

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Perkembangan pembangunan dan penambahan populasi penduduk Kota Bogor dari waktu ke waktu semakin meningkat, berarti menuntut adanya berbagai kebijakan dari Pemerintah Daerah yang berimplikasi pada penyediaan berbagai bentuk pelayanan. Selama ini Pemerintah Kota Bogor terus melakukan upaya dalam penyediaan pelayanan seperti menyusun tata ruang perkotaan yang tepat dan memikirkan bagaimana memberi ruang hidup, makanan, air bersih, pelayanan kesehatan obat-obatan, pendidikan, pekerjaan, perumahan dan prasarana transportasi serta berbagai kebutuhan lainnya kepada Penduduk Kota Bogor, (Renstra Kota Bogor 2004-2009).

Kebutuhan yang sangat vital bagi masyarakat salah satunya adalah pelayanan air bersih yang memadai baik kualitas maupun kuantitasnya. Terlebih lagi bagi penduduk Kota Bogor yang dihadapkan pada keterbatasan sumber air bersih. Kota Bogor, pada Tahun 2003 telah terdapat 66.103 sambungan langganan PDAM, dan pada tahun 2004 meningkat menjadi 67.256 sambungan langganan. Pada tahun 2005 jumlah pelanggan 70.014, sedangkan pada akhir tahun 2006 jumlah pelanggan air bersih mencapai 72.924 sambungan langganan, dan sampai dengan pada akhir tahun 2007 jumlah pelanggan PDAM menjadi 74.988 pelanggan. Peningkatan jumlah pelanggan PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor dapat diketahui dari data berikut.

Tabel 1.1  
Perkembangan Jumlah Pelanggan PDAM Tirta Pakuan

<b>Tahun</b>	<b>Jumlah Pelanggan</b>
2003	66.103
2004	67.258
2005	70.014
2006	72.924
2007	74.988

*Sumber : PDAM Tirta Pakuan, 2008*

Jumlah penduduk Kota Bogor saat ini sebanyak ± 850.000 jiwa dan jumlah pelanggan PDAM sampai dengan akhir tahun 2007 sebanyak 74.988 sambungan langganan, telah dapat mencakup 47 % dari jumlah penduduk Kota Bogor (Sumber Litbang PDAM Tirta Pakuan) yang mendapat pelayanan air bersih secara langsung dari PDAM Tirta Pakuan. Kebijakan umum yang dilaksanakan dalam pelayanan air bersih adalah pemenuhan air bersih untuk kebutuhan masyarakat dalam rangka meningkatkan kesejahteraan rakyat, memanfaatkan dan menggali potensi pendapatan daerah dalam rangka turut mendukung upaya peningkatan Pendapatan Asli Daerah (PAD) serta pengembangan perekonomian daerah Kota Bogor (Visi dan Misi PDAM Tirta Pakuan) Dari data berikut dapat diketahui jumlah kategori pelanggan PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor.

Tabel 1.2  
Pelanggan PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor

No	Kecamatan	Tarcode								Jml
		IP	SU	SK	RA	RB	RC	NK	NB	
1	Bogor Selatan	38	145	67	2.267	8.266	1.716	286	293	13.078
2	<b>Bogor Timur</b>	35	76	49	<b>663</b>	<b>4.834</b>	<b>3.150</b>	234	332	9.373
3	Bogor Tengah	153	175	152	4.657	7.228	2.249	1.029	663	16.306
4	Tanah Sareal	39	131	67	1.356	7.360	3.743	146	97	12.939
5	Bogor Utara	16	94	51	783	8.695	2.000	154	241	12.034
6	Bogor Barat	29	92	54	696	6.483	3.245	153	68	10.820
<b>Jumlah</b>		<b>310</b>	<b>713</b>	<b>440</b>	<b>10.422</b>	<b>42.866</b>	<b>16.103</b>	<b>2.002</b>	<b>1.694</b>	<b>74.550</b>
	Kab. Bogor	0	6	3	3	294	123	9	0	438
<b>Jumlah Total</b>		<b>310</b>	<b>719</b>	<b>443</b>	<b>10.425</b>	<b>43.160</b>	<b>16.226</b>	<b>2.011</b>	<b>1.694</b>	<b>74.988</b>

Sumber: Data PDAM Tirta Pakuan Desember 2007

Keterangan:

- IP : Instansi Pemerintah
- SU : Sarana Umum (Mesjid)
- SK : Sarana Khusus (Sekolah)
- RA : Rumah Tangga Gol A (Rumah tidak permanen)
- RB : Rumah Tangga Gol B (Rumah sederhana)
- RC : Rumah Tangga Gol C (Real Estat)
- NK : Niaga Kecil (Ruko)
- NB : Niaga Besar (Industri)

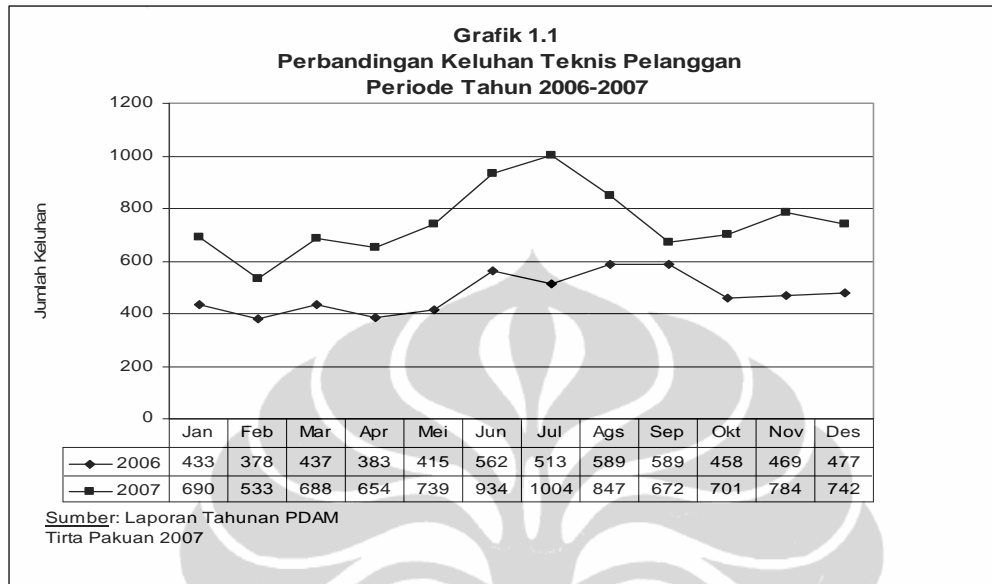
PDAM Tirta Pakuan sebagai salah satu Badan Usaha Milik Daerah di lingkungan Pemerintah Kota Bogor yang bergerak di bidang *Publik service*, tidak luput dari tuntutan untuk senantiasa mampu memberikan kualitas pelayanan yang dapat memberi kepuasan kepada pelanggannya. Namun kepuasan pelanggan tersebut sampai kini belum tercapai secara optimal. Hal ini terungkap dari data yang diperoleh diketahui bahwa masih banyak keluhan dan pengaduan para pelanggan yang berkaitan pelayanan yang diberikan oleh PDAM Tirta Pakuan. Berbagai bentuk keluhan dan pengaduan para pelanggan terhadap pelayanan PDAM Tirta Pakuan Tahun 2007, antara lain:

1. Aliran Air tidak lancar, sering tiba-tiba macet sehingga aliran air tidak menentu, bahkan tidak mengalir.
2. Keluhan teknis berupa debit aliran air atau tekanan yang sangat kecil akibat adanya kebocoran pada saluran distribusi, sehingga jumlah air yang diterima sangat tidak memadai atau tidak dapat memenuhi kebutuhan.
3. Keluhan non teknis berupa, komplain atas jumlah tagihan yang dianggap terlalu besar oleh konsumen karena tidak sesuai dengan jumlah pemakaian air yang mereka gunakan.

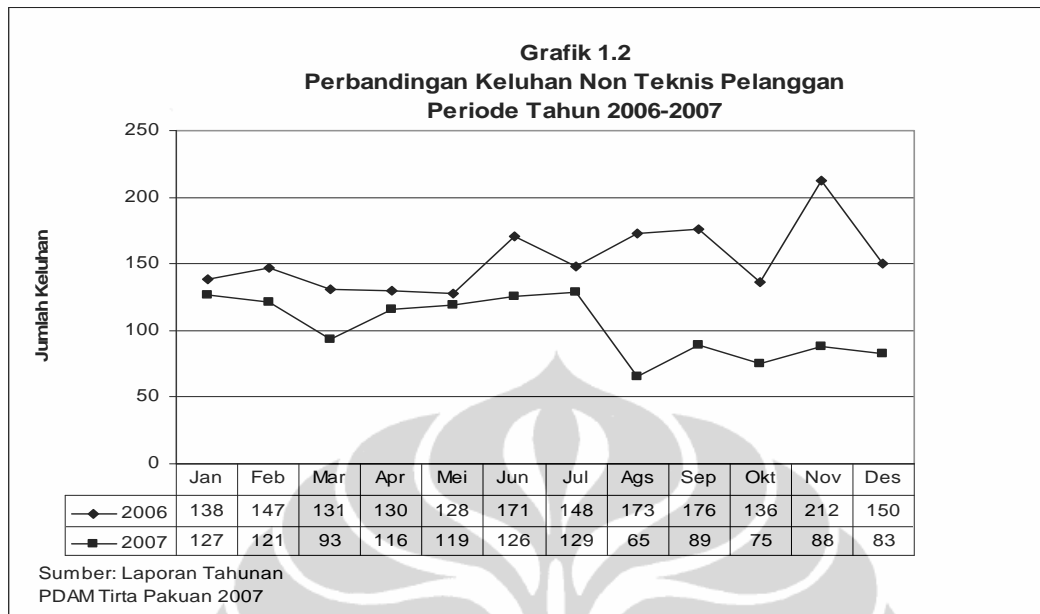
Berdasar data yang diperoleh dari PDAM Tirta Pakuan, pada tahun 2006, pengaduan yang disampaikan pelanggan mencapai 9.913 order, sedangkan pada tahun 2007 terjadi kenaikan sebesar 320 order dari tahun 2006 menjadi 10.224 order yang terdiri dari:

1. Keluhan Teknis 8.988 order.
2. Keluhan Non Teknis 1.236 order.

Kenaikan order keluhan pelanggan ini berbanding dengan pertumbuhan pelanggan aktif, dimana pada tahun 2006 sebesar 72.924 menjadi 74.988 pelanggan aktif sampai dengan bulan Desember 2007. Hal tersebut dapat dilihat dari grafik berikut :



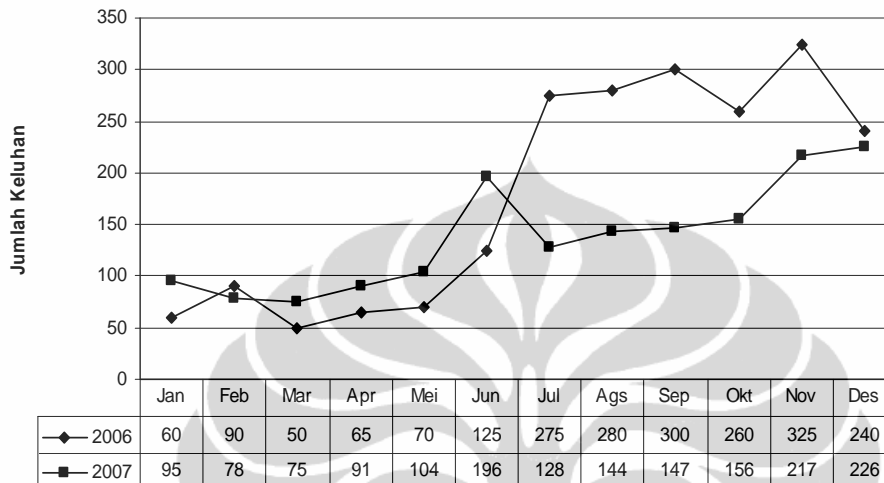
Grafik tersebut memberikan gambaran kenaikan jumlah keluhan teknis pelanggan pada bulan juni dan juli 2008 dimana terdapat kenaikan hampir dua kali lipat. Keluhan teknis ini yang dimaksud adalah pipa distribusi bocor, saklar meter bocor, stop gate/cock valve rusak maupun persil bocor. Masalah teknis ini berimplikasi pada terhambatnya aliran air kepada pelanggan bahkan pada kasus tertentu menyebabkan air tidak mengalir sama sekali. Keluhan teknis sebagaimana grafik diatas juga diikuti oleh keluhan non teknis dimana selama tahun 2006-2007 dapat diketahui dari data berikut.



Grafik keluhan non teknis juga memberikan gambaran bahwa dari tahun ke tahun keluhan non teknis juga mengalami kenaikan. Keluhan non teknis yang dimaksud antara lain Golongan tarif, meter buram, stand meter yang tidak cocok dengan pemakaian, kaca meter air pecah, maupun meter air hilang, walaupun jumlah keluhan ini tidak sebanyak keluhan teknis.

Keluhan lain yang dirasakan sangat mengganggu para pelanggan adalah keluhan yang timbul sebagai akibat pasokan air tidak mengalir, keluhan ini adalah bagian dari keluhan teknis, namun karena jumlah keluhan cukup banyak, maka disajikan dalam grafik tersendiri yang dari data berikut dapat diketahui keluhan pelanggan terhadap pasokan air yang tidak mengalir.

**Grafik 1.3**  
**Perbandingan Keluhan Air Tidak Mengalir**  
**Periode 2006-2007**



Sumber: Laporan Tahunan  
PDAM Tirta Pakuan 2007

Keluhan air tidak mengalir pada tahun 2007 tampak menurun bila dibanding dengan keluhan yang sama pada tahun 2006, hal ini tentunya merupakan prestasi tersendiri yang telah dilakukan oleh PDAM Tirta Pakuan, namun keluhan pelanggan terhadap pasokan air yang tidak mengalir juga sempat terjadi peningkatan pada pertengahan tahun walaupun tidak terlalu mencolok.

Grafik keluhan pelanggan tahun 2006-2007 yang telah tersaji diatas memberikan gambaran bahwa kualitas pelayanan publik yang diselenggarakan oleh PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor belum optimal dalam memenuhi kebutuhan para pelanggan, sementara itu, pertumbuhan pelanggan pada tahun 2007 mencapai 2.064 sambungan, yang berarti terdapat kenaikan sebesar  $\pm 2,8 \%$  dari jumlah pelanggan pada tahun 2006. Namun kenaikan keluhan pelanggan pada tahun 2007 sebanyak  $\pm 3,2 \%$  yang berarti prosentase kenaikan jumlah keluhan lebih besar dari kenaikan jumlah pelanggan. Hal ini tentu perlu mendapat perhatian dari pihak manajemen PDAM Tirta Pakuan, agar kenaikan jumlah pelanggan juga disertai dengan peningkatan kualitas pelayanan yang dapat memberi kepuasan kepada pelanggan.

Dampak dari pengaduan dan keluhan yang disampaikan para pelanggan itu tentu tidak terbatas hanya pada kepentingan pelanggan saja. Kepentingan lain yang terkait dengan kegiatan publik dapat terganggu juga oleh rendahnya kualitas pelayanan PDAM Tirta Pakuan. Kepentingan publik yang dimaksud antara lain kegiatan usaha dan penyediaan fasilitas pelayanan umum yang menggunakan instalasi PDAM Tirta Pakuan.

Kenyataan demikian itu jelas menunjukkan bahwa Perusahaan Daerah Air Minum Kota Bogor dewasa ini sedang dihadapkan pada masalah yang berkaitan dengan kepentingan publik, yaitu kebutuhan akan pelayanan air yang bersih dan sehat. Karena itu, kualitas pelayanan PDAM Tirta Pakuan yang mampu memberikan kepuasan kepada pelanggan tampak menjadi salah satu issue penting dalam mewujudkan system pelayanan publik yang professional dan dapat diandalkan.

Penilaian atas kinerja PDAM Tirta Pakuan dalam menyelenggarakan pelayanan publik jelas bergantung pada kepuasan para pelanggannya. Sementara itu kepuasan para pelanggan hanya dapat dipenuhi apabila pihak manajemen PDAM Tirta Pakuan mampu meningkatkan kualitas pelayanan hingga mencapai tingkat yang optimal. Mengingat betapa pentingnya kinerja pelayanan PDAM Tirta Pakuan bagi kehidupan masyarakat Kota Bogor, maka dengan sendirinya manajemen PDAM Tirta Pakuan sebagai Badan Usaha Milik Daerah dituntut untuk mampu meningkatkan kualitas pelayanan yang dapat memenuhi kepuasan para pelanggan hingga semakin berkurangnya ragam keluhan pelanggan terhadap kinerja pelayanan PDAM Tirta Pakuan. Keluhan para pelanggan timbul sebagai akibat tidak terpenuhinya harapan para pelanggan terhadap kinerja pelayanan.

Zeithaml et al ( dalam Tjiptono, 1997: 28 ) mengemukakan bahwa harapan pelanggan terhadap kualitas suatu layanan terbentuk oleh 10 faktor yaitu *Enduring Service Intensifiers, Personal Needs, Transitory Service Intensifiers, Perceived Service Alternatives, Self-Perceived Service Roles, Situational Faktors, Explicit Service Promises, Implicit Service Promises, Word of Mouth, dan Past Experience.*

*Enduring Service Intensifiers*, faktor ini merupakan faktor yang bersifat stabil, meliputi harapan yang disebabkan oleh orang lain dan filosofi pribadi seseorang tentang layanan. Seseorang pelanggan akan berharap bahwa ia

patut dilayani dengan baik pula apabila pelanggan lainnya dilayani dengan baik oleh pemberi layanan. *Personal Needs*, kebutuhan yang dirasakan seseorang mendasar bagi kesejahteraannya, juga sangat menentukan harapannya. Kebutuhan tersebut meliputi kebutuhan fisik, sosial dan psikologis. *Transitory Service Intensifiers*, faktor ini merupakan faktor individual yang bersifat sementara, meliputi situasi darurat pada saat pelanggan sangat membutuhkan layanan dan ingin perusahaan bisa membantunya; dan layanan terakhir yang dikonsumsi pelanggan dapat pula menjadi acuannya untuk menentukan baik-buruknya layanan berikutnya. *Perceived Service Alternatives*, merupakan persepsi pelanggan terhadap tingkat atau derajat pelayanan perusahaan lain yang sejenis. Jika konsumsi memiliki beberapa alternative, maka harapannya terhadap suatu layanan cenderung akan semakin besar. *Self-Perceived Service Roles*, faktor ini adalah persepsi pelanggan tentang tingkat atau derajat keterlibatannya dalam mempengaruhi layanan yang diterimanya. Jika konsumen terlibat dalam proses pemberian layanan dan layanan yang terjadi ternyata tidak begitu baik, maka pelanggan tidak bisa menimpakan kesalahan sepenuhnya pada sipemberi layanan. Oleh karena itu, persepsi tentang derajat keterlibatannya ini akan mempengaruhi tingkat layanan / pelayanan yang bersedia diterimanya. *Situational Factors*. Faktor situasional terdiri atas segala kemungkinan yang bisa mempengaruhi kinerja layanan, yang berada diluar kendali penyedia layanan, misalnya pada awal bulan biasanya sebuah bank ramai dipenuhi para nasabahnya dan ini akan menyebabkan seorang nasabah menjadi relatif lama menunggu, sehingga untuk sementara waktu, nasabah tersebut akan menurunkan tingkat pelayanan minimal yang bersedia diterimanya, karena keadaan itu bukanlah kesalahan penyedia layanan. *Explicit Service Promises*, faktor ini merupakan pernyataan (secara personal atau non personal) oleh organisasi tentang layanannya kepada pelanggan. Janji ini bisa berupa iklan *personal selling*, perjanjian atau komunikasi dengan karyawan organisasi tersebut. *Implicit Service Promises*, faktor ini menyangkut petunjuk yang berkaitan dengan layanan, yang memberikan kesimpulan bagi pelanggan tentang layanan yang bagaimana yang seharusnya dan yang akan diberikan. Petunjuk yang memberikan gambaran layanan ini meliputi biaya untuk memperolehnya (harga) dan alat-alat



pendukung layanannya. Pelanggan biasanya membutuhkan harga dan peralatan (*tangible assets*) pendukung layanan dengan kualitas layanan. Harga yang mahal dibubungkan secara positif dengan kualitas yang tinggi. *Word of Mouth*. *Word – of - Mouth* merupakan pernyataan (secara personal atau non personal) yang disampaikan oleh orang lain selain organisasi (*service provider*) kepada pelanggan. *Word- of- Mouth* ini biasanya cepat diterima oleh pelanggan karena yang menyampaikannya adalah mereka yang dapat dipercayainya, selain para ahli, teman, keluarga dan publikasi media masa. Disamping itu faktor ini juga cepat diterima sebagai referensi karena pelanggan layanan biasanya sulit mengevaluasi layanan yang belum dibelinya atau belum dirasakannya sendiri. *Past Experience*, pengalaman masa lampau meliputi hal-hal yang telah dipelajari atau diketahui pelanggan dari yang pernah diterimanya di masa lalu.

Harapan-harapan pelanggan ini dari waktu ke waktu berkembang, seiring dengan semakin banyaknya informasi (*nonexperimental information*) yang diterima pelanggan serta semakin bertambahnya pengalaman pelanggan. Pada gilirannya, semua ini akan berhubungan terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan. Sebagai Perusahaan yang berada dalam lingkungan Pemerintah Daerah, PDAM tetap dituntut untuk profesional selaku Badan Usaha yang *profit oriented* ditengah-tengah misinya yang juga berupaya untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat yang nota bene merupakan *publik service*.

Tjiptono (1997:40), ada enam strategi yang dapat dipadukan untuk meraih dan meningkatkan kepuasan pelanggan, yaitu Strategi pemasaran berupa *Relationship Marketing*, Strategi *superior customer service*, Strategi *Unconditional guarantees*, Strategi penanganan keluhan yang efisien, Strategi peningkatan kinerja perusahaan, dan Menerapkan *Quality Function Deployment (QFD)*.

Strategi pemasaran berupa *Relationship Marketing* (McKenna,1991) yaitu strategi dimana transaksi pertukaran antara pembeli dan penjual berkelanjutan, tidak berakhir setelah penjualan selesai. Dengan kata lain dijalin suatu kemitraan dengan pelanggan secara terus menerus, Jackson (dalam Tjiptono,1997) yang pada akhirnya akan menimbulkan kesetiaan pelanggan sehingga terjadi bisnis ulangan (*repeat business*).

Strategi *superior customer service* (Schnaars,1991), yaitu menawarkan pelayanan yang lebih baik dari pada pesaing. Hal ini membutuhkan dana yang besar, kemampuan sumber daya manusia dan usaha gigih agar dapat tercipta suatu pelayanan yang superior. Oleh karena itu seringkali perusahaan yang menawarkan *customer service* yang lebih baik akan membebankan harga yang lebih tinggi pada produk-produknya, Namun biasanya mereka mendapat manfaat besar dari pelayanan yang lebih baik tersebut.

Strategi *Unconditional guarantees*, (Hart,1988) atau *extraordinary guarantees*. Strategi ini berintikan komitmen untuk memberikan kepuasan pelanggan yang pada gilirannya akan menjadi sumber dinamisme penyempurnaan mutu produk atau jasa dan kinerja perusahaan. Garansi dapat diberikan dalam dua bentuk yaitu: Garansi internal, yaitu janji yang dibuat perusahaan bagi pelanggan internal nya (pemroses) dan setiap orang dalam perusahaan yang sama yang memanfaatkan hasil/jasa departemen tersebut dan Garansi eksternal, yaitu jaminan yang dibuat perusahaan kepada pelanggan eksternalnya yaitu mereka yang membeli dan menggunakan produk perusahaan.

Strategi penanganan keluhan yang efisien (Schannars,1991). Penanganan keluhan memberikan peluang untuk mengubah seorang pelanggan yang tidak puas menjadi puas. Proses penanganan keluhan yang efektif dimulai dari identifikasi dan penentuan sumber masalah yang menyebabkan pelanggan tidak puas dan mengeluh.

Strategi peningkatan kinerja perusahaan, meliputi berbagai upaya seperti melakukan pemantauan dan pengukuran kepuasan pelanggan secara berkesinambungan, memberikan pendidikan dan pelatihan menyangkut komunikasi, *salesmanship* dan *publik relation*, kepada manajemen dan karyawan, memasukan unsur kemampuan untuk memuaskan pelanggan ke dalam sistem penilaian prestasi karyawan, dan memberikan *empowerment* yang lebih besar kepada karyawan dalam melaksanakan tugas nya.

Menerapkan *Quality Function Deployment (QFD)*, yaitu praktek untuk merancang suatu proses sebagai tanggapan terhadap kebutuhan pelanggan. QFD berusaha menterjemahkan apa yang dibutuhkan pelanggan menjadi

apa yang dihasilkan oleh organisasi, dengan melibatkan pelanggan dalam proses pengembangan produk sedini mungkin.

## **B. Perumusan Masalah**

Fokus perhatian konsep *service quality* terdapat pada harapan-harapan (*expected service/ES*) serta kenyataan-kenyataan (*perceived service/PS*) yang dirasakan oleh konsumen. Jika  $ES > PS$ , jasa yang diharapkan (ES) lebih besar dari jasa yang diberikan oleh penyedia layanan (PS), maka hasilnya konsumen kurang puas. Jika  $ES = PS$ , jasa yang diharapkan (ES) sama besarnya dengan jasa yang diberikan oleh penyedia layanan (PS), maka hasilnya akan puas. Jika  $ES < PS$ , jasa yang diharapkan (ES) kurang dari jasa yang diberikan oleh penyedia layanan (PS) maka hasilnya konsumen akan lebih puas. (Parasuraman et al, 1990: 23). Dengan pemahaman ini maka perumusan masalah diajukan dengan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

1. Apakah terdapat Gap/kesenjangan antara Ekspektasi layanan dengan Persepsi layanan di PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor?
2. Indikator-indikator apa saja yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor?
3. Upaya apa saja yang perlu dilakukan oleh PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor untuk meningkatkan kepuasan pelanggan?

## **C. Tujuan dan Signifikansi Penelitian**

Sejalan dengan pokok permasalahan yang telah diidentifikasi tersebut diatas, maka pelaksanaan penelitian ini bertujuan :

1. Mengetahui seberapa besar gap/kesenjangan antara Ekspektasi Layanan dan Persepsi Layanan di PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor.
2. Mengetahui indikator-indikator yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor.
3. Membahas upaya yang perlu dilakukan oleh PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Dengan tujuan-tujuan tersebut maka pelaksanaan penelitian ini diharapkan memiliki beberapa nilai guna, antara lain sebagai berikut :

1. Secara Akademis, pelaksanaan penelitian ini dapat berguna sebagai sarana dalam menerapkan dan mengembangkan teori atau ilmu pengetahuan yang telah dipelajari sehingga dapat diharapkan dapat memperluas wawasan, pemahaman, penalaran serta pengalaman peneliti, terutama dalam hubungannya dengan pengembangan kualitas pelayanan khususnya pada Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dalam hal ini Perusahaan Daerah Air Minum dalam rangka meningkatkan peran dan misinya sebagai badan usaha yang bergerak dalam bidang pelayanan umum/*publik service*, dan sekaligus dapat meningkatkan kepuasan para pelanggannya, yang secara nyata akan memberikan kontribusi positif bagi kelangsungan hidup serta kesinambungan usahanya dalam era otonomi dan persaingan yang dirasakan semakin ketat. Selain itu, penelitian diharapkan mampu memberikan kilas balik yang positif, jelas dan sistematis, sehingga dapat menjadi bahan pertimbangan para pengambil keputusan di PDAM Tirta Pakuan dalam pengembangan konsep kualitas pelayanan, terutama berkaitan dengan upaya meningkatkan kepuasan pelanggan pada lembaga atau Badan Usaha yang bergerak dalam bidang pelayanan publik.
2. Secara praktis, berbagai temuan yang diperoleh melalui pelaksanaan penelitian ini diharapkan dapat memiliki nilai guna, sebagai upaya untuk mengembangkan kualitas pelayanan yang benar-benar unggul, efektif dan efisien serta dapat diterapkan dalam upaya mengantisipasi dalam mengatasi berbagai keluhan pelanggan khususnya pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Pakuan Kota Bogor, serta umumnya bagi Perusahaan Daerah Air Minum ( PDAM ) di berbagai Daerah lainnya dengan dihadapkan pada aspek-aspek permasalahan serupa yang dialami PDAM Tirta Pakuan. Hasil penelitian ini diharapkan pula dapat bermanfaat sebagai bahan perbandingan untuk peneliti lain yang berminat mengadakan telaah dan kajian lebih lanjut.

#### **D. Sistematika Penulisan**

Tesis ini berjudul Analisis Kepuasan Pelanggan PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor Pada Kecamatan Bogor Timur Kota Bogor , disusun dalam 5 bab dengan perincian sebagai berikut :

## **1. Bab I Pendahuluan**

Bab satu merupakan pendahuluan yang berisi deskripsi Latar Belakang fenomena keluhan pelanggan PDAM Tirta Pakuan yang dijadikan obyek penelitian; Perumusan Masalah penelitian; Tujuan dan Signifikansi Penelitian yang diharapkan dari seluruh proses dan hasil penelitian; dan Sistematika Penulisan.

## **2. Bab II Tinjauan Literatur dan Metode Penelitian**

Bab kedua berisi tentang deskripsi Tinjauan Literatur merujuk pada teori-teori yang dijadikan pengantar pemahaman konstruksi variabel penelitian dan sekaligus dijadikan landasan teoritik penyusunan konsep operasional variabel penelitian; dan uraian Metode Penelitian yang mencakup Model Analisis yang digunakan, Operasional Konsep untuk melakukan pengukuran dan pengujian, serta uraian Metode Penelitian yang mencakup Populasi dan Sampel Penelitian, Teknik Pengumpulan Data, dan Teknik Analisis Data.

## **3. Bab III Gambaran Umum Obyek Penelitian**

Bab ketiga mengenai gambaran umum obyek penelitian, yakni antara lain tentang sejarah dan perkembangan Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Pakuan Kota Bogor ; struktur organisasi serta kinerja organisasi PDAM Tirta Pakuan.

## **4. Bab IV Pembahasan Hasil Penelitian**

Bab keempat berisi deskripsi pembahasan hasil penelitian, mencakup deskripsi gap/kesenjangan antara ekspektasi dan persepsi layanan yang ada dalam pelayanan PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor; deskripsi indikator-indikator yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor; dan bahasan upaya yang perlu dilakukan oleh PDAM Tirta Pakuan Kota Bogor untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

## **5. Bab V Kesimpulan dan Saran**

Bab kelima merupakan penutup yang berisi kesimpulan yang diperoleh dari pembahasan hasil penelitian serta saran atau rekomendasi yang

disampaikan kepada Perusahaan Daerah Air Minum Kota Bogor (PDAM Tirta Pakuan).

