

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PDAM KABUPATEN POSO

Ilyas Martunus *)

ABSTRAK

Tujuan Penelitian untuk mengetahui pengaruh dari aspek *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* baik secara simultan maupun parsial.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Kualitas pelayanan PDAM Kabupaten Poso yang tercermin pada aspek *tangible* (berwujud), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (Ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso. Nilai koefisien determinasi atau R^2 sebesar 0,892 berarti 89,2% dari variasi kepuasan pelanggan mampu dijelaskan oleh faktor *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy*.

Secara parsial ditemukan bahwa aspek *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso, yang dibuktikan oleh hasil uji t, dimana nilai probabilitas $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa aspek *assurance* atau keyakinan pelanggan mengenai produk PDAM yaitu air bersih dan tidak mengandung zat yang membahayakan kesehatan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso. Sedangkan aspek lainnya yang meliputi *tangible*, *reliability*, *responsiveness* dan *empathy* tidak signifikan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso.

*) Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Sintuwu Maroso

PENDAHULUAN

Kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting dan perlu mendapat perhatian dari penyedia layanan karena akan mempengaruhi kelangsungan serta perkembangan perusahaan. Kepuasan pelanggan terhadap layanan akan mempengaruhi persepsinya sehingga timbul kesetiaan pada produk yang ditawarkan. Oleh karena itu pihak perusahaan maupun penyedia layanan lainnya harus senantiasa berusaha untuk meningkatkan kualitas layanannya.

Pelayanan yang baik dan berkualitas akan dapat menimbulkan persepsi yang baik serta memberikan rasa puas bagi pelanggan, karena pelanggan hanya akan merasa puas bila harapannya terpenuhi. Dengan menjaga serta meningkatkan kualitas pelayanan maka kesetiaan pelanggan akan tetap terjaga sehingga perusahaan dapat memenangkan persaingan memperoleh keuntungan.

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kabupaten Poso merupakan salah satu badan usaha yang senantiasa berusaha memperbaiki kinerjanya melalui kualitas pelayanan. Namun upaya tersebut belum dapat memenuhi harapan karena masih banyak keluhan dari pelanggan

terhadap layanan yang mereka terima. Rendahnya kualitas layanan PDAM Kabupaten Poso semakin terasa bila dilihat dari dimensi kualitas layanan yang meliputi *Tangible* (bukti fisik), *Reliability* (kehandalan), *Responsiveness* (ketanggapan), *Assurance* (jaminan), dan *Empathy* (empati).

TINJAUAN PUSTAKA

1. Pengertian Pelanggan

Di dunia industri pembeli disebut pelanggan yang selalu berusaha memperoleh kepuasan maksimum dalam memenuhi kebutuhannya (Sukirno.2002;154). Pembeli atau konsumen yang menggunakan suatu produk secara berulang disebut pelanggan.

Menurut Dharmmesta dan Handoko (1997: 12) pelanggan yaitu individu-individu yang melakukan pembelian untuk memenuhi kebutuhan pribadinya atau konsumsi rumah tangga. Seiring dengan itu Pamitra (2001:11) menyatakan bahwa pelanggan adalah individu pembuat keputusan yang menyebabkan seseorang harus terlibat atau tidak dalam pembelian suatu produk. Sedangkan Gasperz (Nasution,2004: 101) pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu yang akan memberikan pengaruh pada performansi perusahaan dan manajemen perusahaan.

Dari pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa pelanggan adalah individu yang melakukan pembelian guna memperoleh kepuasan dengan membandingkan beberapa aspek seperti harga, standar kualitas barang atau jasa dalam rangka memenuhi kebutuhan pribadi dan rumah tangga.

2. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Menurut Engel (1994 : 409) kepuasan adalah evaluasi paska konsumsi untuk memilih beberapa alternatif dalam memenuhi harapan. Kotler (2002 : 42) menyatakan bahwa perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya terhadap kinerja suatu produk dengan harapan-harapannya. Selanjutnya menurut Supranto (2001: 44) istilah kepuasan pelanggan merupakan label yang digunakan oleh pelanggan untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terkait dengan produk atau jasa.

Sedangkan Kotler (2004 : 10) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan yaitu tingkatan dimana anggapan kinerja (*perceived performance*) produk sesuai dengan harapannya. Bila

kinerja produk jauh lebih rendah dibandingkan harapan, maka pelanggan tidak puas. Sebaliknya bila kinerja sesuai dengan harapan atau melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Seiring dengan pendapat diatas, Purnomo (2003 : 195) mengartikan kepuasan pelanggan sebagai “Perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang diharapkan”, maksudnya bahwa kepuasan pelanggan tercipta jika pelanggan merasakan output atau hasil pekerjaan sesuai dengan harapan, atau bahkan melebihi harapan pelanggan.

3. Pengertian Kualitas Pelayanan

Roger (1955: 157) mendefinisikan kualitas sebagai kecocokan penggunaan barang atau jasa dalam memenuhi kebutuhan pelanggan. Sementara menurut Crosby (Nasution 2004: 41) kualitas adalah *conformance to requiremen*, yaitu sesuai dengan yang diisyaratkan atau distandarkan. Suatu produk dikatakan memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar yang meliputi bahan baku, proses produksi dan produk jadi.

Menurut Bharata (2003;29) Pelayanan adalah kepedulian kepada masyarakat dengan memberikan layanan untuk memfasilitasi kemudahan dalam memenuhi kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya agar masyarakat selalu loyal kepada organisasi atau perusahaan.

Menurut Martin (2004:6), kualitas layanan adalah suatu kemampuan untuk memenuhi kebutuhan Internal dan Eksternal pelanggan secara konsisten sesuai prosedur. Dalam hal ini penyedia jasa dituntut untuk mengerti apa yang diinginkan pelanggan. Sedangkan menurut Gerson (2002:119), kualitas layanan adalah ketidaksesuaian antara harapan atau keinginan konsumen dengan persepsi konsumen.

Menurut Zeithaml and Bitner (2001:93), dimensi kualitas layanan dibagi menjadi lima, yaitu :

a. *Reliability (keandalan)*

Kemampuan untuk diandalkan dalam memberikan layanan yang dijanjikan dengan tanggung jawab dan akurat kepada pelanggannya. *Reliability* berarti perusahaan menepati apa yang dijanjikan, baik mengenai pengantaran, pemecahan masalah dan harga.

b. *Assurance (keyakinan atau jaminan)*

Pengetahuan karyawan dan keramah-tamahan, serta kemampuan karyawan untuk menerima atau membawa kepercayaan dan kenyamanan. Dimensi ini menjadi bagian penting dari layanan dimana pelanggan merasa aman (secure) dan terjamin, bahwa

pelayanan akan dilakukan oleh karyawan yang memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik tentang produk atau jasa yang dijual oleh produsen.

c. *Tangible (berwujud)*

Tangible adalah faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dari segi visual atau lingkungan fisik seperti Eksterior dan Interior bangunan, penampilan personel yang rapi dan menarik saat memberikan jasa. Lingkungan fisik yang baik dan menarik akan menggambarkan layanan yang berkualitas dimana konsumen merasa senang dan puas menggunakannya.

d. *Responsiveness (Keinginan untuk membantu)*

Kesadaran atau keinginan untuk cepat bertindak membantu tamu dan memberikan layanan yang tepat waktu. Dimensi ini menegaskan perhatian dan kecepatan waktu dalam hubungannya dengan permintaan pelanggan, pertanyaan, *complain* terhadap masalah yang terjadi. *Responsiveness* juga berhubungan dengan pelanggan mengenai berapa lamanya waktu yang diperlukan untuk menunggu peertolongan atau bantuan, menjawab pertanyaan atau memberikan perhatian.

e. *Empathy (Empati)*

Kemampuan untuk mengerti dan memahami keinginan serta memperhatikan emosi atau perasaan pelanggan. Dimensi empati ini memiliki cirri-ciri : kemampuan untuk melakukan pendekatan, memberikan perlindungan dan usaha untuk mengerti keinginan, kebutuhan dan perasaan pelanggan.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah :

a. Analisis Deskriptif, dilakukan untuk menggambarkan bagaimana kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan oleh Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Poso.

b. Analisis Regresi Linear Berganda

Untuk menganalisis pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, baik secara parsial maupun simultan digunakan analisis regresi linear berganda (Sugiyono,2008) :

$$Y = f(b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5) + \epsilon$$

- Y = Kepuasan Pelanggan
 X1 = Tangible (berwujud)
 X2 = Reliability (Kehandalan)
 X3 = Responsiveness (Ketanggapan)
 X4 = Assurance (Keyakinan)
 X5 = Empathy (Empati)
 b0 = Intersep/konstanta
 b1,b2,b3,b4,b5 = Koefisien regresi
 € = Error/Residual

HASIL PENELITIAN

Berdasarkan data yang diperoleh melalui wawancara dan penyebaran kuesioner kepada responden yang terdiri dari 97 orang pelanggan PDAM Kabupaten Poso yang selanjutnya dilakukan pengolahan dengan program SPSS diperoleh hasil sebagai berikut :

	Koefisien Regresi	T hitung	Probabilitas t
<i>Tangible</i>	.130	1,622	0,108
<i>Reability</i>	.003	.033	0,974
<i>Responsiveness</i>	.156	1,636	0,105
<i>Assurance</i>	.632	6,021	0.000
<i>Empathy</i>	.034	0,038	0,702
Konstanta	0,784		
R	0,892		
<i>R Square</i>	0,796		
<i>Adjusted R Square</i>	0,785		
F hitung	71,134		

Dari tabel di atas dapat dibuat persamaan regresi :

$$Y = 0,784 + 0,130 X_1 + 0,003 X_2 + 0,156 X_3 + 0,632 X_4 + 0,034 X_5$$

Persamaan regresi tersebut dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

a. Konstanta

Nilai a (konstanta) sebesar 0,784 berarti bahwa jika tidak ada variabel *tangible* (berwujud), *reliability* (kehandalan), *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*, kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso adalah sebesar 0,784.

b. Koefisien determinasi (R^2)

Nilai koefisien determinasi R^2 sebesar 0,892 berarti bahwa kemampuan variabel bebas menjelaskan variasi perubahan variabel terikat adalah sebesar 89,2 % dan sisanya sebesar 10,8 % ditentukan oleh variabel lain di luar model.

Hal tersebut didukung oleh hasil uji simultan (Uji F) yang menunjukkan nilai F hitung sebesar 71,13 dan nilai Sig sebesar 0,000 lebih kecil dari alpha 0,05, berarti kelima variabel bebas secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso.

c. Variabel *Tangible* (Berwujud) X1

Besarnya pengaruh dari variabel *tangible* (berwujud) terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso tercermin dari nilai koefisien regresi $b_1 = 0,130$. Hasil ini menunjukkan pengaruh variabel *tangible* (berwujud) terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso relatif kecil.

Selanjutnya hasil uji statistik memperlihatkan nilai t hitung sebesar 1,62 dan Sig t adalah 0,108 lebih besar dari 0,05. Hal ini berarti bahwa variabel *tangible* (berwujud) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso.

Tidak adanya pengaruh secara signifikan dari variabel *tangible* atau aspek yang bersifat fisik pada pelayanan PDAM Kabupaten Poso terhadap kepuasan pelanggannya sesuai dengan kondisi riil dan perkembangan yang terjadi di tengah masyarakat saat ini. Dibukanya loket pembayaran rekening di beberapa bank, loket-loket pembayaran rekening secara online dan layanan SMS Banking serta penggunaan kartu kredit telah menyebabkan berkurangnya interaksi secara langsung antara pelanggan dengan pihak PDAM. Namun hal itu tidak mengurangi kepuasan pelanggan, bahkan dengan adanya layanan kerja sama tersebut pelanggan merasa pelayanan PDAM Kabupaten Poso semakin baik.

d. Variabel *Reliability* (Keandalan) X2

Pengaruh dari variabel *reliability* terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso Y dicerminkan oleh nilai koefisien regresi $b_2 = 0,003$, berarti variabel *reliability* (keandalan) berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso Y, namun angka tersebut nilainya relatif kecil. Hasil uji statistik menunjukkan nilai t hitung $= 0,033$ dan nilai Sig t $= 0,974$ lebih besar dari 0,05, artinya aspek *reliability* tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso.

Oleh karena itu pihak PDAM perlu berupaya meningkatkan pelayanannya dengan memperbaiki sistem produksi dan distribusinya, seperti mengganti peralatan yang sudah tua dengan yang baru dan teknologinya yang lebih maju

e. Variabel *Responsiveness* (Ketanggapan) X3

Pengaruh variabel *responsiveness* (ketanggapan) terhadap kepuasan pelanggan Y ditunjukkan oleh koefisien regresi dari variabel *responsiveness* (ketanggapan) $b_3 = 0,156$ artinya variabel *responsiveness* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso. Hasil uji statistik menunjukkan nilai t hitung sebesar 1,636 dan nilai $Sig\ t$ $0,105 > 0,05$. Hal ini berarti variabel *responsiveness* atau ketanggapan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso.

Oleh sebab itu diharapkan pada pihak PDAM untuk memperbaiki kinerjanya yang berkaitan dengan aspek *responsiveness* atau ketanggapan. Hal ini bisa dilakukan dengan cara cepat dalam menanggapi berbagai keluhan yang disampaikan oleh pelanggan, seperti dengan membuka layanan interaktif melalui media elektronik (radio dan Televisi lokal), atau membuka rubrik pelanggan pada media cetak (Koran lokal).

f. Variabel *Assurance* (Keyakinan) X4

Pengaruh variabel *assurance* terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan oleh koefisien regresi b_4 sebesar 0,632 artinya variabel *assurance* atau keyakinan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso Y. Jika *assurance* (keyakinan) diperbaiki maka kepuasan pelanggan akan meningkat.

Uji parsial menunjukkan nilai t hitung sebesar 6,021 dan nilai $Sig\ t = 0,000$ lebih kecil dari 0,05 berarti variabel *assurance* atau keyakinan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso.

Berdasarkan kondisi riil di lapangan, masyarakat Kota Poso khususnya para pelanggan PDAM Kabupaten Poso selama ini yakin bahwa air yang disalurkan oleh PDAM tersebut lebih terjamin kebersihannya dan lebih sehat dibandingkan dengan sumber air lainnya, seperti air tanah atau sumur. Oleh karena itu untuk menjaga kesetiaan para pelanggan maka tingkat kepuasan yang sudah dicapai harus dipertahankan dan ditingkatkan terus melalui perbaikan kinerja dari PDAM, seperti selalu berusaha memproduksi dan mendistribusikan air yang jernih serta sehat, atau mencari sumber lain yang lebih baik lagi.

g. Variabel *Empathy* (Empati) X5

Besarnya pengaruh variabel *empathy* (empati) terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso Y, ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi $b_5 = 0,034$, artinya variabel empati berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso. Jika variabel empati ditingkatkan maka kepuasan pelanggan Y akan meningkat.

Uji parsial menunjukkan nilai t hitung 0,384 dan nilai $Sig\ t$ sebesar 0,702 lebih besar dari 0,05 artinya variabel empati atau perhatian individu tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso. Walaupun pelayanan yang sifatnya empati atau perhatian individu relatif kurang dari pihak PDAM, tidak menjadi alasan bagi pelanggan untuk memutuskan hubungannya dengan PDAM Kabupaten Poso, karena mereka menyadari bahwa air bersih itu adalah kebutuhan mendasar bagi mereka.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji Validitas dan Reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel	Item	R	Sign	Ket. **	u Cronbach	Ket
Tangible (x1)	x1.1	0,628	0,000	Valid	0,774	Reliabel
	x1.2	0,744	0,000	Valid		
	x1.3	0,612	0,000	Valid		
	x1.4	0,796	0,000	Valid		
	x1.5	0,698	0,000	Valid		
Reliability (x2)	x2.1	0,741	0,000	Valid	0,793	
	x2.2	0,767	0,000	Valid		
	x2.3	0,736	0,000	Valid		
	x2.4	0,780	0,000	Valid		
	x2.5	0,683	0,000	Valid		
Responsiveness (x3)	x3.1	0,647	0,000	Valid	0,811	
	x3.2	0,831	0,000	Valid		
	x3.3	0,849	0,000	Valid		
	x3.4	0,875	0,000	Valid		
	x3.5	0,894	0,000	Valid		
Assurance (x4)	x4.1	0,761	0,000	Valid	0,806	
	x4.2	0,730	0,000	Valid		
	x4.3	0,787	0,000	Valid		
	x4.4	0,846	0,000	Valid		
	x4.5	0,833	0,000	Valid		
Empaty (x5)	x5.1	0,823	0,000	Valid	0,810	
	x5.2	0,821	0,000	Valid		
	x5.3	0,855	0,000	Valid		
	x5.4	0,844	0,000	Valid		
	x5.5	0,818	0,000	Valid		
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,756	0,000	Valid	0,790	
	Y.2	0,457	0,000	Valid		
	Y.3	0,811	0,000	Valid		
	Y.4	0,853	0,000	Valid		
	Y.5	0,776	0,000	Valid		

Sumber : Hasil Penelitian 2011 (Data Diolah)

Dari tabel diatas diketahui bahwa semua indikator untuk masing-masing variable adalah valid dan reliabel karena seluruh nilai r lebih besar dari nilai (p) dan nilai alpha Cronbach lebih besar dari 0,60.

5. Uji Asumsi Klasik

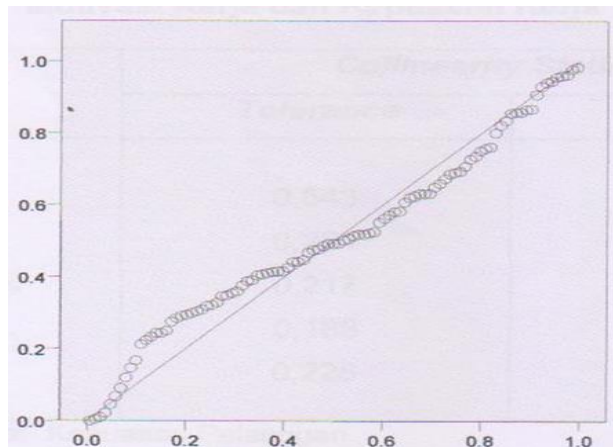
Untuk mengetahui apakah suatu model regresi linier dapat digunakan atau tidak, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi klasik: normalitas, multikolinieritas, dan heteroskedastisitas.

a. Uji Normalitas

Hasil uji normalitas seperti terlihat pada Gambar 4.1 berikut

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variabel : Kepuasan



Gambar 1 : Grafik Normal Probability Plot

Dari Gambar 1 terlihat titik-titik menyebar mengikuti garis linear, ini menunjukkan bahwa data tentang *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy* dan kepuasan pelanggan berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Hasil Uji multikolinieritas dapat dilihat pada pada berikut :

Tabel 2
Hasil Uji Multikolinieritas Variabel Tangible, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy dan Kepuasan Pelanggan

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
(Constant)		
Tangible	0,543	1,843
Reliability	0,291	3,433
Responsiveness	0,217	4,606
Assurance	0,188	5,329
Empathy	0,228	4,392

Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil Penelitian, 2012 (Data Diolah)

Dari Tabel 2 dapat dilihat bahwa tidak terjadi multikolinieritas dalam model. Hal ini dapat diketahui nilai tolerance lebih besar dari 0,1 atau dengan nilai $VIF < 10$.

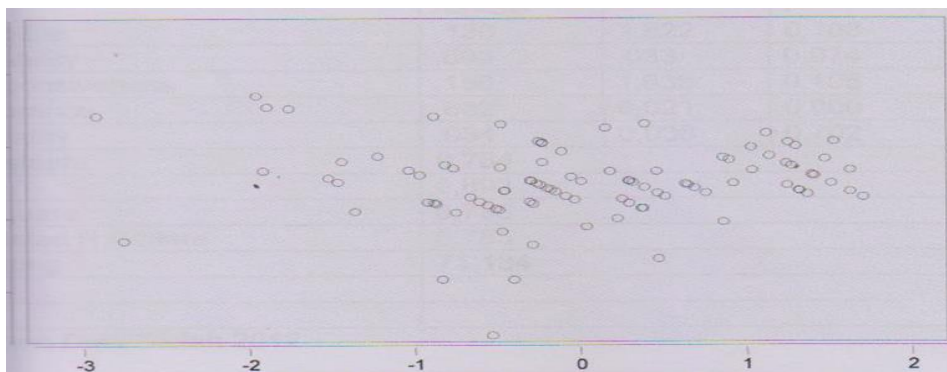
c. Uji Heteroskedastisitas

Hasil uji heteroskedastis dapat dilihat pada Gambar 4.2 berikut:

Gambar 2 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Kepuasan



Regression Standardized Predicted Value

Secara grafik yang terlihat pada gambar 4.2 di atas tidak terjadi heteroskedastis karena titik-titik antara nilai residual dengan nilai hasil estimasi tidak membentuk pola tertentu. Hal ini berarti data tersebar secara merata.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan yang dikemukakan pada again sebelumnya dapat ditarik simpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan PDAM Kabupaten Poso yang tercermin pada aspek *tangible* (berwujud), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (Ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso. Nilai koefisien determinasi atau R^2 sebesar 0,892 berarti 89,2% dari variasi kepuasan pelanggan mampu dijelaskan oleh faktor *tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy*.
2. Secara parsial ditemukan bahwa aspek *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso, yang dibuktikan oleh hasil uji t, dimana nilai probabilitas $0,000 < 0,05$. Hal ini berarti bahwa aspek *assurance* atau keyakinan pelanggan mengenai produk PDAM yaitu air bersih dan tidak mengandung zat yang membahayakan kesehatan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso. Sedangkan aspek lainnya yang meliputi *tangible, reliability, responsiveness dan empathy* tidak signifikan pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso.

Saran

Berdasarkan simpulan yang dikemukakan diatas, maka disarankan sebagai berikut :

1. Agar kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso dapat dipertahankan atau ditingkatkan maka diharapkan kepada pihak PDAM Kabupaten Poso agar meningkatkan pelayanannya secara terus menerus terutama dari aspek *assurance*, yaitu dengan memproduksi air yang benar-banar jernih, bersih dan sehat, tidak mengandung zat yang berbahaya serta mendistribusikannya sesuai dengan kebutuhan pelanggan.
2. Agar kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Poso lebih meningkat di masa yang akan datang, maka diharapkan kepada pihak PDAM Kabupaten Poso agar memperbaiki pelayanan terutama yang berkaitan dengan :
 - Aspek *tangible* terkait dengan indikator petugas pencatat meteran air bekerja dengan jujur.
 - Aspek *reliability* terkait dengan indikator air yang disalurkan PDAM selalu jernih.
 - Aspek *responsiveness* yang menyangkut dengan indikator keluhan pelanggan cepat ditanggapi oleh petugas PDAM.

- Aspek *empathy* yang berkaitan dengan indikator permasalahan yang dialami pelanggan diperhatikan dan cepat ditangani.

DAFTAR PUSTAKA

- Amir,M.Taufik,2005.Dinamika Pemasaran, Jelajahi dan Rasakan. Raja Grafindo Persada Jakarta
- Anonim,1993. Perda no. 02/1993 Tentang Pendirian PDAM Kabupaten Poso.
- _____, 2010, Aktualita, Jurnal Ilmiah, Vol II, Edisi ke 6.
- Anoop, Rana SJB. 1999. The Sky Limit Public erVICES, New Approach. Liberal Times, FNS. Banglades.
- Assauri,Sofyan,2007. Manajemen Pemasaran, Edisi 8, Raja Grafindo Jakarta.
- Azwar,A. 1997. Metode Penelitian. Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Barnes,James G.2003. Secrets of Costumer Relationship Manajement. Andi Yogyakarta.
- Bharata, Atep Adya, 2003. Dasar-Dasar Pelayanan Prima. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Boone and Kurtz,1995. Costumer Driven Project Manajement, A New Paradigm in Total Quality Implementation. Mc Graw Hill. Singapore.
- Cravens,David W.1998. Pemasaran Strategis.Erlangga. Jakarta.
- Dharmmesta, dan Handoko,H.T.1997. Manajemen Pemasaran, Analisa Perilaku Konsumen. BPFE. Yogyakarta.
- Djamaluddin, Ancok.1999. Pelayanan Pelanggan. Pustaka Gramedia , Jakarta.
- Dwiyanto,Agus,2002. Reformasi Birokrasi Publik di Indonesia. Pusat Studi Kependudukan UGM, Yogyakarta.