baik inovasi yang dimiliki oleh Perumda Air Minum Kota Makassar maka semakin tinggi pula atau semakin baik kepuasan pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar. Keberhasilan inovasi dapat dilihat dari penciptaan dan implementasi, dari proses, pelayanan, serta metode penyampaian baru yang menghasilkan

peningkatan terkait dengan hasil, efisiensi, efektifitas atau kualitas secara signifikan guna meningkatkan kepuasan pelanggan (Juwono, 2019). Inovasi merupakan proses mengembangkan ide baru atau memasukkan ide baru dalam kegiatan praktis sehingga terjadi konversi ide baru dalam aplikasi yang bermanfaat. Aplikasi ide baru terjadi terjadi dalam bentuk proses inovasi yang akan menghasilkan sesuatu yang inovatif. Beberapa hal yang menjadi pendorong inovasi, yaitu: (1) variabel struktur, meliputi struktur organiasi, sumber daya yang dimiliki dan komunikasi yang terjadi dalam organisasi, (2) variabel budaya, meliputi penerimaan terhadap ambiguitas, toleransi terhadap hal-hal yang tidak praktis, rendahnya kontrol eksternal, toleransi terhadap resiko, toleransi terhadap konflik, berfokus terhadap hasil dan sistem yang terbuka, (3) variabel sumber daya manusia, meliputi komitmen tinggi terhadap pelatihan dan pengembangan, tingkat keamanan pekerjaan dan sumber daya orang yang kreatif.

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra Nasution & Tri Kurniawati (2018) yang menyatakan bahwa inovasi berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Dapat disimpulkan bahwa Hipotesis Pertama (H1) diterima, maka Ha diterima dan Ho ditolak.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil pengujian model parsial menunjukkan bahwa Thitung lebih kecil daripada Ttable (-0,205 < 1,665) dan taraf signifikansi 5% lebih kecil dari hasil signifikansi uji parsial (0,838 > 0,05). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa semakin buruk ataupun rendah kualitas pelayanan yang dimiliki oleh Perumda Air Minum Kota Makassar, maka tidak akan meningkatkan atau menurunkan kepuasan pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar. Pelayanan publik menjadi ranah yang sangat terbuka bagi masyarakat untuk melakukan penilaian. Karena itu, jika tidak mampu menghadirkan pelayanan yang optimal kepada masyarakat sebagai pelanggan, maka reputasi dan nilai akuntabilitas institusi akan rusak, baik dimata pemerintah maupun dimata publik. Apalagi jika dihadapkan dengan perkembangan dan kemajuan teknologi yang sangat pesat, semua kejadian dan peristiwa dapat menyebar ke ujung dunia secara cepat (fast stepping), pada waktu aktual yang bersamaan (real time), serta meluas kemana-mana (spread out), (Haryono, 2018). Kualitas pelayanan telah menjadi satu tahap faktor dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi. Pengembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi persaingan antar perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian dan sosial budaya masyarakat.

Oleh karena itu, kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan agar dapat mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan pelanggan. Dapat disimpulkan bahwa Hipotesis Kedua (H2) ditolak, maka Ha ditolak dan Ho diterima. Usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang baik dapat dimulai dari pemenuhan pelanggan, yaitu: memberikan interaksi yang positif dan menyenangkan kepada pelanggan, sopan dan perhatian saat penyajian, tepat waktu dalam memenuhi kebutuhan pelanggan, Kenali pelanggan, mendapatkan perbandingan yang tepat antara jumlah pelayan dan pelanggan, memberikan rekomendasi fasilitas yang dibutuhkan oleh pelanggan.

Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra Nasution & Tri Kurniawati (2018) yang menyatakan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Inovasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Inovasi dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil pengujian model simultan menunjukkan bahwa Thitung lebih besar daripada Ttable (4,061 > 2,727) dan taraf signifikansi 5% lebih besar dari hasil signifikansi uji parsial (0,003 < 0,05). Semakin tinggi inovasi dan kualitas pelayanan yang dimiliki oleh Perumda Air Minum Kota Makassar, maka akan

meningkatkan kepuasan pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar. Dapat kita ketahui bahwa kepuasan pelanggan dapat meningkatkan jika inovasi yang dilakukan dan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan baik, dapat meningkatkan kepuasan pelanggan. Karena itu, jika Perumda Air Minum Kota Makassar mampu menghadirkan pelayanan yang optimal kepada masyarakat sebagai pelanggan, maka reputasi dan nilai akuntabilitas institusi akan bagus, baik dimata pemerintah maupun dimata publik. Apalagi jika dihadapkan dengan perkembangan dan kemajuan teknologi yang sangat pesat, semua kejadian dan peristiwa dapat menyebar ke ujung dunia secara cepat (fast stepping), pada waktu aktual yang bersamaan (real time), serta meluas kemana-mana (spread out).

Hasil ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Saputra Nasution & Tri Kurniawati (2018) yang menunjukkan bahwa inovasi dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan trhadap kepuasan pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dikemukakan, dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis secara parsial (uji t), ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen (Inovasi) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap dependen (Kepuasan Pelanggan) Perumda Air Minum Kota Makassar.
2. Berdasarkan analisis secara parsial (uji t), ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen (Kualitas Pelayanan) tidak memiliki pengaruh terhadap dependen (Kepuasan Pelanggan) Perumda Air Minum Kota Makassar.
3. Berdasarkan analisis secara simultan (uji f), ternyata hasil penelitian membuktikan bahwa variabel independen (Inovasi dan Kualitas Pelayanan) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap dependen (Kepuasan Pelanggan) Perumda Air Minum Kota Makassar.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh Inovasi dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar. Adapun saran dari penelitian ini, yaitu:

1. Keterbatasan penelitian ini adalah terdapat jawaban kuesioner yang

tidak konsisten menurut pengamatan dari peneliti. Karena responden cenderung kurang teliti terhadap pernyataan/pertanyaan yang ada sehingga terjadi tidak konsisten terhadap jawaban kuesioner. Hal ini bisa diantisipasi dengan cara mendampingi responden untuk mengisi jawaban dengan konsisten sesuai dengan yang dialami pelanggan dan keadaan Perumda Air Minum Kota Makassar.

2. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat meneliti dengan variabel lain yang belum diteliti dalam penelitian ini agar memperoleh hasil yang lebih bervariatif yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
3. Bagi Perumda Air Minum Kota Makassar :
    a) Dari Hasil penelitian ini ditemukan bahwa Kualitas Pelayan tidak berpengaruh pada kepuasan pelanggan, dikarenakan masih adanya pelanggan yang merasa bahwa kualitas produk dalam hal ini air bersih yang masih belum merata distribusi nya dan bahkan belum memadai. Sehingga disarankan agar dapat meningkatkan inovasi yang secara simultan dan tehnis juga berkaitan dengan peningkatan kualitas pelayanannya, sehingga juga dapat meningkatkan kepuasan pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar. Adapun Inovasi yang sudah di lakukan oleh Perumda yang dalam penelitian ini berpengaruh pada kepuasan pelanggan agar dapat terus dilakukan dengan tetap memperhatikan efek jangka panjang

dan pemerataan pelayanan dan kualitas pelayanan terhadap pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar.

b) Disarankan pula kepada para karyawan agar dapat menanamkan rasa percaya diri dan rasa memiliki terhadap perusahaan untuk menambah semangat kerja yang akan berdampak pada peningkatan inovasi dan kualitas pelayanan Perumda Air Minum Kota Makassar.

DAFTAR PUSTAKA

Adyapurnawati, M., & Hariani, D. 2019. Inovasi Lapor Hendi (Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat) di Kota Semarang. Journal of Public Policy and Management Review, 8 (2).

Afnan. 2013. Strategi Pemasaran Produk Tabungan Ibu Hijrah Rencana Pada Bank Muamalat Cabang Manado. Jurnal Administrasi Bisnis Vol 8 No. 1, 2019.

Kholifah, dkk. 2021. Inovasi Pendidikan. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Kirom, B. 2015. Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen *Service Performance and Customer Satisfaction Measurement,* Edisi Revisi. Bandung: Pustaka Reka Cipta.

Kotler, Philip., & Keller, Kevin Lane. 2016. Manajemen Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1. Jakarta: PT. Indeks.

Kristiawan, dkk. 2018. Inovasi Pendidikan. Jawa Timur: Wade Group National Publishing.

Lovelock & Wright. 2015. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: PT. Indeks.

Luecke, Richard. 2013. *Managing Creativity and Innovation.* Harvard Business Publishing Corporation.

Lupiyoadi, R., & A. Hamdani. 2016. Manajemen Pemasaran Jasa Edisi 2. Jakarta: Salemba Empat.

Moenir, A, S. 2014. Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia. Jakarta: Bumi Aksara.

Nanda, L.,& Wihelmus, H, S. 2015. Manajemen Pemasaran Teori dan Aplikasi Dalam Bisnis, Edisi Pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media.

Parasuraman, A., *et al.* 1998. *Servqual: a Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. Journal of Retaling,* Vol. 64 No, 1, pp. 12-40.

Sangkala. 2014. *Innovative Gevornance* Konsep dan Aplikasi. Surabaya: Capiya Publishing.

Soleh, M. 2014. Analisis Strategi Inovasi dan Dampaknya Terhadap Kinerja Perusahaan (Studi Kasus: UKM Manufaktur di Kota Semarang). Semarang: Universitas Diponegoro.

Sudarsito. 2014. Analisa Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Nasabah pada PD BPR Bank Pasar Kabupaten Karanganyar. Surakarta: Universitas Muhammdiyah Surakarta.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Syahruddin, H., dkk. 2015. Laboratorium Pengolahan Data.

Tjiptono, F. 2016. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi

Tjiptono, F. 2017. Strategi Pemasaran, Edisi 4. Yogyakarta: Andi.

KUESIONER PENELITIAN

Fakultas Pascarsarjana Universitas Fajar

Program Magister Manajemen

Perihal: Mohon bantuan dalam pengisian kuesioner
Kepada Yth,
Bapak/Ibu/Sdr Responden
Di
Tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka penelitian untuk penyusunan tugas akhir Pascasarjana (S2) pada program Studi Magister Manajemen Universitas Fajar dengan judul "Pengaruh Inovasi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perumda Air Minum Kota Makassar.

Sehubungan dengan hal tersebut, mohon bantuan kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk menjadi responden dalam penelitian ini dan mengisi secara objektif kuesioner terlampir. Partisipasi Bapak/Ibu/Sdr akan sangat membantu dalam keberhasilan penelitian ini.

Demikian surat penelitian ini, atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr, peneliti mengucapkan terima kasih banyak.

Hormat Saya,

Indira Mulyasari Paramastuti Ilham
Mahasiswi

KUESIONER PENELITIAN

IDENTITAS RESPONDEN

Dimohon dengan hormat Bapak/Ibu untuk mengisi identitas secara lengkap (kecuali untuk nama boleh tidak diisi). Setiap pertanyaan/pernyataan diharapkan hanya ada satu jawaban untuk menjamin validitas data.

Nama : .....(boleh tidak diisi)

Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

Umur (Tahun) : ☐ 20-30 Tahun ☐ 31-40 ☐ 41-50 ☐ 51-60

Pendidikan : ☐ SD ☐ SMP ☐ SMA ☐ S1 ☐ S2

Petunjuk Pengisian

Format Skala Responden

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

Peneliti ini mengharapkan Bapak dan Ibu memilih salah satu (STS/TS/N/S/SS) dengan memberi tanda *cross* (X), terkait dengan pertanyaan yang diberikan sesuai dengan kondisidalam unit kerja Bapak/Ibu.

DAFTAR PERTANYAAN/PERNYATAAN

INOVASI (X1)

No	Pertanyaan/Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Perumda Air Minum Kota Makassar dari segi administrasi sudah melakukan inovasi dalam hal penghematan waktu dan pengurangan biaya					
2.	Penggunaan mbanking dan ecommerce lainnya dapat memudahkan pelanggan dari segi administrasi dibandingkan dengan offline					
3.	Penggunaan mbanking dan ecommerce ini dapat dipergunakan atau dirasakan oleh pelanggan					
4.	Dengan kemajuan penggunaan mbanking atau ecommerce ini cenderung lebih baik dari pada offline					
5.	Inovasi mbanking dan ecommerce ini bekerja lebih baik dari sebelumnya					

KUALITAS PELAYANAN (X2)

No	Pertanyaan/Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan kebutuhan dan keinginan anda					
2.	Perumda Air Minum Kota Makassar memberikan pelayanan yang sama tehadap masing-masing pelanggan					
3.	Perumda Air Minum Kota Makassar memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan					
4.	Perumda Air Minum Kota Makassar memiliki sikap baik saat menghadapi pelanggan					
5.	Perumda Air Minum Kota Makassar memberikan pelayanan yang ramah dan sopan kepada pelanggan					

KEPUASAN PELANGGAN (Y)

No	Pertanyaan/Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Harapan pelanggan mengenai kualitas air baik dari segi rasa maupun kejernihannya					
2.	Karyawan Perumda Air Minum Kota Makassar bagian loket pembayaran administrasi memberikan layanan yang baik dan sopan					
3.	Harapan pelanggan mengenai kualitas air dari Perumda Air Minum Kota Makassar apakah sudah sesuai dengan harapan pelanggan					
4.	Harapan dan persepsi pelanggan tentang tanggap nya petugas pelayanan dari Perumda Air Minum Kota Makassar sudah sesuai					
5.	Respon Perumda Air Minum Kota Makassar cepat dan segap dalam menanggapi keluhan-keluhan pelanggan					

L A M P I R A N

PDAM

DD 2440 MP
10-24

PDAM

X1

5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	5	5	5	24
5	4	5	5	5	24
4	4	5	5	5	23
4	4	5	5	5	23
4	4	5	5	5	23
5	4	4	3	4	20
4	5	5	5	5	24
5	5	4	4	4	22
4	5	4	4	4	21
4	5	4	4	4	21
5	4	4	4	4	21
4	5	4	4	4	21
5	4	4	4	5	22
4	5	5	5	5	24
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	4	24
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	2	22
4	4	5	5	5	23
5	5	5	5	5	25
4	4	5	5	5	23
5	5	4	5	5	24
4	4	5	5	5	23
5	4	5	5	5	24
4	4	4	5	5	22
4	5	4	5	4	22
4	4	4	4	5	21
4	4	4	5	4	21
4	5	5	4	5	23
5	5	5	4	4	23
5	4	5	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	5	24
5	5	4	4	5	23
5	5	4	4	5	23

5	5	4	5	5	24
5	5	4	4	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	4	4	5	23
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	5	23
5	5	4	4	5	23
5	5	5	4	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	4	4	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	5	23
5	5	4	4	5	23
5	5	4	4	5	23
5	5	4	4	5	23
5	5	4	4	5	23
5	5	4	4	5	23
5	5	4	4	5	23
5	5	4	5	5	24
5	5	3	4	5	22
5	5	5	5	5	25
5	5	4	4	5	23
5	5	4	4	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25

X2

2	2	2	2	2	10
2	2	2	2	2	10
2	2	2	2	2	10
2	1	1	1	1	6
2	3	3	3	3	14
2	3	3	2	2	12
2	2	2	2	2	10
2	1	1	1	1	6
2	1	1	1	1	6
2	1	1	1	2	7
2	2	2	1	1	8
2	1	2	2	2	9
2	2	1	1	2	8
2	2	2	2	2	10
2	2	2	2	2	10
2	2	2	2	2	10
2	1	1	1	1	6
2	3	3	3	3	14
2	3	3	2	2	12
2	2	2	2	2	10
2	1	1	1	1	6
2	1	1	1	1	6
2	1	1	1	2	7
2	2	2	1	1	8
2	1	2	2	2	9
2	2	1	1	2	8
2	2	3	3	3	13
2	2	3	5	3	15
2	3	3	2	2	12
2	3	3	1	1	10
2	2	2	2	2	10
2	2	2	2	2	10
2	2	2	2	2	10
2	1	1	1	1	6
2	3	3	3	3	14
2	3	3	2	2	12
2	2	2	2	2	10
2	1	1	1	1	6
2	1	1	1	1	6
2	1	1	1	2	7

2	2	2	1	1	8
2	1	2	2	2	9
2	2	1	1	2	8
2	2	2	1	2	9
2	2	2	1	1	8
2	2	2	1	1	8
2	1	1	1	2	7
1	2	2	2	1	8
1	2	2	3	3	11
1	3	3	2	2	11
1	3	2	2	2	10
2	2	2	2	2	10
2	1	1	1	2	7
1	2	2	2	2	9
1	2	1	2	2	8
1	2	2	2	1	8
1	2	2	2	2	9
1	2	2	2	2	9
1	1	1	2	1	6
2	2	2	2	2	10
2	1	1	1	1	6
2	2	2	2	1	9
1	2	2	2	1	8
1	2	2	1	1	7
1	2	1	1	2	7
2	2	1	2	2	9
1	2	2	2	2	9
1	3	3	1	1	9
1	3	3	2	2	11
1	3	1	1	2	8
1	2	2	2	1	8
1	2	2	2	1	8
1	2	2	1	1	7
2	1	1	2	3	9
2	2	1	1	3	9

Y

4	4	5	4	4	21
4	4	5	4	4	21
4	4	5	4	4	21
4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
5	4	4	4	5	22
5	4	4	4	5	22
5	4	4	4	5	22
4	4	4	4	5	21
4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	5	21
5	5	5	4	5	24
4	5	5	4	4	22
5	5	5	4	4	23
5	5	5	4	4	23
3	5	5	4	5	22
4	5	5	4	4	22
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	4	24
4	4	4	5	5	22
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	5	22
5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	5	21
5	5	4	5	4	23
4	5	4	5	5	23
5	5	4	5	4	23
4	5	5	4	5	23
5	4	5	5	4	23
5	5	5	4	5	24
5	5	5	3	4	22
5	5	5	5	5	25
4	5	5	5	4	23
5	5	4	4	5	23
3	4	5	4	5	21
4	4	5	4	5	22
5	4	5	5	5	24
5	4	5	4	5	23
5	4	5	4	5	23

5	5	5	4	4	23
5	5	5	4	4	23
5	5	5	4	4	23
5	5	5	4	5	24
4	5	5	4	4	22
5	5	5	4	5	24
5	5	5	3	4	22
5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	5	20
3	4	5	4	4	20
4	4	4	4	5	21
5	5	4	5	4	23
4	5	4	4	5	22
5	5	4	4	4	22
4	5	5	4	5	23
4	4	4	3	4	19
4	5	5	4	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	21
5	5	4	4	4	22
4	5	5	4	5	23
5	4	5	5	4	23
4	4	5	4	5	22
4	4	5	5	4	22
4	4	5	5	5	23
5	4	4	5	4	22
4	5	4	4	5	22
4	5	4	4	4	21
4	5	5	4	5	23
4	4	5	5	4	22
4	5	5	4	5	23
5	5	5	5	4	24

Statistics

		JENIS_KELAMIN	USIA	PENDIDIKAN
N	Valid	75	75	75
	Missing	0	0	0

JENIS_KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI-LAKI	32	42,7	42,7	42,7
	PEREMPUAN	43	57,3	57,3	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-25	3	4,0	4,0	4,0
	26-30	15	20,0	20,0	24,0
	31-35	22	29,3	29,3	53,3
	36-40	18	24,0	24,0	77,3
	41-45	8	10,7	10,7	88,0
	46-50	9	12,0	12,0	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

PENDIDIKAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SD	15	20,0	20,0	20,0
	SMP	14	18,7	18,7	38,7
	SMA	22	29,3	29,3	68,0
	S1	17	22,7	22,7	90,7
	S2	7	9,3	9,3	100,0
	Total	75	100,0	100,0	

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	75	4,00	5,00	4,7600	,42996
X1.2	75	4,00	5,00	4,7600	,42996
X1.3	75	3,00	5,00	4,4800	,52915
X1.4	75	3,00	5,00	4,5733	,52436
X1.5	75	2,00	5,00	4,8267	,47572
TOTAL_X1	75	20,00	25,00	23,4000	1,20808
X2.1	75	1,00	2,00	1,7333	,44519
X2.2	75	1,00	3,00	1,9067	,66115
X2.3	75	1,00	3,00	1,8400	,69826
X2.4	75	1,00	5,00	1,6933	,71610
X2.5	75	1,00	3,00	1,7600	,63331
TOTAL_X2	75	6,00	15,00	8,9333	2,13297
Y1	75	3,00	5,00	4,4000	,59275
Y2	75	4,00	5,00	4,4933	,50332
Y3	75	4,00	5,00	4,5733	,49792
Y4	75	3,00	5,00	4,2133	,50117
Y5	75	4,00	5,00	4,5067	,50332
TOTAL_Y	75	19,00	25,00	22,1867	1,24871
Valid N (listwise)	75				

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,488**	-,140	-,161	,124	,747**
	Sig. (2-tailed)		,000	,230	,169	,288	,000
	N	75	75	75	75	75	75
X1.2	Pearson Correlation	,488**	1	-,200	-,161	-,008	,669**
	Sig. (2-tailed)	,000		,086	,169	,946	,001
	N	75	75	75	75	75	75
X1.3	Pearson Correlation	-,140	-,200	1	,505**	,067	,662**
	Sig. (2-tailed)	,230	,086		,000	,570	,000
	N	75	75	75	75	75	75
X1.4	Pearson Correlation	-,161	-,161	,505**	1	,133	,793**
	Sig. (2-tailed)	,169	,169	,000		,256	,000
	N	75	75	75	75	75	75

X1.5	Pearson Correlation	,124	-,008	,067	,133	1	,622**
	Sig. (2-tailed)	,288	,946	,570	,256		,000
	N	75	75	75	75	75	75
TOTAL_X1	Pearson Correlation	,747**	,669**	,662**	,793**	,622**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,000	,000	,000	
	N	75	75	75	75	75	75

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	-,269*	-,096	-,090	,153	,709
	Sig. (2-tailed)		,019	,414	,440	,189	,021
	N	75	75	75	75	75	75
X2.2	Pearson Correlation	-,269*	1	,758**	,367**	,301**	,714**
	Sig. (2-tailed)	,019		,000	,001	,009	,000
	N	75	75	75	75	75	75
X2.3	Pearson Correlation	-,096	,758**	1	,603**	,279*	,827**
	Sig. (2-tailed)	,414	,000		,000	,015	,000
	N	75	75	75	75	75	75
X2.4	Pearson Correlation	-,090	,367**	,603**	1	,610**	,809**
	Sig. (2-tailed)	,440	,001	,000		,000	,000
	N	75	75	75	75	75	75
X2.5	Pearson Correlation	,153	,301**	,279*	,610**	1	,718**
	Sig. (2-tailed)	,189	,009	,015	,000		,000
	N	75	75	75	75	75	75
TOTAL_X2	Pearson Correlation	,709	,714**	,827**	,809**	,718**	1
	Sig. (2-tailed)	,351	,000	,000	,000	,000	
	N	75	75	75	75	75	75

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	,281*	-,009	,118	-,145	,773**
	Sig. (2-tailed)		,015	,938	,312	,215	,000
	N	75	75	75	75	75	75
Y2	Pearson Correlation	,281*	1	,258*	-,048	-,040	,704**
	Sig. (2-tailed)	,015		,025	,683	,734	,000
	N	75	75	75	75	75	75
Y3	Pearson Correlation	-,009	,258*	1	-,009	-,042	,678**
	Sig. (2-tailed)	,938	,025		,936	,718	,000
	N	75	75	75	75	75	75
Y4	Pearson Correlation	,118	-,048	-,009	1	-,006	,673**
	Sig. (2-tailed)	,312	,683	,936		,961	,000
	N	75	75	75	75	75	75
Y5	Pearson Correlation	-,145	-,040	-,042	-,006	1	,699**
	Sig. (2-tailed)	,215	,734	,718	,961		,009
	N	75	75	75	75	75	75
TOTAL_Y	Pearson Correlation	,773**	,704**	,678**	,673**	,699**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,009	
	N	75	75	75	75	75	75

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	VAR00001	VAR00002
N		75	75	75
Normal Parameters[a,b]	Mean	,0000000	22,2533	8,9333
	Std. Deviation	1,19877917	1,61156	2,13297
Most Extreme Differences	Absolute	,072	,212	,149
	Positive	,050	,135	,149
	Negative	-,072	-,212	-,085
Test Statistic		,072	,212	,149
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200[c,d]	,000[c]	,000[c]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Coefficients[a]

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	VAR00001	,993	1,007
	VAR00002	,993	1,007

a. Dependent Variable: VAR00003

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1,028	1,208		,851	,397
	X1	,002	,051	,006	,048	,962
	X2	-,012	,038	-,038	-,318	,751

a. Dependent Variable: RES2

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,780[a]	,638	,653	1,81532

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9,043	2	4,522	4,061	,003[b]
	Residual	106,343	72	1,477		
	Total	115,387	74			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27,152	2,096		12,955	,000
	X1	,218	,088	,281	2,474	,016
	X2	-,014	,066	-,023	-,205	,838

a. Dependent Variable: Y

Sumber Data Table : Data olah Responden SPSS 25