



**STUDI PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN PADA
DEPOT AIR MINUM ISI ULANG DI R-OXY DAN BINTANG OXY
KOTA PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh

**ULFA WELI HARAHAH
NIM. 13 230 0133**

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN
2017**



**STUDI PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN PADA
DEPOT AIR MINUM ISI ULANG DI R-OXY DAN BINTANG OXY
KOTA PADANGSIDIMPUAN**

SKRIPSI

*Diajukan untuk Melengkapi Tugas dan Syarat-Syarat
Mencapai Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah
Konsentrasi Manajemen Bisnis*

Oleh

**ULFA WELI HARAHAH
NIM. 13 230 0133**

PEMBIMBING I

Rosnani Siregar, M.Ag
NIP. 19740626 200312 2 001

PEMBIMBING II

Hamni Fadhilah Nasution M.Pd

JURUSAN EKONOMI SYARIAH

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PADANGSIDIMPUAN**

2017



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jalan. T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telepon. (0634) 22080 Fax, (0634) 24022

Hal : Lampiran Skripsi
a.n. **ULFA WELI HARAHAH**
Lampiran : 6 (Enam) Eksemplar

Padangsidimpuan, 19 Juni 2017

Kepada Yth:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

IAIN Padangsidimpuan

Di

Padangsidimpuan

Assalamu'alaikum Wr.Wb.

Setelah membaca, menelaah dan memberikan saran-saran perbaikan seperlunya terhadap skripsi a.n **ULFA WELI HARAHAH** yang berjudul: **"Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Di R-OXY Dan Bintang OXY Kota Padangsidimpuan."** Maka kami berpendapat bahwa skripsi ini sudah dapat diterima untuk melengkapi tugas dan syarat-syarat mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam Ekonomi Syariah Konsentrasi Manajemen Bisnis Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.

Seiring dengan hal di atas, maka saudari tersebut sudah dapat menjalani sidang munaqasyah untuk mempertanggungjawabkan skripsinya ini.

Demikian kami sampaikan atas perhatian dan kerja sama dari Bapak/ Ibu, kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

PEMBIMBING I

Rosnani Siregar, M.Ag
NIP. 19740626 200312 2 001

PEMBIMBING II

Hamni Fadliah Nasution M.Pd

SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI

Dengan menyebut nama Allah Yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang.
Saya yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : ULFA WELI HARAHAHAP
NIM : 13 230 0133
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : **Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot
Air Minum Isi Ulang Di R-OXY Dan Bintang OXY
Kota Padangsidempuan**

Dengan ini menyatakan menyusun skripsi sendiri tanpa menerima bantuan tidak sah dari pihak lain, kecuali arahan tim pembimbing dan tidak melakukan plagiasi sesuai dengan kode etik mahasiswa pasal 14 ayat 11 tahun 2014.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sebagaimana tercantum dalam pasal 19 ayat 4 tahun 2014 tentang kode etik mahasiswa, yaitu pencabutan gelar akademik dengan tidak hormat dan sanksi lainnya sesuai dengan norma dan ketentuan hukum yang berlaku.

Padangsidempuan, 19 Juni 2017
Pembuat Pernyataan,



ULFA WELI HARAHAHAP
NIM. 13 230 0133

KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Sebagai civitas akademika Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan. Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama : Ulfa Weli Harahap
Nim : 13 230 0133
Jurusan : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Jenis Karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Institusi Agama Islam Negeri Padangsidimpuan Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non Exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul **"Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Di R-OXY Dan Bintang OXY Kota Padangsidimpuan"**. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Institut Agama Islam Negeri Padangsidimpuan berhak menyimpan, mengalih media/memformatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan tugas akhir Saya selama tetap mencantumkan nama Saya sebagai penulis dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini Saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Padangsidimpuan

Pada tanggal : 19 Juni 2017

Yang menyatakan,



ULFA WELI HARAHAP
NIM. 13 230 0133



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. H. Tengku Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang, Padangsidimpuan 22733
Telp. (0634) 22080 Fax. (0634) 24022

**DEWAN PENGUJI
SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI**

NAMA : ULFA WELI HARAHAP
NIM : 13 230 0133
**JUDUL SKRIPSI : STUDI PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN PADA
DEPOT AIR MINUM ISI ULANG DI R-OXY DAN BINTANG OXY
KOTA PADANGSIDIMPUAN**

Ketua

Rosnani Siregar, M. Ag
NIP. 19740626 200312 2 001

Sekretaris

Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

Anggota

Rosnani Siregar, M. Ag
NIP. 19740626 200312 2 001

Abdul Nasser Hasibuan, S.E., M.Si
NIP. 19790525 200604 1 004

Mudzakkir Khotib Siregar, M.A
NIP. 19721121 199903 1 002

Budi Gautama Siregar, S.Pd., M.M
NIP. 19790720 201101 1 005

Pelaksanaan Sidang Munaqasyah

Di	: Padangsidimpuan
Hari/Tanggal	: Selasa, 25 Juli 2017
Pukul	: 14.00 s/d 16.00 WIB
Hasil/Nilai	: 78,87 (B)
Indeks Prestasi Kumulatif	: 3,60
Predikat	: Cumlaude



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PADANGSIDIMPUAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
Jalan T. Rizal Nurdin Km. 4,5 Sihitang Padangsidimpuan, 22733
Telepon (0634) 22080 Faximile (0634) 24022

PENGESAHAN

Judul Skripsi : Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air
Minum Isi Ulang Di R-OXY Dan Bintang OXY Kota
Padangsidimpuan
Nama : ULFA WELI HARAHAHAP
NIM : 13 230 0133

Telah dapat diterima untuk memenuhi salah satu tugas
Dan syarat-syarat dalam memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi (SE)
Dalam Bidang Ilmu Ekonomi Syariah

Padangsidimpuan, 12 Oktober 2017
Dekan,



[Signature]
Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M.Ag
NIP. 19731128 200112 1 001

ABSTRAK

Nama : Ulfa Weli Harahap
NIM : 13 230 0133
Judul Skripsi : Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Di R-OXY Dan Bintang OXY Kota Padangsidempuan

Latar belakang masalah dari penelitian ini adalah kebutuhan air minum yang sehat sangat dibutuhkan oleh semua orang, ditambah lagi peningkatan jumlah penduduk di Kota Padangsidempuan yang dibarengi dengan meningkatnya kebutuhan hidup. Dampak positif yang terjadi dengan adanya fenomena ini adalah, semakin terbukanya peluang untuk membuka usaha air minum isi ulang dan semakin memacu usaha-usaha yang terlebih dahulu berdiri di dalam usaha air minum isi ulang untuk berbenah diri baik dari segi tampilan maupun pelayanan yang diberikan terhadap pelanggan. Rumusan masalah penelitian ini adalah apakah terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang di R-OXY dan Bintang OXY Kota Padangsidempuan? Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang di R-OXY dan Bintang OXY Kota Padangsidempuan.

Pembahasan penelitian ini berkaitan dengan bidang ilmu manajemen pemasaran. Sehubungan dengan itu, pendekatan yang dilakukan adalah teori-teori yang berkaitan dengan kualitas pelayanan sebagai aspek-aspek atau bagian-bagian tertentu dari keilmuan tersebut. Kualitas Pelayanan adalah seluruh dari fitur suatu produk atau jasa tergantung pada kemampuan pelanggan memuaskan kebutuhan yang diinginkan.

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, jenis penelitian ini juga merupakan penelitian analisis komparatif atau analisis perbedaan. Sumber data yang digunakan adalah data primer. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah angket, dengan jumlah sampel 72 pelanggan. Alat analisis yang digunakan adalah uji independent sample T Test.

Dengan menggunakan program *SPSS Versi 21.0*, diperoleh hasil signifikansi 0,000 yaitu ($0,000 < 0,1$), maka H_a diterima dan H_o ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji independent sample T test terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang di R-OXY dan Bintang OXY Kota Padangsidempuan.

Kata Kunci: Studi Perbandingan, Kualitas Pelayanan

KATA PENGANTAR



Syukur *Alhamdulillah* peneliti ucapkan kehadiran Allah SWT atas curahan rahmat dan hidayah-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini. Kemudian shalawat dan salam peneliti haturkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW dimana kelahirannya menjadi anugerah bagi *ummat* manusia serta rahmat bagi seluruh alam, sehingga terciptanya kedamaian dan ketinggian makna ilmu pengetahuan di dunia ini.

Skripsi yang berjudul “Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Di R-OXY Dan Bintang OXY Kota Padangsidempuan” disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan.

Dalam penulisan skripsi ini, peneliti banyak menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak keterbatasan dan kekurangan. Oleh karena itu peneliti menerima kritik dan saran pembaca. Peneliti juga mengucapkan terimakasih kepada berbagai pihak-pihak yang telah memberi bantuan, dorongan, motivasi, dan bimbingan hingga skripsi ini selesai. Peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Ibrahim Siregar, MCL, selaku Rektor IAIN Padangsidempuan. Kepada Bapak Drs. H. Irwan Shaleh Dalimunthe, M.Ag selaku Wakil Rektor bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Bapak H. Aswadi Lubis, S.E, M.Si selaku Wakil Rektor bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Drs. Samsuddin Pulungan, M.Ag selaku Wakil Rektor bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Bapak Dr. H. Fatahuddin Aziz Siregar, M. Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan. Bapak Dr. Darwis Harahap, M.Si, selaku Wakil Dekan bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga, Ibu Rosnani Siregar, M.Ag selaku Wakil

Dekan bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan, dan Bapak Dr. Ikhwauddin Harahap, M.Ag selaku wakil dekan bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.

3. Bapak Muhammad Isa, ST., MM selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan. Ibu Delima Sari Lubis, MA selaku Sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan.
4. Ibu Rosnani Siregar, M.Ag selaku pembimbing I dan Ibu Hamni Fadlilah Nasution M.Pd selaku pembimbing II yang telah menyediakan waktunya untuk memberikan pengarahan, bimbingan kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Bapak/Ibu dosen beserta pegawai di lingkungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidimpuan yang dengan ikhlas telah memberikan ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses menyelesaikan skripsi ini.
6. Ibu Dermina Dalimunthe, MH selaku pembimbing akademik peneliti yang dengan ikhlas telah memberikan pengarahan, bimbingan, ilmu pengetahuan, dorongan dan masukan kepada peneliti dalam proses perkuliahan di IAIN Padangsidimpuan.
7. Teristimewa keluarga tercinta (Ibunda Bidasari Siregar dan Ayahanda Agussalim Harahap, Kakak Juni Afrita Harahap, Abang Saipul Asri Harahap, Adik Sulaiman Harahap, Serta Sepupuku yang selalu ada Romaito Siregar dan Vonirahannum Siregar dan seluruh Keluarga) yang paling berjasa dan paling penulis sayangi dalam hidup ini. Karena keluarga selalu memberikan tempat istimewa bagi peneliti. Dan terutama untuk Ibunda Masnafiah Pane yang telah banyak berkorban serta memberikan dukungan moril dan materil demi kesuksesan peneliti dalam menyelesaikan studi mulai dari tingkat dasar sampai kuliah di IAIN Padangsidimpuan. Semoga keluarga peneliti selalu dalam lindungan Allah SWT.
8. Untuk teman-teman ES-3 MB angkatan 2013 dan rekan-rekan mahasiswa, terkhusus buat sahabatku Elisah Safitri, Afrina Ningsih, Yuli Arnita, Siti Kholijah, Masbulan Nasution,

Nida Amalia terimakasih atas dukungan, saran dan semangat yang kalian tularkan kepada peneliti. Mudah-mudahan Allah mempermudah segala urusan kita.

9. Untuk sahabatku, Risma Yanti, Ericha Machdiana Putri, Purtri Karlina, Minta Ito, Surya Nalda Yani, dan Titi Muliani terimakasih atas dukungan, saran dan semangat yang kalian tularkan kepada peneliti. Mudah-mudahan Allah mempermudah segala urusan yang kita hadapi sekarang.
10. Untuk semua teman-teman Alumni SMK N 1 Padangsidempuan terkhusus Adm. Perkantoran 2 Alumni 2013 yang sedang berjuang dalam meraih cita-citanya, kita selalu berjuang untuk sama-sama meraihnya. Semoga tetap semangat dan terus berjuang demi tujuan awal kita semua.

Semoga segala amalan yang baik tersebut akan memperoleh balasan Rahmat dan Karunia dari Allah SWT. Akhir kata, peneliti berharap semoga penulisan skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Padangsidempuan, Juni 2017
Peneliti,

ULFA WELI HARAHAHAP
NIM. 13 230 0133

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan arab dilambangkan dengan huruf dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda dan sebagian lain dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus. Berikut ini daftar huruf arab dan transliterasinya dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama Huruf Latin	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥa	ḥ	ha(dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	zal	z	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	nun	N	En
و	wau	W	We
ه	ha	H	Ha
ء	hamzah	..’..	Apostrof
ي	ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

- a. Vokal Tunggal adalah vocal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
— /	fathah	A	a
— /	Kasrah	I	i
— ُ	dommah	U	U

- b. Vokal Rangkap adalah vocal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf.

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan	Nama
.....ي	fathah dan ya	Ai	a dan i
و.....	fathah dan wau	Au	a dan u

- c. Maddah adalah vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda.

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
.....ا.....ى	fathah dan alif atau ya	ā	a dan garis atas
.....ى	Kasrah dan ya	ī	i dan garis di bawah
.....و	dommah dan wau	ū	u dan garis di atas

3. Ta Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta marbutah hidup yaitu Ta marbutah yang hidup atau mendapat harkat fathah, kasrah, dan dommah, transliterasinya adalah /t/.
- b. Ta marbutah mati yaitu Ta marbutah yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah /h/.

Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta marbutah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu ditransliterasikan dengan ha (h).

4. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid. Dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

5. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu:

ال . Namun dalam tulisan transliterasinya kata sandang itu dibedakan antara kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dengan kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah.

- a. Kata sandang yang diikuti huruf syamsiah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung diikuti kata sandang itu.
- b. Kata sandang yang diikuti huruf qamariah adalah kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai dengan aturan yang digariskan didepan dan sesuai dengan bunyinya.

6. Hamzah

Dinyatakan didepan Daftar Transliterasi Arab-Latin bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya terletak di tengah dan diakhir kata. Bila hamzah itu diletakkan diawal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

7. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fi'il, isim, mau pun huruf, ditulis terpisah. Bagi kata-kata tertentu yang penulisannya dengan huruf Arab yang sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harakat yang dihilangkan maka dalam transliterasi ini penulisan kata tersebut bisa dilakukan dengan dua cara: bisa dipisah perkata dan bisa pula dirangkaikan.

8. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem kata sandang yang diikuti huruf tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, diantaranya huruf capital digunakan untuk menuliskan huruf awal, nama diri dan permulaan kalimat. Bila nama diri itu dilalui oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau harakat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

9. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian tak terpisahkan dengan ilmu tajwid. Karena itu keresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid.

Sumber: Tim Puslitbang Lektur Keagamaan. *Pedoman Transliterasi Arab-Latin*. Cetakan Kelima. 2003. Jakarta: Proyek Pengkajian dan Pengembangan Lektur Pendidikan Agama.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL/SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN PEMBIMBING	
SURAT PERNYATAAN MENYUSUN SKRIPSI SENDIRI	
SURAT PERNYATAAN HALAMAN PERSETUJUAN PUBLIKASI	
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB LATIN	vi
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR BAGAN	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	7
C. Batasan Masalah	7
D. Rumusan Masalah	7
E. Definisi Operasional Variabel	8
F. Tujuan Penelitian	9
G. Manfaat Penelitian	9
H. Sistematika Pembahasan	10

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori	13
1. Pengertian Kualitas Pelayanan	13
2. Rantai Kualitas Pelayanan	16
3. Dalam Proses Pelayanan Ada Tiga Hal yang Penting yang Harus diperhatikan	17
4. Faktor Utama yang Menentukan Kualitas Pelayanan Jasa	19
5. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam	23
B. Penelitian Terdahulu	26
C. Kerangka Pikir	32
D. Hipotesis	34

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Lokasi Dan Waktu Penelitian	36
B. Jenis Penelitian	36
C. Populasi Dan Sampel	37
1. Populasi	37
2. Sampel	38

D.	Sumber Data.....	40
1.	Data Primer	40
2.	Data Sekunder	40
E.	Instrumen Pengumpulan Data	41
1.	Teknik Angket.....	41
2.	Teknik Wawancara.....	43
F.	Uji Validitas dan Reliabilitas	43
1.	Uji Validitas	43
2.	Uji Reliabilitas	43
G.	Teknik Analisis Data	44
1.	Uji Normalitas	44
2.	Uji Homogenitas	44
3.	Uji <i>Independent Sample T-Test</i>	44

BAB IV HASIL PENELITIAN

A.	Gambaran Umum Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY Dan Bintang OXY Kota Padangsidimpuan	46
1.	Sejarah Singkat Depot Air Minum Isi Ulang	46
a.	R-OXY	46
b.	Bintang OXY	47
2.	Visi dan Misi Depot Air Minum Isi Ulang	47
a.	R-OXY	48
b.	Bintang OXY	48
3.	Struktur Organisasi Depot Air Minum Isi Ulang	49
a.	R-OXY	49
b.	Bintang OXY	50
B.	Gambaran Umum Responden	51
C.	Hasil Analisis Data	53
1.	Uji Validitas	53
2.	Uji Reliabilitas	54
3.	Teknik Analisi Data	55
a.	Uji Normalitas	55
b.	Uji Homogenitas	56
c.	Uji <i>Independent Sample T-Test</i>	57
D.	Pembahasan Hasil Penelitian	64

BAB V PENUTUP

A.	Kesimpulan.....	70
B.	Saran-Saran	70

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel I.1 Jumlah Penduduk Kota Padangsidempuan.....	3
Tabel I.2 Definisi Operasional Variabel	8
Tabel II.1 Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel III.1 Skala Likert	48
Tabel III.2 Kisi-kisi Angket	49
Tabel III.3 Penentuan Klasifikasi.....	51
Tabel IV.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel IV.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	58
Tabel IV.3 Data Responden Berdasarkan Pekerjaan	58
Tabel IV.4 Data Responden Berdasarkan Pendapatan.....	59
Tabel IV.5 Uji Validitas Kualitas Pelayanan	60
Tabel IV.6 Uji Realibilitas Kualias Pelayanan	61
Tabel IV.7 Uji Normalitas.....	62
Tabel IV.8 Uji Homogenitas	63
Tabel IV.9 <i>Independent Sample T-Test</i>	64
Tabel IV.10 Penentuan Klasifikasi	65
Tabel IV.11 Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan R-OXY dan Bintang OXY pada Indikaor Realibility	65
Tabel IV.12 Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan R-OXY dan Bintang OXY pada Indikaor Responssivenes	66
Tabel IV.13 Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan R-OXY dan Bintang OXY pada Indikaor Competence.....	66
Tabel IV.14 Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan R-OXY dan Bintang OXY pada Indikaor Access	67
Tabel IV.15 Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan R-OXY dan Bintang OXY pada Indikaor Courtesy	67
Tabel IV.16 Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan R-OXY dan Bintang OXY pada Indikaor Communication	68
Tabel IV.17 Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan R-OXY dan Bintang OXY pada Indikaor Credibility	68
Tabel IV.18 Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan R-OXY dan Bintang OXY pada Indikaor Security	69
Tabel IV.19 Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan R-OXY dan Bintang OXY pada Indikaor Understanding/knowning the customer	69
Tabel IV.20 Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan R-OXY dan Bintang OXY pada Indikaor Tangibles.....	70

DAFTAR BAGAN

Gambar II.1 Rantai Kualitas Pelayanan	17
Gambar II.2 Kerangka Pikir	40
Gambar IV.1 Struktur Organisasi Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY	55
Gambar IV.2 Struktur Organisasi Depot Air Minum Isi Ulang Bintang OXY	56

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Lembar Kuesioner
- Lampiran 2 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 3 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 4 Hasil Uji Normalitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Homogenitas
- Lampiran 6 Hasil Uji *Independent Sample T Test*
- Lampiran 7 Analisis Deskriptif Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan
- Lampiran 8 Tabel r
- Lampiran 9 Data Angket sebelum divaliditas
- Lampiran 10 Data Angket setelah divaliditas
- Lampiran 11 Jumlah Penduduk Kota Padangsidempuan 2013,2014,2015.
- Lampiran 12 Dokumentasi responden saat mengisi angket
- Lampiran 13 Dokumentasi saat wawancara dengan pimpinan R-OXY
- Lampiran 14 Dokumentasi saat wawancara dengan pimpinan Bintang OXY

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pada saat ini kebutuhan air minum yang sehat sangat dibutuhkan oleh semua orang. Salah satunya air minum isi ulang yang merupakan dambaan kebutuhan hidup yang tidak dapat ditawar-tawar lagi. Kemungkinan besar bahwa bermunculan air kemasan memiliki ciri khas tersendiri yang tidak disaingi oleh jenis air lainnya. Hal ini terutama sifatnya yang praktis dipakai dan kebersihannya yang umumnya memenuhi standar kesehatan.

Keadaan perekonomian yang semakin sulit menimbulkan persaingan di berbagai bidang kehidupan, termasuk didalamnya persaingan dalam dunia bisnis. Banyak perusahaan yang saling berlomba untuk mendapatkan pangsa pasar, sehingga hal ini memacu perusahaan untuk berusaha terus maju dalam memperbaiki bisnisnya. Di samping itu dengan adanya kemajuan teknologi, perusahaan dituntut pula untuk dapat mengikuti perkembangan zaman agar tidak tertinggal dengan yang lainnya.

Agar perusahaan dapat tumbuh dan berkembang dengan baik, maka perusahaan tersebut harus dapat mengantisipasi perkembangan ekonomi yang semakin kompetitif dengan melakukan strategi yang tepat agar tidak tersisih dalam persaingan. Hal itu erat kaitannya dengan loyalitas dan kepuasan pelanggan, dasar bagi loyalitas sejati terletak pada kepuasan pelanggan, di mana kualitas layanan menjadi input utamanya. Pelanggan yang sangat puas atau bahkan yang menyenangi layanan cenderung menjadi pendukung loyal

perusahaan, menggabungkan semua pembelian mereka dengan satu penyedia layanan, dan menyebarkan berita positif.¹

Perusahaan juga harus dapat mengantisipasi kecenderungan ekonomi di masa mendatang dan harus dapat bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang yang sama. Hal itu dilakukan untuk mempertahankan kelangsungan hidup dan kemajuan perusahaan dengan memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, Kualitas didefinisikan sebagai tingkat baik buruknya sesuatu, Kualitas dapat pula didefinisikan sebagai tingkat keunggulan, sehingga kualitas merupakan ukuran relatif kebaikan.² Dalam pengertian lain Kualitas adalah usaha memenuhi harapan pelanggan yang kondisinya selalu berubah.³ Berkaitan dengan pelayanan, ada dua istilah yang perlu diketahui, yaitu melayani dan pelayanan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia pengertian melayani adalah membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan seseorang. Sedangkan pengertian pelayanan adalah usaha melayani kebutuhan orang lain.⁴

Pelayanan dengan mutu yang baik dapat memberikan kepuasan yang baik pula kepada pelanggannya, sehingga pelanggan dapat merasa diperhatikan akan keberadaannya oleh pihak perusahaan. Pada dasarnya pelayanan adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen/pelanggan, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki.

¹Christopher Lovelock, dkk, *Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi) Perspektik Indonesia Jilid 2* (Jakarta: Erlangga, 2010), hlm. 91.

²Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa* (Jakarta: PT Indeks, 2011), hlm. 11.

³M.N.Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu* (Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004), hlm. 75.

⁴M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 211.

Adapun karakteristik tentang pelayanan agar menjadi dasar bagaimana memberikan pelayanan yang terbaik, yaitu:

1. Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
2. Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
3. Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.⁵

Dari tahun ke tahun penduduk Kota Padangsidempuan semakin meningkat, peningkatan yang terjadi mengakibatkan meningkatnya pula kebutuhan manusia, baik kebutuhan pokok maupun kebutuhan sekunder. Dari mulai kebutuhan akan tempat tinggal, kebutuhan sehari-hari sampai pada kebutuhan tersier semakin hari semakin meningkat. Berikut ini tabel Jumlah Penduduk Kota Padangsidempuan tahun 2013-2015.

Tabel I. 1
Jumlah Penduduk Kota Padangsidempuan

Tahun	Jumlah Penduduk (Jiwa)
2013	204.615
2014	206.496
2015	209.796

Sumber : Padangsidimpunkota.bps.go.id

Dari tabel I.1 dapat dilihat bahwa setiap tahun penduduk Kota Padangsidempuan semakin bertambah, yang dilihat dari tahun 2013-2015, yaitu pada tahun 2013 berjumlah 204.615 jiwa, tahun 2014 berjumlah 206.496 jiwa,

⁵*Ibid.*, hlm. 211.

dan tahun 2015 berjumlah 209.796 jiwa, hal ini menyebabkan meningkatnya kebutuhan air minum isi ulang yang merupakan kebutuhan sehari-hari.

Dampak positif yang terjadi dengan adanya fenomena ini adalah, semakin terbukanya peluang untuk membuka usaha air minum isi ulang dan semakin memacu usaha-usaha yang terlebih dahulu berdiri di dalam usaha air minum isi ulang untuk berbenah diri baik dari segi tampilan maupun pelayanan terhadap pelanggan. Dan dampak negatif yang terjadi dengan adanya fenomena tersebut adalah semakin banyak pilihan bagi pelanggan ataupun masyarakat untuk memenuhi kebutuhan demi mencapai kepuasan atas apa yang diinginkan.

Faktanya saat ini, selain banyaknya keluhan masyarakat terhadap kualitas pelayanan depot air minum isi ulang, munculnya usaha-usaha yang sama membuat usaha depot air minum isi ulang tidak lagi konsisten dalam memberikan pelayanan. Hal yang paling banyak diinginkan oleh pelanggan dalam pembelian air minum isi ulang adalah ketepatan waktu dalam mengantarkan air minum tersebut kepada pelanggan, karena air minum adalah kebutuhan yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari yang sifatnya tidak bisa ditunda-tunda.

Oleh sebab itu menuntut kejelian pihak perusahaan melihat pergeseran dan perubahan keinginan serta kebutuhan para konsumen membuat perusahaan kewalahan dalam menyusun strategi untuk memenangkan persaingan dalam dunia bisnis yang diakibatkan kemajuan zaman. Kepuasan pelanggan sangat diutamakan sehingga dapat memperoleh keuntungan yang diharapkan untuk membiayai kelangsungan operasi perusahaan, jadi pelayanan prima (*service excellence*) dalam hal ini sesuai dengan harapan pelanggan.

Pelayanan juga sangat penting bagi usaha yang bergerak di bidang air minum isi ulang. Karena, permintaan air minum isi ulang semakin besar hal ini terlihat dengan semakin bertambahnya jumlah air minum isi ulang dimana-mana. Maka persaingan sesama perusahaan air minum isi ulang semakin meningkat, peningkatan penduduk yang dibarengi dengan meningkatnya kebutuhan hidup. Salah satu contoh bisnis yang mempunyai prospek yang baik adalah bisnis dalam bidang penjualan air minum isi ulang. Dalam hal ini perusahaan yang bergerak di bidang air minum isi ulang yang sama adalah R-OXY dan Bintang OXY. R-OXY adalah perusahaan air minum isi ulang yang berlokasi di Jalan Sutan Muhammad Arif Gg.Lurah, yang berdiri pada tahun 2012 dan Bintang OXY adalah perusahaan air minum isi ulang yang berlokasi di Jalan Jenderal Sudirman Sadabuan yang berdiri pada tahun 2015. Alasan peneliti memilih kedua perusahaan R-OXY dan Bintang OXY adalah karena lokasinya mudah dijangkau, dan peneliti melihat ada perubahan dalam hal pelayanan yang diberikan perusahaan yang menyebabkan sebagian pelanggan meninggalkan perusahaan tersebut. Karena kunci utama kesuksesan perusahaan jasa adalah dengan memenuhi atau melebihi kualitas jasa harapan pelanggan. Harapan pelanggan dibentuk oleh pelayanan masa lalunya, pembicaraan dari mulut kemulut dan iklan perusahaan. Pelanggan akan menerima kualitas jasa tersebut setelah mereka membandingkan jasa yang diterima dan jasa yang diharapkan.

Keadaan pasar yang berlaku kini bukan lagi pasar penjual, tetapi menjadi pasar pembeli dimana penjual yang mencari pembeli. Konsumen dalam hal ini adalah raja yang harus dilayani dengan baik. Setiap perusahaan

memerlukan *service excellence*, yang dimaksud dengan *service excellence* atau pelayanan yang unggul, yaitu suatu sikap atau cara karyawan dalam melayani pelanggan secara memuaskan.⁶

Secara garis besar, ada empat unsur pokok dalam konsep kualitas, yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan. Keempat komponen tersebut merupakan satu kesatuan pelayanan yang terintegrasi, maksudnya pelayanan atau jasa menjadi *excellence*, setiap karyawan harus memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, menguasai pekerjaannya, mampu berkomunikasi dengan baik, bisa memahami bahasa isyarat (*gesture*) pelanggan dan memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan secara mudah. Dengan demikian, upaya mencapai *excellence* bukanlah pekerjaan yang mudah. Tetapi bila hal tersebut dapat dilakukan, maka perusahaan yang bersangkutan akan dapat meraih manfaat besar, terutama berupa kepuasan pelanggan yang besar.⁷

Dengan semakin meningkatnya usaha tersebut dan persaingan yang ketat pada bisnis ini, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian. Penelitian berjudul **“STUDI PERBANDINGAN KUALITAS PELAYANAN PADA DEPOT AIR MINUM ISI ULANG DI R-OXY DAN BINTANG OXY KOTA PADANGSIDIMPUAN”**.

B. Identifikasi Masalah

⁶M.N.Nasution, *Op.Cit.*, hlm. 49.

⁷*Ibid.*

Dari uraian latar belakang masalah tersebut diatas. Maka peneliti mengidentifikasi masalah dari Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang di R-OXY dan Bintang OXY Kota Padangsidempuan adalah sebagai berikut :

1. Kualitas layanan menjadi input utama agar pelanggan menjadi puas
2. Pemberian pelayanan berperan penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan
3. Penduduk Kota Padangsidempuan semakin meningkat menyebabkan kebutuhan air minum isi ulang semakin meningkat
4. Ada persaingan antara R-OXY dan Bintang OXY dalam mencari konsumen

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, batasan masalah oleh peneliti agar penelitian ini tidak meluas dan lebih terarah hanya membahas tentang Perbandingan Kualitas Pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang di R-OXY dan BINTANG OXY Kota Padangsidempuan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah di atas maka, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah Terdapat Perbedaan Kualitas Pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang di R-OXY dan Bintang OXY Kota Padangsidempuan.

E. Definisi Operasional Variabel

Variabel adalah fenomena yang bervariasi dalam bentuk kualitas, kuantitas mutu standard dan sebagainya.⁸ Jadi dalam penelitian ini variabel dapat didefinisikan objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian.

Untuk menghindari kesalahpahaman, terdapat istilah yang digunakan dalam penelitian, maka dibuatlah definisi operasional variabel guna menerangkan beberapa istilah sebagai berikut:

Tabel I. 2 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Skala Pengukuran
1.	Kualitas Pelayanan	Kualitas yang dirasakan dari pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi di mana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Oleh karena itu, kita mendefinisikan kualitas layanan dari sudut pandang pengguna sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. ⁹	1. <i>Reliability</i> (Kehandalan) 2. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap) 3. <i>Competence</i> (Kemampuan) 4. <i>Access</i> (Akses) 5. <i>Courtesy</i> (Kesopanan) 6. <i>Communication</i> (Komunikasi) 7. <i>Credibility</i> (Kepercayaan) 8. <i>Security</i> (Jaminan) 9. <i>Understanding/ knowing the customer</i> (Mengerti Kebutuhan Pelanggan) 10. <i>Tangibles</i> (Bukti Langsung)	Ordinal

⁸Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya Edisi Pertama* (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 59.

⁹Christopher Lovelock, dkk, *Op.Cit.*, hlm. 154.

F. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui Perbedaan Kualitas Pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang di R-OXY dan Bintang OXY Kota Padangsidimpuan.

G. Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan oleh penulis secara objektif akan bermanfaat untuk:

1. Peneliti

Merupakan tambahan pengetahuan dari dunia praktisi dan sebagai pembelajaran sebelum masuk ke dunia bisnis.

2. Pihak R-OXY dan Bintang OXY

Diharapkan dapat membantu perusahaan untuk digunakan sebagai bahan perbandingan, pertimbangan dan menentukan langkah-langkah selanjutnya, sehingga dapat diharapkan dapat lebih meningkatkan penjualan dimasa yang akan datang.

3. Bagi Masyarakat

Sebagai sumbangan pustaka dan bahan tambahan pengetahuan mengenai kegiatan pemasaran khususnya dalam melakukan keputusan pembelian.

4. Peneliti Selanjutnya

Menambah ilmu pengetahuan serta bahan acuan bagi peneliti yang lain dengan topik yang berkenaan. Kesimpulan, yang dimaksudkan untuk melengkapi apa yang dirasa kurang dari tulisan ini sehingga dapat mengembangkan pasca penelitian.

H. Sistematika Pembahasan

Penulisan dalam penyusunan skripsi yang berjudul “Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang di R-OXY dan Bintang OXY Kota Padangsidempuan” menggunakan ejaan yang disempurnakan agar mudah dipahami pembaca, dan untuk mempermudah peneliti dalam menyusun skripsi selanjutnya, maka peneliti mengklasifikasikannya kedalam lima bab yaitu:

BAB I, merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah. Pada saat ini kebutuhan air minum yang sehat sangat dibutuhkan oleh semua orang. Salah satunya air minum isi ulang yang merupakan dambaan kebutuhan hidup yang tidak dapat ditawar-tawar lagi. Ditambah lagi peningkatan jumlah penduduk di Kota Padangsidempuan yang dibarengi dengan meningkatnya kebutuhan hidup. Dampak positif yang terjadi dengan adanya fenomena ini adalah, semakin terbukanya peluang untuk membuka usaha air minum isi ulang dan semakin memacu usaha-usaha yang terlebih dahulu berdiri di dalam usaha air minum isi ulang untuk berbenah diri baik dari segi tampilan maupun pelayanan terhadap pelanggan. Dan dampak negatif yang terjadi dengan adanya fenomena tersebut adalah semakin banyak pilihan bagi pelanggan ataupun masyarakat untuk memenuhi kebutuhan demi mencapai kepuasan atas apa yang diinginkan. Faktanya saat ini, selain banyaknya keluhan masyarakat terhadap kualitas pelayanan depot air minum isi ulang, munculnya usaha-usaha yang sama membuat usaha depot air minum isi ulang tidak lagi konsisten dalam memberikan pelayanan.

Dengan semakin meningkatnya usaha tersebut dan persaingan yang ketat pada bisnis ini, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian. Penelitian berjudul “Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang di R-OXY dan Bintang OXY Kota Padangsidempuan”. Berdasarkan fenomena yang terjadi maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Apakah Terdapat Perbedaan Kualitas Pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang di R-OXY dan Bintang OXY Kota Padangsidempuan. Dengan adanya rumusan masalah tersebut maka akan tercapai tujuan penelitian yakni untuk mengetahui Perbedaan Kualitas Pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang di R-OXY dan Bintang OXY Kota Padangsidempuan. Hasil dari penelitian nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat baik bagi peneliti, bagi pihak R-OXY dan Bintang OXY, bagi masyarakat, dan bagi peneliti selanjutnya.

BAB II, dalam bab ini membahas tentang landasan teori (tinjauan umum) permasalahan yang diteliti yakni teori-teori yang menyangkut variabel terikat dan variabel bebas. Dimulai dengan kualitas pelayanan, rantai kualitas pelayanan, sikap dan perilaku wirausaha, proses pelayanan, faktor utama yang menentukan pelayanan. Untuk mendukung teori-teori yang ada, maka disertakan juga penelitian terdahulu dan kerangka pikir.

BAB III, membahas tentang metode penelitian. Penelitian ini adalah penelitian perbandingan (komparatif). Penelitian komparatif atau analisis perbedaan adalah bentuk analisis variabel (data) untuk mengetahui perbedaan di antara dua kelompok data (variabel) atau lebih. Populasi dalam penelitian ini seluruh pelanggan Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY dan Bintang OXY.

Sampel di tentukan dengan menggunakan rumus slovin sejumlah 72 responden. Data didapatkan dari hasil wawancara dan angket. Setelah data tersebut terkumpul, maka akan diolah menggunakan SPSS versi 21.

BAB IV, membahas tentang gambaran umum Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY dan Bintang OXY, gambaran umum responden, dan hasil penelitian terkait dengan Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang di R-OXY dan Bintang OXY Kota Padangsidempuan.

BAB V, merupakan bab penutup dari keseluruhan isi skripsi yang memuat kesimpulan sesuai dengan rumusan masalah disertai dengan saran-saran kemudian dilengkapi literatur.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Dalam menjalankan suatu usaha, hal yang terpenting adalah bagaimana perusahaan bisa memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan, yaitu dengan memberikan pelayanan yang berkualitas atau pelayanan yang baik. Kualitas merupakan usaha memenuhi harapan pelanggan yang kondisinya selalu berubah. Dalam mendefinisikan kualitas, ada lima pakar utama dalam manajemen mutu terpadu (*total quality management*) yang saling berbeda pendapat tetapi maksudnya sama.

Crosby menyatakan bahwa kualitas adalah *conformance to requirement*, yaitu sesuai dengan yang disyaratkan atau distandarkan. Suatu produk memiliki kualitas apabila sesuai dengan standar kualitas yang telah ditentukan. Standar kualitas meliputi bahan baku, proses produksi, dan produksi jadi.¹ Selain pendapat dari Crosby, ada pendapat lain yang menyatakan tentang kualitas, Deming berpendapat bahwa kualitas adalah kesesuaian dengan kebutuhan pasar atau konsumen. Perusahaan harus benar-benar dapat memahami apa yang dibutuhkan konsumen atas suatu produk yang akan dihasilkan.

Feigenbaum menyatakan, bahwa kualitas adalah kepuasan pelanggan sepenuhnya (*full customer satisfaction*). Suatu produk berkualitas apabila dapat memberi kepuasan sepenuhnya kepada konsumen, yaitu sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen atas suatu produk.²

¹M.N.Nasution, *Op.Cit.*, hlm. 41.

²*Ibid.*

Garvin dan Davis menyatakan, bahwa kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.³

Juran menyatakan, kualitas adalah kecocokan penggunaan produk (*fitness for use*) untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan pelanggan. Kecocokan penggunaan itu didasarkan atas lima ciri utama, yaitu:⁴

- a. Teknologi, yaitu kekuatan atau daya tahan
- b. Psikologis, yaitu citra rasa atau status
- c. Waktu, yaitu kehandalan
- d. Kontraktual, yaitu adanya jaminan
- e. Etika, yaitu sopan santu, ramah dan jujur

Meskipun tidak ada definisi kualitas yang diterima secara universal, namun kelima definisi kualitas diatas terdapat beberapa persamaan, yaitu:

- a. Kualitas mencakup usaha memenuhi atau melebihi harapan pelanggan.
- b. Kualitas merupakan kondisi yang selalu berubah.

Kualitas yang dirasakan dari pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi di mana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Oleh karena itu, kita mendefinisikan kualitas layanan dari sudut pandang pengguna sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.⁵ Menurut Kotler dan Keller menyatakan bahwa kualitas pelayanan adalah seluruh dari fitur suatu produk atau jasa tergantung pada kemampuan pelanggan memuaskan kebutuhan yang diinginkan.⁶

³*Ibid.*

⁴M.N.Nasution, *Op.Cit.*, hlm. 40.

⁵Christopher Lovelock, dkk, *Op.Cit.*, hlm. 154.

⁶Rambat Lupiodi, *Management Pemasaran Jasa* (Jakarta: Salemba Empat, 2009), hlm.

Standar pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapun pengertian mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkannya. Pelayanan dapat juga diartikan setiap tindakan membantu, menolong, memudahkan, menyenangkan dan manfaat bagi orang lain.⁷

Atep Adya Brata menyatakan bahwa *service* adalah singkatan yang mempunyai arti sebagai berikut:⁸

- | | |
|-----------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| S (<i>self awareness</i>) | : Menanamkan kesadaran diri sehingga dapat memahami posisi, agar memberikan pelayanan dengan cepat, benar dan akurat. |
| E (<i>euthusiasm</i>) | : Melaksanakan pelayanan penuh gairah. |
| R (<i>reform</i>) | : Memperbaiki kinerja pelayanan dari waktu ke waktu. |
| V (<i>value</i>) | : Memberikan pelayanan yang mempunyai nilai tambah. |
| I (<i>impressive</i>) | : Menampilkan diri secara menarik tetapi tidak berlebihan. |
| C (<i>care</i>) | : Memberikan perhatian atau kepedulian kepada pelanggan secara optimal. |
| E (<i>evaluation</i>) | : Mengevaluasi pelaksanaan layanan yang sudah di berikan. |

⁷M.Nur Rianto Al Arif, *Op.Cit.*, hlm. 212.

⁸*Ibid.*

Kualitas dan layanan memainkan peranan penting dalam pemasaran semua produk, dan terutama menjadi hal yang penting dalam banyak industri karena merupakan pembeda yang paling efektif bagi sejumlah produk. Perusahaan yang pernah menjadi pemimpin pasar berdasarkan teknologi atau harga rendah, dewasa ini harus bersaing berdasarkan kualitas dan jasa pelanggan.⁹

Jadi kualitas pelayanan adalah sikap yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, yaitu dengan memberikan pelayanan yang baik, guna untuk memenuhi keinginan dan harapan pelanggan terhadap perusahaan tersebut. Pada prinsipnya kualitas pelayanan adalah tingkatan yang membedakan antara pengalaman menerima pelayanan dibandingkan dengan kualitas yang diterima.

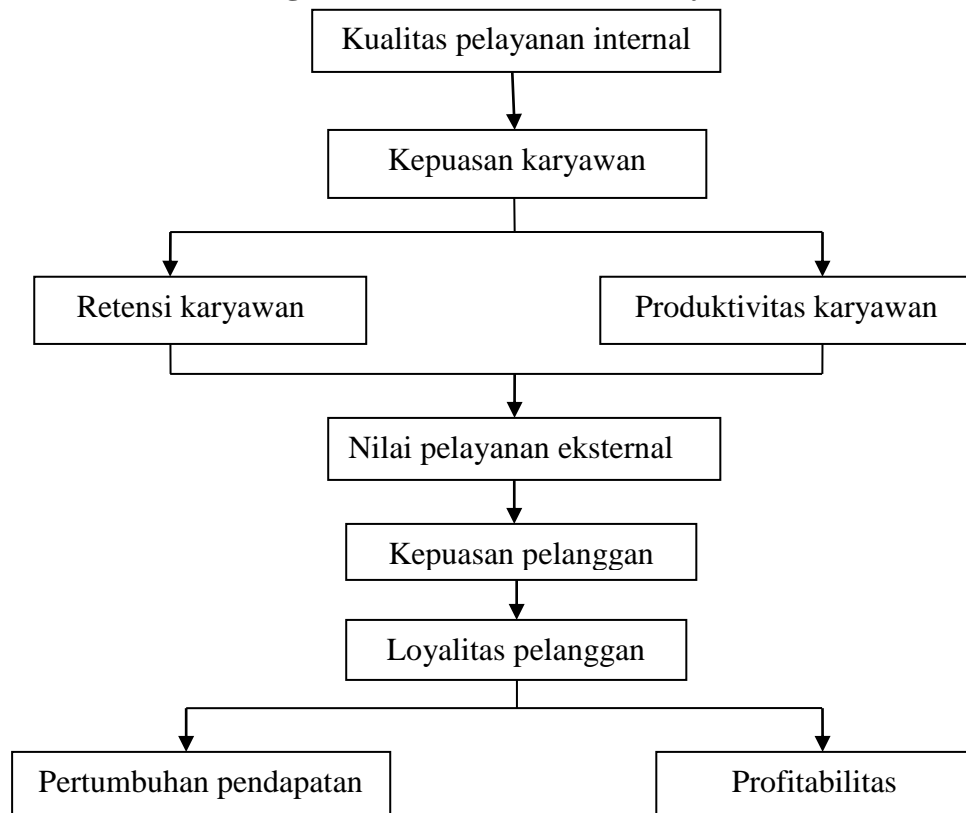
2. Rantai Kualitas Pelayanan

Untuk mewujudkan kualitas pelayanan pelanggan tentu perlu adanya kualitas pelayanan karyawan. Pelayanan kepada pelanggan merupakan kualitas pelayanan eksternal, sedangkan pelayanan kepada karyawan merupakan kualitas pelayanan internal. Untuk menciptakan kualitas pelayanan internal (karyawan), pimpinan perusahaan hendaknya memberikan kompensasi yang lebih efektif kepada para karyawan dalam meningkatkan produktivitas karyawan dan akan menciptakan karyawan memberikan kualitas pelayanan yang efektif kepada pelanggan. Dengan demikian akan menimbulkan kepuasan kepada pelanggan dan loyalitas pelanggan akan terjadi. Apabila pelanggan puas dan loyal, maka dengan

⁹Tony Wijaya, *Op.Cit.*, hlm. 1.

sendirinya akan memberikan pertumbuhan pendapatan dan peningkatan profitabilitas.¹⁰ Untuk lebih jelasnya, rantai kualitas pelayanan ini dapat dilihat pada gambar dibawah:

Bagan II. 1 Rantai Kualitas Pelayanan¹¹



3. Dalam proses pelayanan ada tiga hal penting yang harus diperhatikan, yaitu :¹²

a. Penyedia layanan

Penyedia layanan adalah pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu kepada konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang atau jasa. Dalam praktiknya, para pelaku bisnis seringpula mengartikan penyedia layanan sebagai pihak

¹⁰M.Nur Rianto Al Arif, *Op.Cit.*, hlm. 223-224.

¹¹M.Nur Rianto Al Arif, *Op.Cit.*, hlm. 225.

¹²*Ibid.*, hlm. 213.

yang mampu memberikan nilai tambah yang nyata kepada konsumen, baik dalam bentuk barang maupun jasa.

b. Penerima layanan

Penerima layanan adalah mereka yang disebut sebagai konsumen atau pelanggan yang menerima layanan dari para penyedia layanan. Dalam praktiknya para pelaku bisnis seringkali mengartikan penerima layanan sebagai pihak yang menerima suatu nilai tambah nyata dari penyedia layanan.

Penerima layanan atau biasa disebut sebagai konsumen dapat dibedakan menjadi dua kelompok, yaitu:¹³

- 1) Konsumen internal, adalah orang-orang yang terlibat dalam proses penyediaan jasa atau proses produk barang sejak dari perencanaan sampai dengan pemasaran, penjualan dan pengadministrasiannya.
- 2) Konsumen eksternal, adalah semua orang yang berada di luar organisasi perusahaan, yang menerima layanan penyerahan barang atau jasa dari perusahaan.

c. Jenis dan bentuk layanan

Jenis layanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan terdiri dari berbagai macam, antara lain berupa layanan yang berkaitan dengan:¹⁴

1. Pemberian jasa-jasa saja.
2. Layanan yang berkaitan dengan penyediaan dan distribusi barang-barang saja

¹³*Ibid.*

¹⁴*Ibid.*

3. Layanan yang berkaitan dengan kedua-duanya.

Program pelayanan kepada pelanggan dengan bertitik tolak dari konsep kepedulian kepada pelanggan terus dikembangkan sedemikian rupa, sehingga sekarang ini program layanan telah menjadi salah satu alat utama dalam melaksanakan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan. Kepedulian kepada pelanggan dalam manajemen modern telah dikembangkan menjadi suatu pola layanan terbaik yang disebut sebagai pelayanan prima. Kata pelayanan dalam dunia bisnis biasa dikenal sebagai *service excellence*.¹⁵

4. Faktor utama yang menentukan Kualitas Pelayanan Jasa

Ada beberapa seperti Parasuraman, Zeithaml, dan Berry yang melakukan penelitian khusus pada beberapa jenis jasa dan berhasil mengidentifikasi sepuluh faktor utama yang menentukan kualitas pelayanan jasa.¹⁶

a. *Reliability*

Mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama. Selain itu, berarti perusahaan tersebut memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal. Ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan hal yang sangat penting dalam suatu usaha.¹⁷

¹⁵*Ibid.*

¹⁶M.N.Nasution, *Op.Cit.*, hlm. 55.

¹⁷*Ibid.*

b. *Responsiveness*

Responsiveness yaitu kemauan atau persiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan. Dalam situasi dimana pelanggan membutuhkan barang ataupun jasa, pihak perusahaan dan karyawan harus cepat dan tanggap melayani pelanggan.

c. *Competence*

Competence yaitu setiap orang dalam perusahaan memiliki keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa tertentu. Karena keterampilan dan pengetahuan hal yang sangat perlu diperhatikan dan dimiliki oleh karyawan dan semua pihak yang bersangkutan didalam perusahaan tersebut, agar hubungan terhadap pelanggan tetap baik, sehingga pelanggan merasa senang dengan pelayanan yang diberikan.

d. *Access*

Access meliputi kemudahan untuk menghubungi dan ditemui. Hal ini seperti, lokasi fasilitas jasa yang mudah dijangkau, waktu menunggu tidak terlalu lama, saluran komunikasi perusahaan mudah dihubungi, dan lain-lain.¹⁸ Lokasi yang mudah dijangkau dan waktu menunggu yang tidak terlalu lama dalam memberikan pelayanan tersebut merupakan hal yang selalu dipertimbangkan pelanggan. Adanya komunikasi yang baik kepada pelanggan, seperti cepat menanggapi kemauan pelanggan, akan mempengaruhi bagaimana pelanggan menilai perusahaan tersebut.

¹⁸*Ibid.*

e. *Courtesy*

Courtesy meliputi sikap sopan santun, respek, perhatian, dan keramahan, yang dimiliki *contact personel*, seperti resepsionis, operator telepon, dan lain-lain. Sikap atau perilaku merupakan kunci utama dalam melakukan apa saja, apabila kita mempunyai perilaku yang baik, baik itu kepada pelanggan dan semua orang, pelanggan akan betah berhubungan dengan kita dan percaya terhadap pelayanan yang kita berikan.

f. *Communication*

Communication artinya memberikan informasi kepada pelanggan dalam bahasa yang dapat mereka pahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan. Karena komunikasi yang baik yang kita berikan kepada pelanggan dan selalu mendengarkan saran, keluhan pelanggan akan membuat pelanggan merasa dihormati dan diperhatikan.¹⁹

g. *Credibility*

Credibility yaitu sifat jujur dan dapat dipercaya, Kredibilitas mencakup nama dan reputasi perusahaan, karakteristik pribadi *contact personel*, dan interaksi dengan pelanggan. Dalam dunia usaha, sifat jujur memang sangat diperlukan, agar pelanggan bertahan dan memiliki kepercayaan terhadap apa yang kita berikan.

h. *Security*

Security yaitu aman dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Aspek ini meliputi keamanan secara fisik, keamanan financial, dan kerahasiaan.

¹⁹*Ibid.*, hlm. 56.

Dalam hal keamanan, misalnya dalam air minum isi ulang adalah air minum isi ulang tersebut terjamin untuk dikonsumsi.

i. *Understanding/knowning the customer*

Understanding/knowning the customer yaitu usaha untuk memahami kebutuhan pelanggan. Memahami dan mengerti kebutuhan pelanggan sangat perlu dilakukan, karena kebutuhan pelanggan dan keinginan pelanggan yang berbeda-beda.

a. *Tangibles*

Tangibles yaitu bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, representasi fisik dari jasa. Bukti fisik berupa fasilitas dan peralatan yang dipergunakan adalah modal penting agar mendukung pelayanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan harus menjadi prioritas utama bagi perusahaan.

Dalam perkembangan selanjutnya, yaitu pada tahun 1988, Berry dan Parasuraman menemukan bahwa dari sepuluh dimensi kualitas dapat dirangkum menjadi lima dimensi pokok, kelima dimensi pokok tersebut sebagai berikut :²⁰

- a. Bukti langsung (*tangibles*), adalah fasilitas fisik, perlengkapan dan peralatan, penampilan pegawai, dan sarana komunikasi.
- b. Keandalan (*reliability*), adalah suatu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera dan memuaskan.

²⁰M.N.Nasution, *Op.Cit.*, hlm. 56-57.

- c. Daya tanggap (*responsiveness*), adalah respon atau kesigapan dalam membantu konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat dan tanggap.
- d. Jaminan (*assurance*), adalah suatu kemampuan untuk melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kinerja yang baik sehingga menambahkan kepercayaan konsumen, mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
- e. Perhatian (*emphaty*), meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan memahami kebutuhan para pelanngan.

Jadi yang menjadi indikator dari kualitas pelayanan dalam penelitian ini adalah *Reliability, Responsiveness, Competence, Access, Courtesy, Communication, Credibility, Security, Understanding* atau *Knowing the Customer*, dan *Tangibles*.

5. Kualitas Pelayanan Menurut Perspektif Islam

Islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha yang baik berupa barang maupun jasa hendaknya memberikan pelayanan yang berkualitas, seperti dijelaskan dalam Al-qur'an surat Al-baqarah ayat 267:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا
أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ

تُفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِعَازِدِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۚ وَاعْلَمُوا أَنَّ

اللَّهُ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢١٧﴾

Artinya: “ Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. Dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. Dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji”.²¹

Kata yang baik “Toyyibaati” itu menurut keterangan jamaah ialah halal. Menurut keterangan jumhur yang terbaik diantara segala hasil usaha yang telah kamu dapat. Dari ayat ini dapat di-istinbath-kan hukum yaitu, berusaha itu adalah suatu pekerjaan yang boleh dikerjakan, bukan diwajibkan. Meriwayatkan Bukhari dari hadis Misdan-marfu’-Nabi Muhammad SAW. bersabda. *“Tidak ada makanan yang paling baik yang dimakan oleh seseorang selain daripada apa yang diusahakan oleh tangannya sendiri.”*²²

Berdasarkan ayat di atas bahwa pentingnya memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan diantaranya memberikan barang atau jasa yang baik, bersih dan halal adalah modal utama dalam menjalankan suatu bisnis. karena dengan memberikan pelayanan yang baik dan barang yang baik atau berkualitas, pelanggan akan menunjukkan loyalitasnya kepada perusahaan.

²¹Departemen Agama RI, *Al Quran dan Terjemahannya* (Bandung: Penerbit Diponegoro, 2006), hlm. 45.

²²Abdul Halim Hasan Binjai, *Tafsir Al-Ahkam* (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 162.

Selain ayat di atas, surat Ali Imran ayat 159 juga menjelaskan pentingnya bersikap baik dan memberikan pelayanan yang baik kepada semua orang.

Al-qur'an surat Ali Imran ayat 159:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِنْ لَّمْ يَكُنْ لَّهُمْ خُلَافَةٌ وَقَدْ فَرَّقْنَا بَيْنَهُمْ وَبَيْنَ مَا يَشَاءُونَ لِيُخَلِّفَهُمُ الْيَتَامَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْيَتَامَىٰ
لَا نَفْضُوهَا مِنْ حَوْلِكَ فَأَعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي
الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ



Artinya: “ Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu maafkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”.

“Wasyawirhum fil amri” dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu, ²³ bermusyawarah disini dalam arti kata adalah apabila kita membutuhkan pekerja atau membutuhkan tenaga seseorang, hendaknya kita memberikan hadiah atas jasa atau tugas yang sudah selesai dia kerjakan. ²⁴

Ayat ini diturunkan setelah perang uhud usai. Ketika itu Nabi SAW, kecewa atas tindakan sejumlah sahabat yang tidak disiplin dengan tugas dalam mempertahankan posisi strategis kemiliteran yang telah ditentukan.

²³Departemen Agama RI, *Op.Cit.*, hlm. 71.

²⁴Ahmad Mushthafa Al-Maraghi, *Terjemah Tafsir Al-Maraghi* (Semarang: Toha Putra, 1984), hlm. 350.

Akibatnya, umat Islam tidak berhasil memenangkan pertempuran tersebut. Bahkan Nabi SAW sendiri menderita luka-luka akibat gempuran tentara Quraisy. Dalam situasi inilah ayat 159 surat Ali Imran itu diturunkan Allah SWT. Intinya sebagai seorang Nabi, ia harus bersikap lemah lembut, memberi maaf dan menampakkan sikap keteladanan. Jika Nabi tidak memiliki sikap ini, tentu para sahabat kehilangan rasa simpati terhadap beliau.²⁵

Berdasarkan ayat diatas, jelas bahwa setiap manusia dituntut untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan dalam jasa atau bisnis, yang mana pelanggan mempunyai banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan pelayanan yang baik maka pelanggan akan berpindah ke perusahaan lain. Karyawan memberikan pelayanan harus sabar dan menghilangkan sikap keras hati dan memiliki sifat pemaaf kepada pelanggan

B. Penelitian Terdahulu

Sebagai pertimbangan dan acuan perbandingan untuk landasan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti, Maka penelitian ini menggunakan acuan penelitian yang pernah dilakukan sebelumnya oleh:

Tabel II. 1 Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Pembahasan	Variabel dan Analisis
Nita Yura	Analisis Komparatif	1. Mayoritas kepercayaan mahasiswa Fak. Ekonomi	Pelayanan Akademik ,

²⁵Abuddin Nata, *Al-qur'an dan Hadist (Dirasah Islamiyah I)* (Jakarta: PT.RajaGrafindo Persada, 1998), hlm. 86.

Roslina	Pelayanan Akademik Pada Fakultas Ekonomi dan Fakultas ISIP Universitas Jenderal Achmad Yani (Jurnal, Fakultas Ekonomi, Bisnis dan Entrepreneurship, STIS Pasundan Bandung, No.2, Vol.9, Oktober 2015).	cukup tinggi terhadap atribut pelayanan akademik Fak. Ekonomi yang ditunjukkan melalui skor rata-rata kepercayaan sebesar 74,4%, sedangkan untuk mahasiswa Fak. ISIP nilainya sedikit lebih rendah, yaitu 71,6%. 2. Kinerja pelayanan akademik Fak. Ekonomi tidak lebih tinggi dibandingkan dari kinerja pelayanan akademik Fakultas Ilmu Sosial dan Politik terhadap atribut pelayanan akademik.	Metode Analisis yang digunakan Uji T-Test Separated Variance.
Roni Andespa	Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Industri Perbankan Syariah dengan Konvensional (Jurnal, Lembaga Keuangan dan Perbankan, Institut Agama Islam Negeri Imam Bonjol Padang, No.1, Vol.1, Januari-Juni 2016).	Penelitian menemukan adanya perbedaan antara kualitas pelayanan bank konvensional dengan bank syariah, namun perbedaan itu tidak signifikan (nyata). Hal ini terjadi karena infrastruktur, jumlah pegawai, ketersediaan kantor, jenis layanan, teknologi ataupun fasilitas transaksi lainnya yang dimiliki oleh bank konvensional sudah lebih siap dibandingkan dengan bank syariah. Ataudengan kata lain, perbedaan antara kualitas pelayanan bank konvensional dengan banksyariah hanya memiliki selisih yang sedikit.	Kualitas Pelayanan Industri, Metode Analisis yang digunakan T-test Independent Sample.
Surya Andika	Perbandingan Kualitas Pelayanan Indomart dengan Alfamart (Skripsi, Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas	Kepuasan konsumen Indomaret dan kepuasan konsumen Alfamart terhadap kepuasan kedua minimarket tersebut diketahui memiliki perbedaan yang signifikan. Dalam penelitian ini yang lebih baik adalah Alfamart hal ini diketahui dari uji-t	Kualitas Pelayanan, Metode Analisis yang digunakan T-test dan metode Chi Square.

	Mercu Buana Jakarta, 2010).	Alfamart yang lebih besar dari Indomaret sebesar $26,443 > 26,119$. Adanya perbedaan kepuasan konsumen Indomaret dengan kepuasan konsumen Alfamart pada dimensi koresponsifan, <i>assurance</i> , <i>empathy</i> , <i>tangible</i> sedang pada dimensi kehandalan tidak di temukan perbedaan yang signifikan karena kedua minimarket ini memiliki fasilitas yang hampir sama setelah diadakan penelitian.	
Okta Erlina	Perbandingan Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan pada Program Acara Pasar Klithikan Jogja TV dengan Pasar Klithikan Pakuncen (Skripsi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2015).	Secara keseluruhan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada program acara Pasar Klithikan Jogja TV dengan di Pasar Klithikan Pakuncen terdapat perbedaan, yaitu dengan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $2,567 > 2,024$ dan nilai signifikansi kurang dari 0,025, yaitu 0,014 sehingga hipotesis penelitian , yaitu ada perbedaan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada program acara Pasar Klithikan Jogja TV dengan di Pasar Klithikan Pakuncen diterima 1. Tidak terdapat perbedaan pada indikator kehandalan (<i>reliability</i>) pada kepuasan konsumen di Jogja TV dengan di Pakuncen. 2. Tidak terdapat perbedaan pada indikator daya tanggap (<i>responsiveness</i>) pada kepuasan konsumen di Jogja TV dengan di Pakuncen.	Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan , Metode Analisis yang digunakan Uji Normalitas, Uji Homogenitas, Skor Rata-Rata, dan Uji t.

		<p>3. Terdapat perbedaan pada indikator jaminan (<i>assurance</i>) pada kepuasan konsumen di Jogja TV dengan di Pakuncen.</p> <p>4. Terdapat perbedaan pada indikator empati (<i>empathy</i>) pada kepuasan konsumen di Jogja TV dengan di Pakuncen.</p> <p>5. Terdapat perbedaan pada indikator bukti fisik (<i>tangibles</i>) pada kepuasan konsumen di Jogja TV dengan di Pakuncen.</p>	
Feri Fajar Feronika	Analisis Komparatif Tingkat Kualitas Pelayanan Untuk Muzaki Antara Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta Dan Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) Cabang Yogyakarta (Skripsi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2014).	Ada perbedaan namun tidak signifikan, penilaian muzaki terhadap dimensi kualitas pelayanan kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang diberikan oleh kedua lembaga tersebut. Berdasarkan atas hasil uji diperoleh nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ ($0,631 < 2,080$) yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan.	Kualitas Pelayanan, Metode Analisis yang digunakan Uji T untuk membedakan dua buah <i>mean</i> .
Teten Hidayat	Studi Komparatif Dua Fitnes Center Terbesar Di Kota Bandung Dalam Hal Kualitas Pelayanan Dan Sarana dan Prasarana Serta Pengaruhnya Terhadap Minat	Hasil penelitiannya adalah diketahui nilai Z-hitung untuk pelayanan adalah 4,441 dengan probabilitas hasil penelitian dalam pelayanan sarana dan prasarana adalah (Sig.) $0,000 < 0,05$. Sedangkan untuk minat adalah 1,410 dengan nilai probabilitas	Kualitas Pelayanan, Sarana dan Prasarana, Minat pengunjung, Metode Analisis varian untuk nilai F.

	Pengunjung (Tesis, Pendidikan Olahraga, Universitas Pendidikan Indonesia Bandung, 2013).	(Sig.) 0,158>0,05 maka H_0 diterima. Artinya tidak terdapat perbedaan pengaruh antara kualitas pelayanan sarana dan prasarana di <i>d'groove sport and wellness center</i> dengan <i>Celebrity fitness</i> terhadap minat pengunjung. Hasil pengolahan dan analisis yang dijelaskan dapat dapat disimpulkan hasil penelitiannya adalah terdapat perbedaan kualitas pelayanan <i>d'groove sport and wellness center</i> dengan <i>Celebrity fitness</i> . Tidak terdapat perbedaan sarana dan prasarana <i>d'groove sport and wellness center</i> dengan <i>Celebrity fitness</i> terhadap minat pengunjung.	
--	------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--

Adapun perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu antara lain:

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Nita Yura Roslina yaitu, tempat penelitian peneliti berada di Depot Air Minum Isi Ulang (R-OXY dan Bintang OXY Padangsidimpuan), sedangkan tempat penelitian Nita Yura Roslina di Universitas Jenderal Achmad Yani (Fakultas Ekonomi dan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik). Dan Peneliti menggunakan metode *Independent Sample T Test*, sedangkan penelitian Nita Yura Roslina menggunakan Uji T-Test Separated Variance.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Roni Andespa yaitu, dimensi pokok kualitas pelayanan atau indikator yang digunakan yaitu, penulis *Reliability, Responsiveness, Competence, Access, Courtesy, Communication,*

Credibility, Security, Understanding atau *Knowing the Customer*, dan *Tangibles*. Sedangkan Roni Andespa menggunakan Keandalan, Daya Tanggap dan fokus kepada kualitas pelayanan, Loyalitas dan Kepuasan Nasabah, tempat penelitian penulis di Depot Air Minum Isi Ulang (R-OXY dan Bintang OXY Padangsidimpuan), sedangkan tempat penelitian Roni Andespa di Bank Syariah dan Bank Konvensional yang beroperasi di Sumatera Barat.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Surya Andika yaitu tempat penelitian, tempat penelitian peneliti di Depot Air Minum Isi Ulang (R-OXY dan Bintang OXY Padangsidimpuan) sedangkan penelitian Surya Andika berada di Indomart dan Alfamart. Dan Peneliti menggunakan metode *Independent Sample T Test*, sedangkan penelitian Surya Andika menggunakan T-test dan Chi Square.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Okta Erlina yaitu tempat penelitian, tempat penelitian peneliti di Depot Air Minum Isi Ulang (R-OXY dan Bintang OXY Padangsidimpuan) sedangkan penelitian Okta Erlina berada di Program Acara Pasar Klithikan Jogja TV dengan Pasar Klithikan Pakuncen. Dan Peneliti menggunakan metode *Independent Sample T Test*, sedangkan penelitian Okta Erlina menggunakan Uji Normalitas, Uji Homogenitas, Skor Rata-Rata, dan Uji t.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Feri Fajar Feronika yaitu tempat penelitian, tempat penelitian peneliti di Depot Air Minum Isi Ulang (R-OXY dan Bintang OXY Padangsidimpuan) sedangkan penelitian Feri Fajar Feronika berada di Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta Dan Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) Cabang Yogyakarta. Dan Peneliti

menggunakan metode *Independent Sample T Test*, sedangkan penelitian Feri Fajar Feronika menggunakan Uji T untuk membedakan dua buah *mean*.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian Teten Hidayat yaitu tempat penelitian, tempat penelitian peneliti di Depot Air Minum Isi Ulang (R-OXY dan Bintang OXY Padangsidimpuan) sedangkan penelitian Teten Hidayat Dua Fitnes Center Terbesar Di Kota Bandung yaitu *d'groove sport and wellness center* dan *Celebrity fitness*. Dan Peneliti menggunakan metode *Independent Sample T Test*, sedangkan penelitian Teten Hidayat menggunakan Metode Analisis varian untuk nilai F.

C. Kerangka Pikir

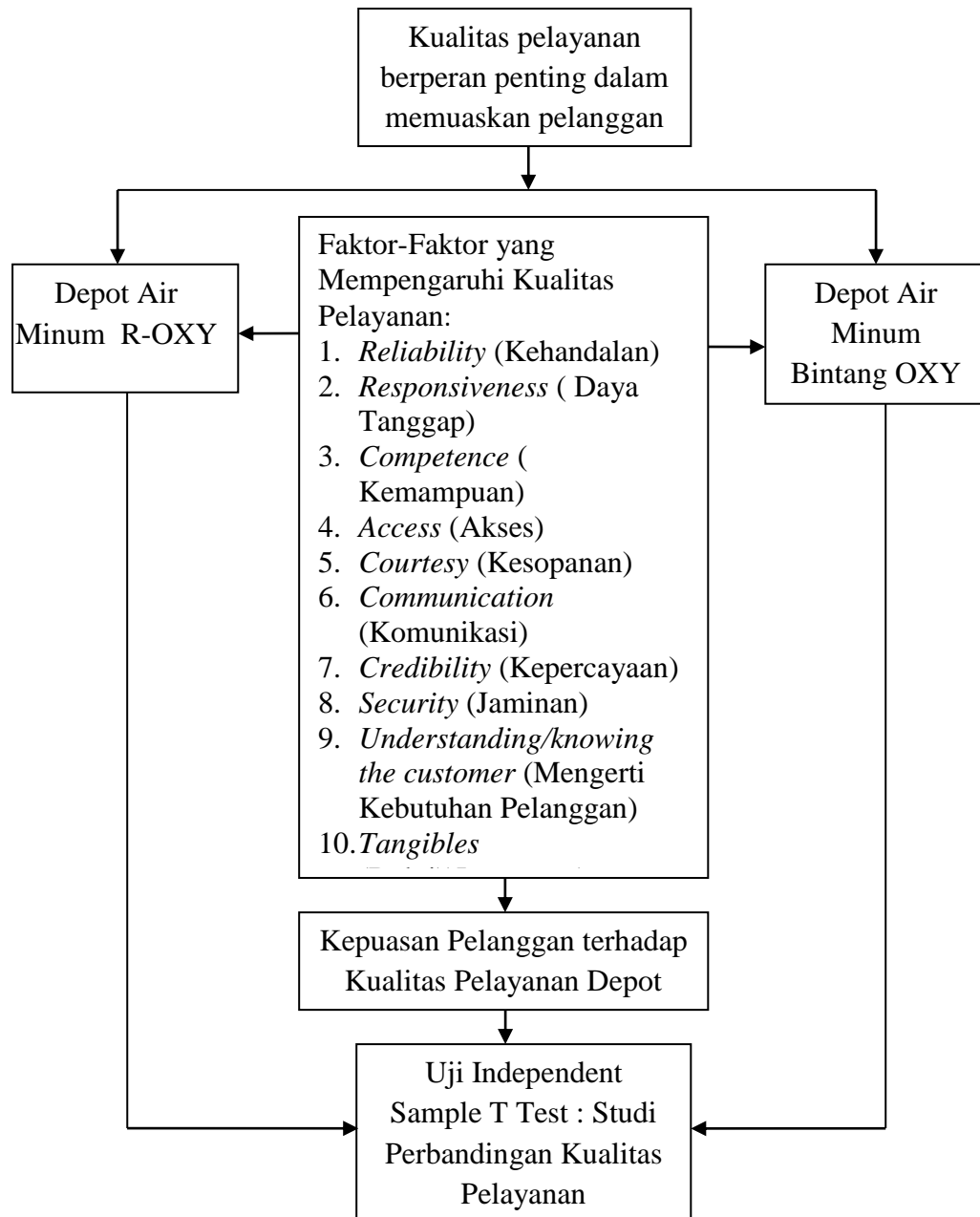
Kualitas yang dirasakan dari pelayanan adalah hasil dari suatu proses evaluasi di mana pelanggan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan dan hasilnya, dengan apa yang mereka harapkan. Oleh karena itu, kita mendefinisikan kualitas layanan dari sudut pandang pengguna sebagai sesuatu yang secara konsisten memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.²⁶

Standar pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapun pengertian mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkannya. Pelayanan dapat juga diartikan setiap tindakan membantu, menolong, memudahkan, menyenangkan dan manfaat bagi orang lain.

²⁶Christopher Lovelock, dkk, *Op.Cit.*, hlm. 154.

Jadi peneliti menyimpulkan, kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sangat mempengaruhi sikap pelanggan terhadap perusahaan, dimana pelanggan akan membandingkan persepsi mereka terhadap pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang diterima. Apabila perusahaan dapat mempertahankan sistem pelayanan dengan baik, maka pelanggan akan setia terhadap perusahaan. Namun apabila perusahaan tidak dapat mempertahankan sistem pelayanan yang baik, maka pelanggan akan berpindah kepada perusahaan yang lain.

Air Minum isi ulang sebagaimana diketahui adalah salah satu usaha jasa pengisian air minum yang semakin lama semakin banyak dikenal. Demikian juga bagi kalangan mahasiswa yang sebagian besar adalah jauh dari orang tua dan tinggal dengan kondisi tempat tinggal (kost) yang tidak memungkinkan untuk memasak air, sehingga air yang biasa dikonsumsi adalah air minum isi ulang karena praktis, higienis, harganya yang terjangkau, mudah didapatkan dan sifatnya yang tahan lama. Maka perlu dikaji dan diteliti Bagaimana Perbedaan/Perbandingan Kualitas Pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang di R-OXY dan Bintang OXY di Kota Padangsidimpuan. Maka kerangka pemikiran teoritik dapat digambarkan sebagai berikut:

Bagan 2. Kerangka Pikir

D. Hipotesis

Hipotesis merupakan pernyataan (jawaban) sementara yang masih perlu diuji kebenarannya. Jawaban sementara yang dimaksud adalah jawaban sementara terhadap permasalahan yang telah dirumuskan.²⁷ Hipotesis yang dirumuskan harus bisa menjawab masalah penelitian. Sehingga antara hipotesis dan rumusan masalah terlihat keterkaitan secara konsisten. Dalam arti lain hipotesis adalah alternative dugaan jawaban yang dibuat oleh peneliti bagi problematika yang diajukan dalam penelitiannya. Dugaan jawaban tersebut merupakan kebenaran yang sifatnya sementara, yang akan diuji kebenarannya dengan data yang dikumpulkan melalui penelitian. Dengan kedudukannya itu maka hipotesis dapat berubah menjadi kebenaran, akan tetapi juga dapat tumbang sebagai kebenaran.²⁸

H_o = Tidak Terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY dan Bintang OXY Kota Padangsidimpuan.

H_a = Terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY dan Bintang OXY Kota Padangsidimpuan.

²⁷Juliansyah Noor, *Metode Penelitian*, (Jakarta: Kencana, 2011), hlm. 79.

²⁸Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), hlm. 55.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Depot Air Minum Isi Ulang di R-OXY Kota Padangsidempuan yang beralamat di Jalan Sutan Muhammad Arief Gg. Lurah dan di Depot Air Minum Isi Ulang Bintang OXY yang beralamat di Jalan Jenderal Sudirman Sadabuan Kota Padangsidempuan. Adapun waktu penelitian ini dimulai pada bulan Oktober 2016 sampai dengan Mei 2017.

B. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggunakan data yang berbentuk angka atau data yang diangkakan. Penelitian ini merupakan penelitian yang bekerja dengan angka yang datanya berwujud bilangan yang dianalisis menggunakan statistik untuk menjaga pertanyaan dan untuk melakukan prediksi bahwa suatu variabel mempengaruhi variabel lain.

Jenis penelitian ini adalah penelitian Analisis Komparatif. Analisis Komparatif adalah bentuk analisis variabel (data) untuk mengetahui perbedaan di antara dua kelompok data (variabel) atau lebih. Terdapat dua jenis komparatif, yaitu komparatif antara dua sampel dan komparatif k sampel (komparatif antara lebih dari dua sampel),¹ jenis komparatif penelitian ini adalah komparatif antara dua sampel.

¹Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian dengan Statistik* (Jakarta: PT.Bumu Aksara, 2004), hlm. 116.

Kemudian setiap model komparatif sampel dibagi menjadi dua jenis, yaitu sampel yang berkorelasi (terkait) dan sampel yang tidak berkorelasi (independen), jadi model komparatif dalam penelitian ini adalah sampel yang tidak berkorelasi (independen). Sampel-sampel dikatakan independen (saling lepas) apabila sampel-sampel tersebut satu sama lain terpisah secara tegas, artinya anggota sampel yang satu tidak menjadi anggota sampel lainnya.²

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Maman Abdurrahman dan Sambas Ali Muhidin Populasi adalah keseluruhan elemen, atau unit penelitian, atau unit analisis yang memiliki ciri atau karakteristik tertentu yang dijadikan sebagai objek penelitian atau menjadi perhatian dalam suatu penelitian (pengalaman).³

Populasi adalah suatu kelompok dari elemen penelitian, di mana elemen adalah unit terkecil yang merupakan sumber dari data yang diperlukan.⁴ Populasi dari penelitian ini adalah seluruh pelanggan yang masih aktif dari masing-masing depot air minum isi ulang yaitu pada depot air minum isi ulang R-OXY dengan jumlah 110 pelanggan, dan depot air minum isi ulang Bintang OXY dengan jumlah 140 pelanggan, sehingga jumlah pelanggan sebanyak 250 orang.

²*Ibid.*

³ Maman Abdurrahman & Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktisi Memahami Penelitian*(Bandung: Pustaka Setia,2011), hlm.119.

⁴Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* (Jogjakarta: Erlangga, 2009), hlm. 123.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil populasi yang diteliti.⁵ Sedangkan menurut A. Muri Yusuf mengatakan sampel adalah sebagian dari populasi yang terpilih dan mewakili populasi tersebut.⁶

Untuk mengetahui jumlah sampel yang akan diambil oleh penulis dalam melakukan penelitian ini, maka penulis menggunakan rumus Slovin sebagai berikut:⁷

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan 10%

Sehingga jumlah sampel yang diperoleh dengan ketentuan yang digunakan e = 10% adalah:

$$n = \frac{250}{1 + 250(0,1)^2} = 71,42$$

Jadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 71,42 responden dan dikenakan menjadi 72 responden.

Setelah jumlah sampel yang akan diambil dari populasi telah ditentukan, selanjutnya pengambilan sampel pun harus mengikuti prosedur

⁵Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 1992), hlm. 104.

⁶A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Dasar-Dasar Penyelidikan Ilmiah* (Padang: t.tp, 1997), hlm. 90.

⁷Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis, Edisi Kedua* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), hlm. 78.

yang telah ditentukan dalam bentuk teknik *sampling*. Teknik pengambilan sampel terbagi dua, yaitu pengambilan sampel secara probabilitas atau acak dan pengambilan sampel secara non-probabilitas atau non-acak. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengambilan sampel secara probabilitas atau acak.

Pengambilan sampel secara acak adalah suatu metode pemilihan ukuran sampel dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel, sehingga metode ini sering disebut sebagai prosedur yang terbaik.⁸Sehubungan dengan populasi yang dipilih oleh peneliti, yaitu seluruh pelanggan yang masih aktif dari masing-masing depot air minum isi ulang tersebut, maka cara pengambilan sampel dengan metode ini adalah dengan cara Stratifikasi (*stratified random sampling*).

Selanjutnya untuk mengetahui berapa jumlah sampel yang diambil untuk masing-masing sub populasi yang berbeda adalah dengan terlebih dahulu mencari faktor pembanding dari setiap subpopulasi yang sering disebut *sample fraction* (*f*). Jumlah *sample fraction* disesuaikan dengan jumlah stratanya. Nilai *f* dihitung dengan rumus sebagai berikut:⁹

$$f_i = \frac{N_i}{N}$$

Lokasi Depot	Strata (L)	N _i Jumlah Pelanggan	f _i
R-OXY	I	110	0,42
Bintang OXY	II	140	0,57

⁸*Ibid.*, hlm. 82.

⁹*Ibid.*, hlm. 89.

Jadi masing-masing sampel yang diambil dari subpopulasi atau tiap strata dapat dihitung sebagai berikut (hasilnya dibulatkan).

$$n_1 = 0,42 \times 72 = 30$$

$$n_2 = 0,57 \times 72 = 42$$

Sehingga jumlah masing-masing sampel yang diambil dari subpopulasi adalah R-OXY 30 orang dan Bintang OXY 42 orang.

D. Sumber Data

Berdasarkan sumbernya, data yang dikumpulkan penulis dapat dibedakan menjadi dalam dua jenis, yaitu:

1. Data Primer

Data primer adalah data yang langsung diperoleh dari sumber data pertama di lokasi penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi data primer yaitu melalui survei dengan cara membagikan angket kepada para konsumen. Angket yang diberikan adalah angket kualitas pelayanan pada pelanggan Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY dan Bintang OXY.

2. Data sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan kepustakaan. Data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan dari sumber-sumber yang telah ada. Selain itu data ini biasanya dari perpustakaan atau dari laporan-laporan penelitian terdahulu. Data yang diambil dari pihak perusahaan adalah data jumlah pelanggan masing-masing perusahaan. Selain itu, data diperoleh dari dokumen-dokumen atau buku-buku yang berkaitan dengan variabel penelitian.

E. Instrumen Pengumpulan Data

Instrumen pengumpulan data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah menggunakan angket serta melalui wawancara terhadap individu yang informasinya diperlukan untuk kelengkapan data pada penelitian ini. Angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan (kuesioner) atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab.¹⁰ Data yang dihimpun melalui angket/kuesioner merupakan data primer (utama) atau sebagai penunjang dalam permasalahan.¹¹

Adapun instrumen pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Angket merupakan salah satu teknik pengumpulan data dalam bentuk pertanyaan tertulis melalui sebuah daftar pertanyaan (kuesioner) yang sudah dipersiapkan sebelumnya, dan harus diisi oleh responden.¹² Data dikumpulkan dengan cara menggunakan kuesioner tertutup, yang disediakan jawabannya sehingga responden tinggal memilih, kuesioner ini merupakan kuesioner tidak langsung yaitu responden menjawab tentang orang lain dan berbentuk *Rating-scale* (skala bertingkat) yaitu sebuah pernyataan diikuti oleh kolom-kolom yang menunjukkan tingkatan-tingkatan, misalnya mulai dari sangat setuju sampai ke sangat tidak setuju.¹³

¹⁰Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2012), hlm. 89.

¹¹P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek* (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004), hlm. 56.

¹²*Ibid.*, hlm. 95.

¹³Suharsimi arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi 2010* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010), hlm. 194.

Skala yang digunakan adalah skala likert. Skala likert adalah skala yang berisi lima tingkat jawaban yang merupakan skala jenis ordinal. Dimana skala likert ini merupakan cara yang paling sering digunakan dalam menentukan skor. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial.¹⁴ Angket ini menggunakan skala likert yaitu sebagai berikut:

Tabel III. 1 Skala Likert

Keterangan	Skor Pernyataan	
	Pernyataan Positif	Pernyataan Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Kurang Setuju	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

Adapun tabel indikator kualitas pelayanan adalah sebagai berikut:

Tabel III. 2
Indikator angket Kualitas Pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY dan Bintang OXY

Indikator	Nomor Soal
1. <i>Reliability</i> (Kehandalan)	1,10,20
2. <i>Responsiveness</i> (Daya Tanggap)	6,14
1. <i>Competence</i> (Kemampuan)	9,22
4. <i>Access</i> (Akses)	5,18,2
5. <i>Courtesy</i> (Kesopanan)	11,19
6. <i>Communication</i> (Komunikasi)	4,7
7. <i>Credibility</i> (Kepercayaan)	23,8
8. <i>Security</i> (Jaminan)	16,21
9. <i>Understanding/knowing the customer</i> (Mengerti Kebutuhan Pelanggan)	3,12
10. <i>Tangibles</i> (Bukti Langsung)	17,13,15

¹⁴ Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian cetakan ke-7* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 12.

2. Teknik wawancara yaitu dengan melakukan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak yang terkait dalam penyediaan informasi atau data yang diperlukan dalam penelitian.

F. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

1. Uji Validitas

Suatu skala pengukuran disebut valid bila melakukan apa yang seharusnya dilakukan dan mengukur apa yang seharusnya diukur. Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir pertanyaan dalam suatu daftar pertanyaan dalam mendefinisikan suatu variabel. Daftar pertanyaan ini pada umumnya mendukung suatu kelompok variabel tertentu. Uji validitas dilakukan pada setiap butir pertanyaan dan hasilnya dapat dilihat melalui hasil r_{hitung} yang dibandingkan dengan r_{tabel} , dimana r_{tabel} dapat diperoleh melalui df (degree of freedom) $= n-2$ (signifikan 5%, n = jumlah sampel). Jika $r_{tabel} < r_{hitung}$ maka valid Jika $r_{tabel} > r_{hitung}$ maka tidak valid, dapat diuji dengan SPSS versi 21.¹⁵

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengukur kesesuaian suatu instrumen (alat ukur) dengan yang diukur, sehingga instrumen tersebut dapat dipercaya atau dapat diandalkan. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Untuk mengetahui reliabel atau tidaknya suatu variabel dilakukan uji statistik dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*. Kriteria yang dapat digunakan adalah sebagai berikut ini. (a). Jika nilai

¹⁵Mudrajat kuncoro, *Op.Cit.*, hlm. 172.

Cronbach Alpha > 0,60 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah reliabel. (b). Jika nilai *Cronbach Alpha* < 0,60 maka pertanyaan-pertanyaan yang digunakan untuk mengukur variabel tersebut adalah tidak reliabel.¹⁶

G. Teknik Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan menggunakan SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 21 dengan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* dengan taraf signifikan 0,05. Data dinyatakan berdistribusi normal apabila signifikansi lebih dari 5% atau 0,05.¹⁷

2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi adalah sama atau tidak. Asumsi yang mendasari dalam analisis varian (ANOVA) adalah bahwa varian dari populasi adalah sama. Sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikansi lebih dari 0,05 maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok data adalah sama.¹⁸

3. Uji *Independent Sample T-Test*

Uji t sample bebas dapat digunakan untuk menguji signifikansi beda rata-rata dua kelompok. Sebagai kriteria pengujian, jika nilai

¹⁶ Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS* (Semarang: Diponogoro, 2006), hlm. 45.

¹⁷ Duwi Priyanto, *Mandiri Belajar SPSS* (Yogyakarta: MediaKom, 2008), hlm. 28.

¹⁸ *Ibid.*, hlm. 31.

signifikansi lebih dari 0,05 maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan dari dua kelompok tersebut.¹⁹ Untuk menentukan klasifikasi perbedaan masing masing indikator digunakan rumus sebagai berikut:²⁰

Tabel III. 3
Penentuan Klasifikasi

Klasifikasi	Interval Nilai
Tinggi	$I \geq x + SD$
Sedang	$x \leq I < x + SD$
Rendah	$x - SD \leq I < x$
Sangat Rendah	$I < x - SD$
Keterangan: I = Nilai indikator, x = Rata-rata, SD = Standar Deviasi	

¹⁹Budi Setiawan, *Teknik Praktis Analisis Data Penelitian Sosial & Bisnis dengan SPSS* (Yogyakarta: Andi Yogyakarta, 2015), hlm. 40.

²⁰Mudrajat kuncoro, *Op.Cit.*, hlm. 202.

BAB IV

HASIL PENELITIAN

A. Gambaran Umum Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY Dan Bintang OXY Kota Padangsidimpuan

1. Sejarah Singkat Depot Air Minum Isi Ulang

a. R-OXY

Depot air minum adalah usaha industri yang melakukan proses pengolahan air baku menjadi air minum dan menjual langsung kepada konsumen. Proses pengolahan air pada depot air minum pada prinsipnya adalah filtrasi (penyaringan) dan desinfeksi.

Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY adalah merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang air minum isi ulang yang didirikan oleh Bapak Lahmuddin Hasibuan pada tanggal 24 April 2012. Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY berada di Jl. Sutan Muhammad Arif Gg. Lurah, Kota Padangsidimpuan.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Kesehatan No. 907/MENKES/ SK/VII/2002, BPOM : No.PO.07.05.82.822.3091, air minum isi ulang yang diproduksi layak dikonsumsi. Dalam usaha Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY memiliki sales atau karyawan yang tugasnya mengantar dan melayani pelanggan yang pemesanannya melalui telepon berjumlah 3 orang, dan karyawan yang melayani pelanggan secara langsung di depot berjumlah 2 orang.

b. Bintang OXY

Depot Air Minum Isi Ulang Bintang OXY adalah merupakan salah satu usaha yang bergerak di bidang air minum isi ulang yang didirikan oleh Bapak Amrul Matondang pada tanggal 4 mei 2015. Depot Air Minum Isi Ulang Bintang OXY berada di Jl. Jenderal Sudirman Sadabuan, Kota Padangsidempuan.

Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Kesehatan No. 492/MENKES/PER/IV/2010/APOM, air minum isi ulang layak dikonsumsi. Dalam usaha Depot Air Minum Isi Ulang Bintang OXY memiliki sales atau karyawan yang tugasnya mengantar dan melayani pelanggan yang pemesanannya melalui telepon berjumlah 3 orang, dan karyawan yang melayani pelanggan secara langsung di depot berjumlah 1 orang . Dalam menjalankan usaha, pemilik usaha yaitu Bapak Amrul Matondang turun langsung dalam melayani pelanggannya yaitu menjadi sopir untuk mengantar air minum tersebut.

2. Visi dan Misi Depot Air Minum Isi Ulang

Visi adalah gambaran tentang masa depan yang diinginkan dan diperlukan sebagai pandangan masa depan, sebagai pandangan atas yang dituju, sehingga pelaksanaan pembangunan dan pelayanan yang direncanakan dari tahun ke tahun tidak menyimpang dari harapan masa depan.

Misi adalah sesuatu yang harus dilaksanakan agar tujuan organisasi dapat terlaksana dan berhasil sesuai dengan visi yang

ditetapkan. Visi dan Misi dari R-OXY dan Bintang OXY adalah sebagai berikut:¹

a. R-OXY

1) Visi

Visi Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY adalah memberikan pelayanan air minum kesehatan kepada konsumen dengan melalui proses Reverse Osmosis Drinking System + Ozonisasi.

2) Misi

Misi Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY adalah meningkatkan kualitas pelayanan air minum kesehatan yang baik kepada konsumen dengan melalui proses Seven Stage Pulpe Filter dan Mesin Reverse Osmosis Drinking System + Ozonisasi sehingga menghasilkan air minum kesehatan yang beroksigen tinggi dan mudah diserap oleh tubuh.

b. Bintang OXY

1. Visi

Visi Depot Air Minum Isi Ulang Bintang OXY adalah memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan dengan menyediakan air minum yang sehat untuk dikonsumsi.²

2. Misi

Misi Depot Air Minum Isi Ulang Bintang OXY adalah meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan, dengan menjaga

¹Wawancara dengan Bapak Lahmuiddin Hasibuan, Pimpinan R-OXY, tanggal 8 April 2017, pukul 14:00.

²²Wawancara dengan Bapak Amrul Matondang, Pimpinan Bintang OXY, tanggal 3 April 2017, pukul 20.30.

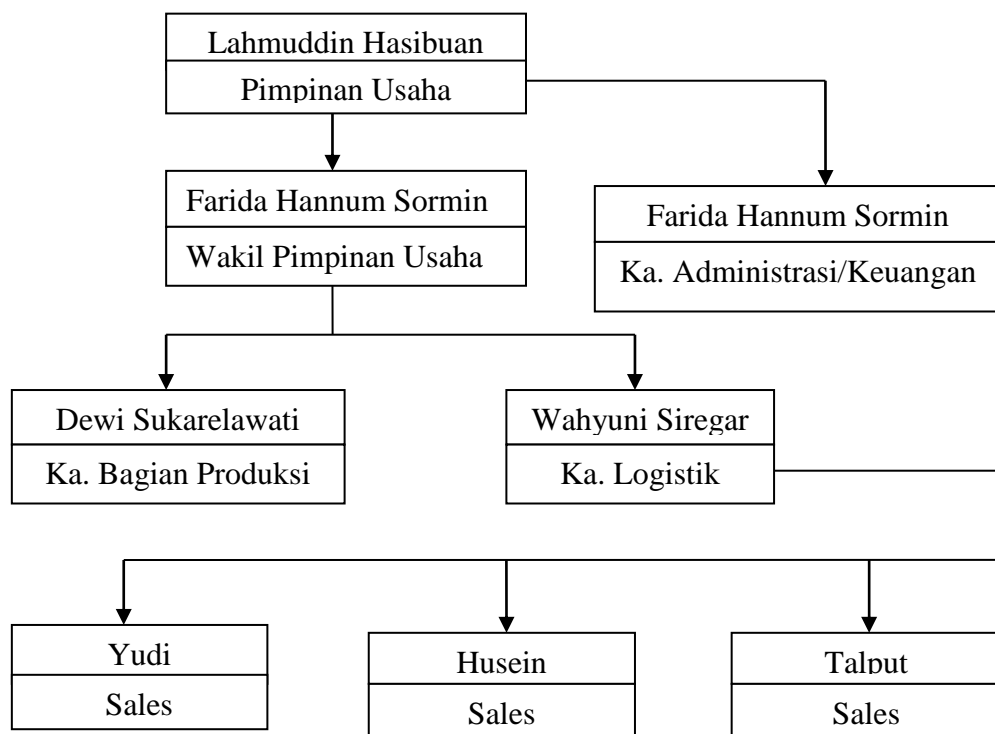
kepercayaan yang diberikan oleh pelanggan dan konsumen. Dengan selalu mengutamakan waktu, dan memberikan air minum yang layak dikonsumsi dan sehat.

3. Struktur Organisasi Depot Air Minum Isi Ulang

a. R-OXY

Struktur organisasi dari Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY adalah sebagai berikut:³

Bagan IV.1
Struktur Organisasi Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY

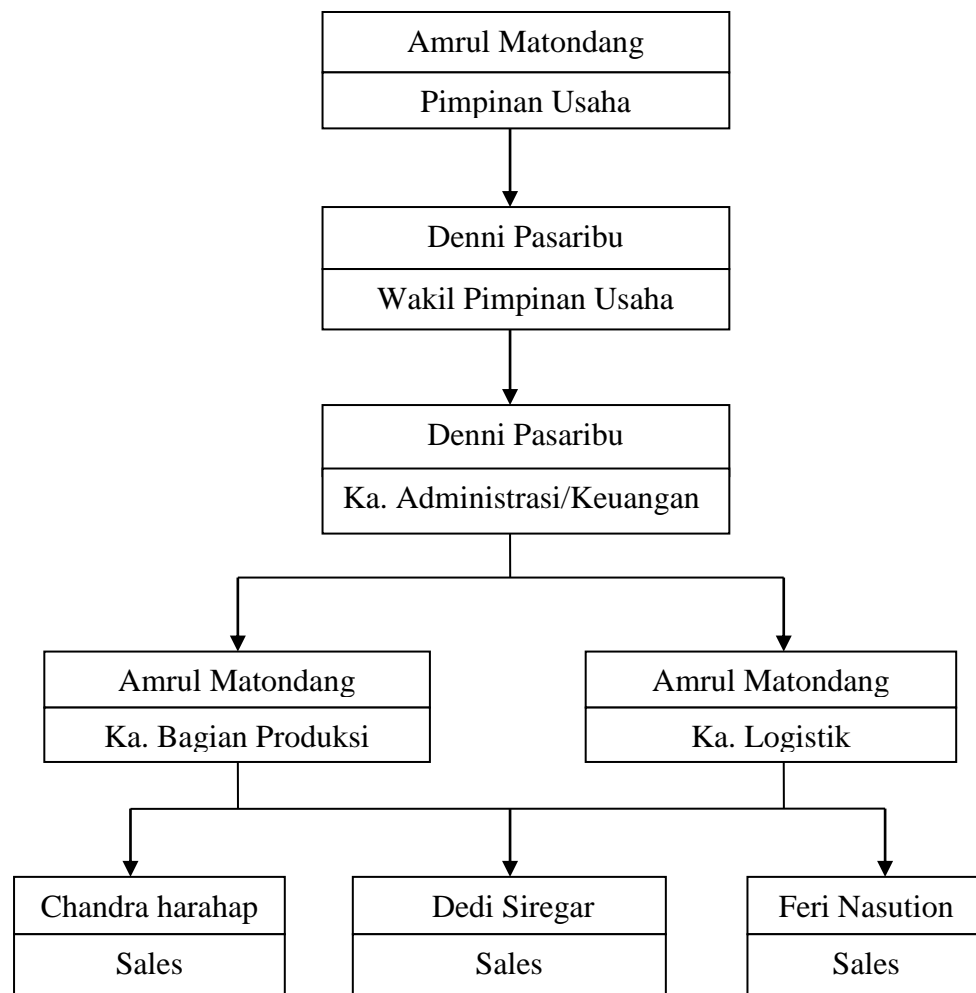


³³Wawancara dengan Bapak Lahmuddin Hasibuan, *Op.Cit.*, pukul 14:00.

b. Bintang OXY

Struktur organisasi dari Depot Air Minum Isi Ulang Bintang - OXY adalah sebagai berikut:⁴

Bagan IV.2
Struktur organisasi dari Depot Air Minum Isi Ulang Bintang -OXY



⁴Wawancara dengan Bapak Amrul Matondang, *Op.Cit.*, pukul 20:30.

B. Gambaran Umum Responden

Pengambilan data pada penelitian ini menggunakan instrumen angket yang disebar secara acak pada pelanggan Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY dan Bintang OXY. Pada Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY berjumlah 30 pelanggan dan Bintang OXY berjumlah 42 pelanggan, sehingga total responden adalah 72 pelanggan.

Penyebaran dan pengumpulan kuesioner dilakukan mulai tanggal 11 April sampai dengan 16 April 2017. Penyebaran angket dilakukan secara langsung oleh peneliti dengan menjumpai setiap para responden yaitu pelanggan dari Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY dan Bintang OXY. Penyebaran dan pengumpulan angket berlangsung selama 6 hari, angket terkumpul lambat karena, alamat beberapa responden ada yang jauh dan pada waktu peneliti datang yang bersangkutan tidak sedang berada di rumah. Berikut ini tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan pendapatan.

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel IV.1
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Nama Depot Air Minum Isi Ulang	
	R-OXY	Bintang OXY
Laki-laki	4	3
Perempuan	26	39
Total	30	42

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2017

Hasil pengolahan data pada tabel IV. 1 memperlihatkan bahwa jumlah responden terbanyak adalah berjenis kelamin perempuan yaitu 26% dan responden berjenis kelamin laki-laki 4% untuk Depot Air Minum Isi Ulang

R-OXY. Responden terbanyak untuk Bintang OXY adalah berjenis kelamin perempuan yaitu 39% dan responden berjenis kelamin laki-laki 3%.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel IV. 2
Data Responden Berdasarkan Usia

Usia	Nama Depot Air Minum Isi Ulang	
	R-OXY	Bintang OXY
15 - 30 Tahun	6	2
30 - 45 Tahun	11	18
> 45 Tahun	13	22
Total	30	42

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2017

Hasil pengolahan data pada tabel IV. 2 memperlihatkan bahwa mayoritas jumlah responden terbanyak yaitu kategori berusia >45 tahun yaitu 13% untuk Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY dan 22% untuk Bintang OXY.

3. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan

Tabel IV. 3
Data Responden Menurut Pekerjaan

Pekerjaan	Nama Depot Air Minum Isi Ulang	
	R-OXY	Bintang OXY
PNS	4	2
Wiraswasta	17	31
Guru	4	7
Petani	5	2
Total	30	42

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2017

Hasil pengolahan data pada tabel IV. 3 memperlihatkan bahwa Karakteristik Responden Menurut Pendapatan mayoritas jumlah responden

terbanyak yaitu kategori pekerjaan wiraswata yaitu 17% untuk Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY dan 31% untuk Bintang OXY.

4. Karakteristik Responden Menurut Pendapatan

Tabel IV. 4
Data Responden Menurut Pendapatan

Pendapatan	Depot Air Minum Isi Ulang	
	R-OXY	Bintang OXY
Rp. 1.000.000-Rp2.000.000	22	16
Rp. 2.000.000-Rp4.000.000	5	21
> Rp. 4.000.000	3	5
Total	30	42

Sumber : Data primer yang telah diolah, 2017

Seperti yang terlihat pada tabel IV. 4 mayoritas responden yang paling banyak memiliki pendapatan antara Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000 yaitu sebanyak 22% untuk Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY. Dan untuk Bintang OXY mayoritas responden yang paling banyak memiliki pendapatan antara Rp. 2.000.000 – 4.000.000 sebanyak 21%.

C. Hasil Analisis Data

1. Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Uji validitas dilakukan untuk melihat apakah data yang ada valid atau tidak. Untuk pengujian validitas kualitas pelayanan melibatkan 72 responden, R-OXY digunakan 30 responden (n) dan Bintang OXY digunakan 42 responden dengan 23 pernyataan yang sama dan taraf signifikan 10%. Untuk mengetahui validitas pernyataan-pernyataan tersebut dapat dilihat dari nilai r_{hitung} pada tabel *correlations* dari hasil *output* SPSS Versi 21 yang dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel IV. 5
Uji Validitas Kualitas Pelayanan

Item Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
KPD 1	0,465	Instrument valid jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=72$. Pada taraf signifikansi 10% sehingga diperoleh $r_{tabel} = 0,192$	Valid
KPD 2	0,309		Valid
KPD 3	0,614		Valid
KPD 4	0,541		Valid
KPD 5	0,632		Valid
KPD 6	0,432		Valid
KPD7	0,178		Tidak Valid
KPD 8	0,467		Valid
KPD 9	0,436		Valid
KPD 10	0,545		Valid
KPD 11	0,510		Valid
KPD 12	0,515		Valid
KPD 13	0,455		Valid
KPD 14	0,318		Valid
KPD 15	0,628		Valid
KPD 16	0,530		Valid
KPD 17	0,543		Valid
KPD 18	0,675		Valid
KPD 19	0,183		Tidak Valid
KPD 20	0,492		Valid
KPD 21	0,420		Valid
KPD 22	0,378		Valid
KPD 23	0,421		Valid

Sumber: Data diolah, 2017

Dari hasil uji validitas Kualitas Pelayanan dapat disimpulkan bahwa item pernyataan dari item 1 sampai dengan item 23 adalah 21 item valid dan 2 item tidak valid. Dengan nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan $n=72$ adalah 0,192. Sehingga 21 item valid yang akan diuji dengan uji reliabilitas.

2. Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Uji reliabilitas dapat dilihat yakni dengan uji statistik *Cronbach Alpha*. Suatu variabel dinyatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0.60. Untuk nilai *Cronbach Alpha* kualitas pelayanan (X1 dan X2) dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel IV. 6
Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.844	21

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 21 (data diolah), 2017

Berdasarkan tabel *Reliability statistics* tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan adalah reliabel, karena nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$ ($0,844 > 0,60$), dan karena nilai *Cronbach Alpha* di atas 0,60 maka 21 item dinyatakan reliabel. Instrumen tersebut memenuhi persyaratan valid dan reliabel, sehingga dapat digunakan dalam penelitian.

3. Teknik Analisis Data

Penelitian ini bertujuan untuk membandingkan kualitas pelayanan antara Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY dan Bintang OXY, terdapat perbedaan yang signifikan pada kualitas pelayanan yang diberikan atau tidak terdapat perbedaan yang signifikan pada kualitas pelayanan yang diberikan. Untuk menentukan uji yang digunakan apakah menggunakan statistik parametris atau statistik nonparametris, data harus diuji berdistribusi normal atau tidak.

a. Uji Normalitas

Sampel yang diambil terlebih dahulu perlu dilakukan uji normalitas untuk mengetahui apakah sampel yang diambil berdasarkan dari populasi yang berdistribusi normal. Untuk melakukan uji normalitas dengan menggunakan *Uji One Sample Kolmogorov Smirnov* pada taraf

signifikansi 0,1. Dan dinyatakan berdistribusi normal jika signifikansi lebih besar dari 10% atau 0,1.

Tabel IV. 7
Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Kualitas_Pelayanan
N		72
Normal	Mean	83.29
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	7.509
Most Extreme	Absolute	.106
Differences	Positive	.054
	Negative	-.106
Kolmogorov-Smirnov Z		.898
Asymp. Sig. (2-tailed)		.395

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil *output* SPSS versi 21 (data diolah), 2017

Berdasarkan tabel IV. 7 dapat lihat nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* adalah 0,395 ($0,395 > 0,1$). Jadi dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal dengan menggunakan uji *kolmogorov smirnov*. Sehingga penelitian dapat dilakukan dengan uji statistik parametris.

Selanjutnya untuk melihat uji parametris apa yang akan digunakan di dalam penelitian, maka terlebih dahulu akan dilakukan uji homogenitas pada kedua varian populasi terdapat kesamaan atau tidak.

b. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui apakah beberapa varian populasi adalah sama atau tidak. Asumsi yang mendasari dalam analisis varian (ANOVA) adalah bahwa varian dari populasi adalah sama. Sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikansi lebih dari 0,1

maka dapat dikatakan bahwa varian dari dua atau lebih kelompok data adalah sama.

Tabel IV. 8
Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

Kualitas_Pelayanan

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
3.660	1	70	.060

Berdasarkan tabel IV. 8 dapat dilihat signifikansi sebesar 0,060. Karena signifikansi kurang dari 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa kedua kelompok data kualitas pelayanan depot air minum isi ulang mempunyai varian yang berbeda atau tidak sama. Angka *Levene Statistic* menunjukkan semakin besar nilainya maka semakin kecil homogenitasnya, atau data tidak homogen. Data dalam penelitian ini berdistribusi normal dan tidak homogen, maka uji selanjutnya yaitu Uji Independent Sample T Test, hasil yang digunakan adalah yang diperoleh pada tabel *Equal variance not assumed*.

c. Uji *Independent Samples T-Test*

Uji t sample bebas dapat digunakan untuk menguji signifikansi beda rata-rata dua kelompok. Sebagai kriteria pengujian, jika nilai signifikansi lebih dari 0,1 maka tidak terdapat perbedaan yang signifikan dari dua kelompok tersebut.

Tabel IV. 9
Independent Samples T Test

Independent Samples Test									
	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Kualitas_ Pelayanan	3.660	.060	-5.329	70	.000	-8.168	1.533	-11.224	-5.111
Pelayanan			-5.014	47.77	.000	-8.168	1.629	-11.444	-4.891

Berdasarkan tabel IV.9 dapat dilihat signifikansi sebesar 0,000. Karena signifikansi lebih kecil dari 0,1 yaitu ($0,000 < 0,1$), maka H_0 ditolak dengan demikian maka dapat disimpulkan bahwa terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY dan Bintang OXY Kota Padangsidimpuan.

Untuk menentukan klasifikasi masing masing indikator digunakan rumus sebagai berikut:⁵

⁵Mudrajad kuncoro, *Op.Cit.*, hlm. 202.

Tabel IV. 10
Penentuan Klasifikasi

Klasifikasi	Interval Nilai
Tinggi	$I \geq x + SD$
Sedang	$x \leq I < x + SD$
Rendah	$x - SD \leq I < x$
Sangat Rendah	$I < x - SD$
Keterangan: I = Nilai indikator, x = Rata-rata, SD = Standar Deviasi	

1. Indikator Realibility

Tabel IV. 11
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan R-OXY dan Bintang OXY
pada Indikator Realibility

Klasifikasi	R -OXY		Bintang OXY	
	F	%	F	%
Tinggi	1	3%	13	31%
Sedang	2	7%	19	45%
Rendah	16	53%	10	24%
Sangat rendah	11	37%	0	0
Jumlah	30	100%	42	100%

Berdasarkan tabel IV. 11, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi sedang dan rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap R-OXY yaitu 53% berada pada klasifikasi rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Bintang OXY yaitu 45% berada pada klasifikasi sedang.

2. Indikator Responssivenes

Tabel IV. 12
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan R-OXY dan Bintang OXY
pada Indikator Responssivenes

Klasifikasi	R -OXY		Bintang OXY	
	F	%	F	%
Tinggi	9	3%	42	100%
Sedang	10	7%	0	0

Rendah	4	53%	0	0
Sangat rendah	7	37%	0	0
Jumlah	30	100%	42	100%

Berdasarkan tabel IV. 12, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah dan tinggi, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap R-OXY yaitu 53% berada pada klasifikasi rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Bintang OXY yaitu 100% berada pada klasifikasi tinggi.

3. Indikator Competence

Tabel IV. 13
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan R-OXY dan Bintang OXY
pada Indikator Competence

Klasifikasi	R -OXY		Bintang OXY	
	F	%	F	%
Tinggi	2	7%	3	7%
Sedang	4	13%	39	93%
Rendah	1	3%	0	0
Sangat rendah	23	77%	0	0
Jumlah	30	100%	42	100%

Berdasarkan tabel IV. 13, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi sangat rendah dan sedang, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap R-OXY yaitu 77% berada pada klasifikasi sangat rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Bintang OXY yaitu 93% berada pada klasifikasi sedang.

4. Indikator Access

Tabel IV. 14
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan R-OXY dan Bintang OXY
pada Indikator Access

Klasifikasi	R -OXY		Bintang OXY	
	F	%	F	%
Tinggi	1	3%	18	43%
Sedang	6	20%	15	36%
Rendah	8	27%	9	21%
Sangat rendah	15	50%	0	0
Jumlah	30	100%	42	100%

Berdasarkan tabel IV. 14, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi sangat rendah dan tinggi, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap R-OXY yaitu 50% berada pada klasifikasi sangat rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Bintang OXY yaitu 43% berada pada klasifikasi tinggi.

5. Indikator Courtesy

Tabel IV. 15
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan R-OXY dan Bintang OXY
pada Indikator Courtesy

Klasifikasi	R -OXY		Bintang OXY	
	F	%	F	%
Tinggi	5	16%	2	5%
Sedang	8	27%	15	36%
Rendah	9	30%	17	40%
Sangat rendah	8	27%	8	19%
Jumlah	30	100%	42	100%

Berdasarkan tabel IV. 15, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap R-OXY yaitu 30% berada

pada klasifikasi rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Bintang OXY yaitu 40% berada pada klasifikasi rendah.

6. Indikator Communication

Tabel IV. 16
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan R-OXY dan Bintang OXY
pada Indikator Communication

Klasifikasi	R -OXY		Bintang OXY	
	F	%	F	%
Tinggi	9	30%	8	19%
Sedang	16	53%	33	79%
Rendah	3	10%	1	2%
Sangat rendah	2	7%	0	0
Jumlah	30	100%	42	100%

Berdasarkan tabel IV. 16, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi sedang, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap R-OXY yaitu 53% berada pada klasifikasi sedang. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Bintang OXY yaitu 79% berada pada klasifikasi sedang.

7. Indikator Credibility

Tabel IV. 17
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan R-OXY dan Bintang OXY
pada Indikator Credibility

Klasifikasi	R -OXY		Bintang OXY	
	F	%	F	%
Tinggi	1	3%	14	33%
Sedang	5	17%	13	31%
Rendah	15	50%	15	36%
Sangat rendah	9	30%	0	0
Jumlah	30	100%	42	100%

Berdasarkan tabel IV. 17, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah, dimana kualitas

pelayanan yang dirasakan responden terhadap R-OXY yaitu 50% berada pada klasifikasi rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Bintang OXY yaitu 36% berada pada klasifikasi rendah.

8. Indikator Security

Tabel IV. 18
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan R-OXY dan Bintang OXY
pada Indikator Security

Klasifikasi	R -OXY		Bintang OXY	
	F	%	F	%
Tinggi	8	27%	6	14%
Sedang	15	50%	17	41%
Rendah	7	23%	19	45%
Sangat rendah	0	0	0	0
Jumlah	30	100%	42	100%

Berdasarkan tabel IV. 18, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi sedang dan rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap R-OXY yaitu 50% berada pada klasifikasi sedang. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Bintang OXY yaitu 45% berada pada klasifikasi rendah.

9. Indikator Understanding/knowning the customer

Tabel IV. 19
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan R-OXY dan Bintang OXY
pada Indikator Understanding/knowning the customer

Klasifikasi	R -OXY		Bintang OXY	
	F	%	F	%
Tinggi	8	27%	0	0
Sedang	10	33%	19	45%
Rendah	12	40%	23	55%
Sangat rendah	0	0	0	0
Jumlah	30	100%	42	100%

Berdasarkan tabel IV. 19, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi rendah, dimana kualitas

pelayanan yang dirasakan responden terhadap R-OXY yaitu 40% berada pada klasifikasi rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Bintang OXY yaitu 23% berada pada klasifikasi rendah.

10. Indikator Tangibles

Tabel IV. 20
Penentuan Klasifikasi Kualitas Pelayanan R-OXY dan Bintang OXY
pada Indikator Tangibles

Klasifikasi	R -OXY		Bintang OXY	
	F	%	F	%
Tinggi	4	13%	4	9%
Sedang	6	20%	13	31%
Rendah	5	17%	15	36%
Sangat rendah	15	50%	10	24%
Jumlah	30	100%	42	100%

Berdasarkan tabel IV. 20, maka dapat disimpulkan bahwa sebagian besar responden berada dalam klasifikasi sangat rendah dan rendah, dimana kualitas pelayanan yang dirasakan responden terhadap R-OXY yaitu 50% berada pada klasifikasi sangat rendah. Sedangkan untuk kualitas pelayanan Bintang OXY yaitu 36% berada pada klasifikasi rendah.

D. Pembahasan Hasil Penelitian

Hasil dari penelitian ini , sebagaimana yang telah dicantumkan diatas diawali dengan menguji normalitas data secara statistik yang dapat dilakukan dengan menggunakan uji statistik *One Sample kolmogorov-smirnov*. Data dalam penelitian ini berdistribusi normal, dapat lihat dari nilai *Asymp. Sig (2-tailed)* adalah 0,395 ($0,395 > 0,1$). Jadi dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Uji homogenitas dilakukan sebagai prasyarat dalam menguji hipotesis sebelum uji beda dua rata-rata. Jika varian sama maka uji selanjutnya yaitu uji *Independent Samples T-Test* menggunakan nilai *Equal variance assumed* (asumsi varian sama) dan jika varian berbeda menggunakan nilai *Equal variance not assumed* (asumsi varian berbeda). Karena signifikansi kurang dari 0,1 yaitu ($0,060 < 0,1$) maka dapat disimpulkan bahwa kedua kelompok data kualitas pelayanan depot air minum isi ulang mempunyai varian yang berbeda atau tidak sama. Angka *Levene Statistic* menunjukkan semakin besar nilainya maka semakin kecil homogenitasnya, atau data tidak homogen.

Hasil uji *Independent Samples T-Test* diperoleh signifikansi sebesar 0,000, karena signifikansi lebih kecil dari 0,1 ($0,000 < 0,1$). Dengan demikian dapat disimpulkan terdapat perbedaan yang signifikan dari kualitas pelayanan yang diberikan Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY dan Bintang OXY.

Berdasarkan hasil penentuan klasifikasi masing-masing indikator, dapat disimpulkan bahwa Bintang OXY lebih unggul dalam memberikan kualitas pelayanan kepada pelanggan dibandingkan dengan R-OXY, terlihat pada indikator *Realibility*, *Responssivenes*, *Competence*, dan *Access*. Dimana Bintang OXY berada dalam klasifikasi tinggi dan sedang, sementara R-OXY berada dalam klasifikasi rendah dan sangat rendah. Selanjutnya, pada indikator *Courtesy*, *Communicatoin Credibility*, *Security*, *Understanding/knowning the customer*, dan *Tangibles* R-OXY dan Bintang OXY berada dalam klasifikasi yang sama yaitu klasifikasi sedang dan rendah.

Penelitian ini didukung oleh M.N. Nasution dengan judul buku *Manajemen Jasa Terpadu* yaitu faktor utama yang mendukung kualitas

pelayanan, yaitu *Reliability* yang merupakan konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya, *Responsiveness* merupakan kemauan atau persiapan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan, *Competence* merupakan orang yang memiliki keterampilan dan pengetahuan, *Access* merupakan kemudahan untuk menghubungi dan ditemui seperti lokasi fasilitas, *Courtesy* merupakan sikap sopan santun, respek, perhatian dan keramahan, *Communication* merupakan memberikan informasi dengan bahasa yang dapat pelanggan pahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan, *Credibility* merupakan sifat jujur dan dapat dipercaya, *Security* merupakan aman dari bahaya dan risiko, *Understanding/knowning the customer* merupakan usaha memahami kebutuhan pelanggan, dan *Tangibles* merupakan bukti fisik dari jasa yang diberikan, yang mana telah dijelaskan pada landasan teori.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Nita Yura Roslina yang berjudul Analisis Komparatif Pelayanan Akademik Pada Fakultas Ekonomi dan Fakultas ISIP Universitas Jenderal Achmad Yani, hasil penelitiannya adalah perhitungan dengan rumus T-Test Separated Variance sehubungan sampel penelitian bersifat independent (tidak berkorelasi) dan varian kedua sampel tidak homogen, diketahui F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($1,3 > 1,271$). Berdasarkan perhitungan dengan membandingkan t_{hitung} dan t_{tabel} diketahui bahwa t_{hitung} sebesar -1,79, t_{tabel} -0,7047 dengan taraf kesalahan 7,5% (0,0075), dengan demikian terdapat perbedaan yang signifikan terhadap atribut pelayanan akademik antara mahasiswa Fakultas Ekonomi dengan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Jenderal Achmad Yani.

Penelitian ini didukung oleh penelitian Okta Erlina yang berjudul Perbandingan Kepuasan Konsumen terhadap Kualitas Pelayanan pada Program Acara Pasar Klithikan Jogja TV Dengan di Pasar Klithikan Pakuncen, hasil penelitiannya adalah secara keseluruhan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada program acara Pasar Klithikan Jogja TV dengan di Pasar Klithikan Pakuncen terdapat perbedaan, yaitu dengan t_{hitung} lebih besar dari t_{tabel} yaitu $2,567 > 2,024$ dan nilai signifikansi kurang dari 0,025, yaitu 0,014 sehingga hipotesis penelitian, yaitu ada perbedaan kepuasan konsumen terhadap kualitas pelayanan pada program acara Pasar Klithikan Jogja TV dengan di Pasar Klithikan Pakuncen diterima yaitu tidak terdapat perbedaan pada indikator kehandalan (*reliability*) pada kepuasan konsumen di Jogja TV dengan di Pakuncen, tidak terdapat perbedaan pada indikator daya tanggap (*responsiveness*) pada kepuasan konsumen di Jogja TV dengan di Pakuncen. terdapat perbedaan pada indikator jaminan (*assurance*) pada kepuasan konsumen di Jogja TV dengan di Pakuncen, terdapat perbedaan pada indikator empati (*empathy*) pada kepuasan konsumen di Jogja TV dengan di Pakuncen, terdapat perbedaan pada indikator bukti fisik (*tangibles*) pada kepuasan konsumen di Jogja TV dengan di Pakuncen.

Penelitian ini juga didukung oleh penelitian Surya Andika yang berjudul Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Indomart dengan Alfamart, hasil penelitiannya adalah Kepuasan konsumen Indomaret dan kepuasan konsumen Alfamart terhadap kedua minimarket tersebut diketahui memiliki perbedaan yang signifikan. Dalam penelitian ini yang lebih baik adalah Alfamart hal ini diketahui dari uji-t Alfamart yang lebih besar dari Indomaret

sebesar $26,443 > 26,119$. Adanya perbedaan kepuasan konsumen Indomaret dengan kepuasan konsumen Alfamart pada dimensi koresponsifan, *assurance*, *empathy*, *tangible* sedang pada dimensi kehandalan tidak di temukan perbedaan yang signifikan karena kedua minimarket ini memiliki fasilitas yang hampir sama setelah diadakan penelitian.

Penelitian ini bertolak belakang dengan penelitian Feri Fajar Feronika yang berjudul Analisis Komparatif Tingkat Kualitas Pelayanan Untuk Muzaki Antara Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Yogyakarta Dan Pos Keadilan Peduli Umat (PKPU) Cabang Yogyakarta, hasil penelitiannya adalah ada perbedaan namun tidak signifikan, penilaian muzaki terhadap dimensi kualitas pelayanan kehandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik yang diberikan oleh kedua lembaga tersebut. Berdasarkan atas hasil uji diperoleh nilai $F_{hitung} < F_{tabel}$ ($0,631 < 2,080$) yang menyatakan bahwa tidak ada perbedaan yang signifikan.

Penelitian ini pada dasarnya dilakukan berdasarkan fenomena yang terjadi, Pada saat ini kebutuhan air minum yang sehat sangat dibutuhkan oleh semua orang. Salah satunya air minum isi ulang yang merupakan dambaan kebutuhan hidup yang tidak dapat ditawar-tawar lagi. Ditambah lagi peningkatan jumlah penduduk di Kota Padangsidempuan yang dibarengi dengan meningkatnya kebutuhan hidup. Dampak positif yang terjadi dengan adanya fenomena ini adalah, semakin terbukanya peluang untuk membuka usaha air minum isi ulang dan semakin memacu usaha-usaha yang terlebih dahulu berdiri di dalam usaha air minum isi ulang untuk berbenah diri baik dari segi tampilan maupun pelayanan terhadap pelanggan. Dan dampak negatif

yang terjadi dengan adanya fenomena tersebut adalah semakin banyak pilihan bagi pelanggan ataupun masyarakat untuk memenuhi kebutuhan demi mencapai kepuasan atas apa yang diinginkan. Faktanya saat ini, selain banyaknya keluhan masyarakat terhadap kualitas pelayanan depot air minum isi ulang, munculnya usaha-usaha yang sama membuat usaha depot air minum isi ulang tidak lagi konsisten dalam memberikan pelayanan.

Dimana pelanggan yang sangat puas atau bahkan yang menyenangi layanan cenderung menjadi pendukung loyal perusahaan, menggabungkan semua pembelian mereka dengan satu penyedia, dan menyebarkan berita positif. Setiap perusahaan harus dapat mengantisipasi kecenderungan ekonomi di masa mendatang dan harus bersaing dengan perusahaan lain yang bergerak di bidang bisnis yang sama yaitu bisnis Depot Air Minum Isi Ulang. Karena kunci utama kesuksesan perusahaan jasa adalah dengan memenuhi atau melebihi kualitas jasa harapan pelanggan. Harapan pelanggan dibentuk oleh pelayanan masa lalunya, pembicaraan dari mulut kemulut.

Pelanggan akan menerima kualitas jasa tersebut setelah mereka membandingkan jasa yang diterima dan jasa yang diharapkan, di mana kualitas pelayanan menjadi input utamanya. Kualitas jasa disebut baik jika penyedia jasa memberikan pelayanan yang melebihi harapan pelanggan atau setara dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Sedangkan kualitas jasa disebut jelek, jika pelanggan memperoleh pelayanan yang lebih rendah dari harapannya.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil analisis data dan pembahasan mengenai Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang di R-OXY dan Bintang OXY dengan metode analisis yang digunakan yaitu statistik parametris yaitu uji independent sample T test, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa dari hasil independent sample T test ini menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan dari kualitas pelayanan yang diberikan yaitu antara Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY dan Bintang OXY. Karena signifikansi lebih kecil dari 0,1 ($0,000 < 0,1$), maka H_a diterima dan H_o ditolak. Jadi dapat disimpulkan bahwa dari hasil uji independent sample T test terdapat perbedaan kualitas pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang di R-OXY dan Bintang OXY Kota Padangsidimpuan.

B. Saran-saran

1. Bagi perusahaan Depot Air Minum isi Ulang R-OXY dan Bintang OXY diharapkan untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan mempertahankan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, agar pelanggan merasa nyaman, senang terhadap sikap pelayanan yang diberikan. Kepuasan pelanggan pada umumnya diimplementasikan dalam perbaikan secara menyeluruh terhadap kualitas produk dan jasa yang diberikan kepada pelanggan.

2. Untuk peneliti selanjutnya yang tertarik terhadap studi perbandingan kualitas pelayanan yang sudah dimuat dalam penelitian ini agar lebih teliti dalam memilih aspek maupun variabel-variabel yang berkaitan sehingga benar-benar dapat mengungkap inti atau pokok dari penelitian, seperti faktor-faktor kualitas pelayanan dan menambah variabel yang lainnya.
3. Kepada pelanggan agar lebih teliti dalam menerima pelayanan, dan diharapkan kepada pelanggan bisa lebih kritis dalam menanggapi kualitas baik barang ataupun jasa yang ditawarkan oleh pihak perusahaan, agar pelanggan dapat menikmati pelayanan yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Halim Hasam Binjai, *Tafsir AL-Ahkam*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Abuddin Nata, *Al-qur'an dan Hadist (Dirasah Islamiyah I)*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 1998.
- Ahmad Mushthafa Al-Maraghi, Terjemah *Tafsir Al-Maraghi*, Semarang: Toha Putra, 1984.
- A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian: Dasar-Dasar Penyelidikan Ilmiah*, Padang: t.tp, 1997.
- Budi Setiawan, *Teknik Praktis Analisis Data Penelitian Sosial dan Bisnis dengan SPSS*, Yogyakarta: ANDI, 2015.
- Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya Edisi Pertama*, Jakarta: Kencana, 2006.
- Christopher Lovelock dkk, *Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi Perspektif Indonesia-jilid 2*, Jakarta: Erlangga, 2010.
- Departemen Agama RI, *Al Quran dan Terjemahannya*, Bandung: Penerbit Diponegoro, 2006.
- Dwi Priyatno, *Mandiri Belajar SPSS*, Yogyakarta: MediaKom, 2008.
- Husein Umar, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis, Edisi Kedua*, Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Imam Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Semarang: Diponogoro, 2006.
- Iqbal Hasan, *Analisis Data Penelitian ndengan Statistik*, Jakarta: PT.Bumi Aksara, 2004.
- Juliansyah Noor, *Metode Penelitian*, Jakarta: Kencana, 2011.
- Kasmir, *Kewirausahaan*, Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada, 2006.
- Maman Abdurrahman & Sambas Ali Muhidin, *Panduan Praktisi Memahami Penelitian*, Bandung: Pustaka Setia, 2011.
- Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*, Jogjakarta: Erlangga, 2009.

Nasution, M.N, *Manajemen Jasa Terpadu*, Bogor Selatan: Ghalia Indonesia, 2004.

M.Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, Bandung: Alfabeta, 2010.

Padangsidimpuankota.bps.go.id

P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian dalam Teori dan Praktek*, Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2004.

Rambat Lupiodi, *Management Pemasaran Jasa*, Jakarta: Salemba Empat, 2009.

Riduwan, *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2010.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung: Alfabeta, 2012.

Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek Edisi Revisi* 2010, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010.

_____, *Manajemen Penelitian*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 2010.

_____, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: PT Rineka Cipta, 1992.

Tony Wijaya, *Manajemen Kualitas Jasa*, Jakarta: PT Indeks, 2011.

Wawancara dengan Bapak Amrul Matondang, Pimpinan Bintang OXY, tanggal 3 April 2017, pukul 20:30.

Wawancara dengan Bapak Lahmuddin Hasibuan, Pimpinan R-OXY, tanggal 8 April 2017, pukul 14:00.

CURUCULUM VITAE
(Daftar Riwayat Hidup)

DATA PRIBADI

Nama : Ulfa Weli Harahap
Jenis Kelamin : Perempuan
Tempat, tanggal lahir : Padangsidempuan, 08 Februari 1995
Kewarganegaraan : Indonesia
Agama : Islam
Alamat Lengkap : Jl. Sutan Muhammad Arief Gg. Lurah, Kecamatan Padangsidempuan Utara, Provinsi Sumatera Utara.
Telepon/No. HP : 081370268981
E-mail : ulfaweliharahap08@gmail.com

LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Tahun 2001-2007 : SD Negeri 200119 Padangsidempuan
Tahun 2007-2010 : Madrasah Tsanawiyah YPKS Padangsidempuan
Tahun 2010-2013 : SMK Negeri 1 Padangsidempuan
Tahun 2013-2017 : Program Sarjana (Strata-1) Ekonomi Syari'ah IAIN Padangsidempuan

PRESTASI AKADEMIK

IPK : 3,62
Karya Tulis Ilmiah : Studi Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Di R-OXY Dan Bintang OXY Kota Padangsidempuan

Lampiran 1

LEMBAR KUESIONER

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr/i

Pelanggan pada Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY dan Bintang OXY

Kota Padangsidimpuan

Saya mohon kesediaan anda untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada lembar kuesioner mengenai “Analisis Perbandingan Kualitas Pelayanan Pada Depot Air Minum Isi Ulang Di R-OXY dan Bintang OXY Kota Padangsidimpuan”. Peneliti sangat mengharapkan kejujuran responden dalam memberikan jawaban sehingga penelitian kami lebih akurat. Atas waktu dan kesediaan anda dalam mengisi kuesioner, saya mengucapkan banyak terima kasih.

I. IDENTITAS RESPONDEN

Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
Usia : a. < 15 tahun b. 15-30 tahun c. 30-45 tahun d. > 45 tahun
Pekerjaan : a. PNS b. Wiraswasta c. Guru d. Petani
Pendapatan : a. 1-2 juta b. 2-4 juta c. ≥ 4 juta
Pelayanan : R-OXY/Bintang OXY* (Lingkari Mana Langganan Anda)

II. Petunjuk Pengisian

- Berikan tanda silang ($\sqrt{}$) pada setiap jawaban saudara.
- Setiap pertanyaan berikut ini terdiri atas lima pilihan jawaban:
(SS) Sangat Setuju
(S) Setuju
(KS) Kurang Setuju
(TS) Tidak Setuju
(STS) Sangat Tidak Setuju

Angket Variabel Kualitas Pelayanan pada Depot Air Minum Isi Ulang R-OXY dan Bintang OXY

Indikator	Pernyataan	Tanggapan				
		SS	S	KS	TS	STS
<i>Realibility</i> (Kehandalan)	1. Karyawan Depot Air Minum Isi Ulang cepat melayani pelanggan					
	2. Karyawan Depot Air Minum Isi Ulang bersungguh-sungguh memberikan pelayanan					
	3. Karyawan Depot Air Minum Isi Ulang lamban melayani pelanggan					
<i>Responssivenes</i> (Daya Tanggap)	4. Karyawan Depot Air Minum Isi Ulang dengan cepat merespon keluhan pelanggan					
	5. Karyawan Depot Air Minum Isi Ulang tidak menanggapi keluhan pelanggan					
<i>Competence</i> (Kemampuan)	6. Karyawan Depot Air Minum Isi Ulang memiliki keterampilan dalam pekerjaannya					
	7. Karyawan Depot Air Minum Isi Ulang mempunyai pengetahuan yang minim dalam pekerjaannya					
<i>Access</i> (Akses)	8. Lokasi Depot Air Minum Isi Ulang Mudah dijangkau					
	9. Waktu menunggu pelanggan tidak terlalu lama					
	10. Karyawan Depot Air Minum Isi Ulang kurang tanggap melayani pelanggan					
<i>Courtesy</i> (Kesopanan)	11. Karyawan Depot Air Minum Isi Ulang acuh terhadap pelanggan					
	12. Karyawan Depot Air					

	Minum Isi Ulang ramah dalam memberikan pelayanan					
<i>Communication</i> (Komunikasi)	13. Karyawan Depot Air Minum Isi Ulang mendengarkan keluhan pelanggan					
	14. Karyawan Depot Air Minum Isi Ulang berkomunikasi dengan bahasa yang baik kepada pelanggan					
<i>Credibility</i> (Kepercayaan)	15. Karyawan Depot Air Minum Isi Ulang kurang dipercaya pelanggan					
	16. Karyawan Depot Air Minum Isi Ulang jujur kepada pelanggan					
<i>Security</i> (Jaminan)	17. Karyawan Depot Air Minum Isi Ulang jujur memberikan pelayanan kepada pelanggan					
	18. Air minum isi ulang terjamin untuk dikonsumsi					
<i>Understanding/knowing the customer</i> (Mengerti Kebutuhan Pelanggan)	19. Karyawan Depot Air Minum Isi Ulang mengerti akan kebutuhan pelanggan					
	20. Karyawan Depot Air Minum Isi Ulang kurang memahami pelanggan					
<i>Tangibles</i> (Bukti Langsung)	21. Perlengkapan yang tersedia pada Depot Air Minum Isi Ulang lengkap dan bersih					
	22. Karyawan pada Depot Air Minum Isi Ulang berkomunikasi dengan baik					
	23. Penampilan karyawan Depot Air Minum Isi Ulang kurang bersih					

Lampiran 2

Uji Validitas

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

KPD22	Pearson	.142	.344**	.120	.232*	.104	.116	.069	.312**	.189	.018	-.022	.213	.317**	.085	.059	.495**	.159	.340**	.155	.056	.398**	1	-.137	.378**
	Correlation																								
	Sig. (2-tailed)	.234	.003	.317	.050	.384	.330	.567	.008	.113	.878	.857	.072	.007	.475	.620	.000	.182	.004	.195	.642	.001		.251	.001
KPD23	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
	Pearson	.241*	-.079	.357**	.415**	.213	.398**	-.127	.207	.181	.184	.133	.004	.027	.311**	.281*	-.055	.128	.123	.038	.261*	.045	-.137	1	.421**
	Correlation																								
TOTAL	Sig. (2-tailed)	.041	.509	.002	.000	.072	.001	.287	.080	.127	.122	.267	.976	.825	.008	.017	.644	.285	.305	.752	.027	.707	.251		.000
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72
	Pearson	.465**	.309**	.614**	.541**	.632**	.432**	.178	.467**	.436**	.545*	.510*	.515**	.455**	.318**	.628**	.530**	.543**	.675**	.183	.492**	.420**	.378**	.421**	1
TOTAL	Correlation																								
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.000	.000	.000	.000	.136	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.007	.000	.000	.000	.000	.124	.000	.000	.001	.000	
	N	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72	72

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

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

Lampiran 3

Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.844	21

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KPD1	81.58	36.556	.400	.839
KPD2	81.64	37.530	.224	.845
KPD3	82.49	34.169	.534	.832
KPD4	81.85	35.230	.472	.835
KPD5	82.24	33.873	.541	.832
KPD6	81.81	36.694	.382	.839
KPD8	81.25	36.782	.370	.840
KPD9	81.75	37.120	.389	.840
KPD10	82.35	34.962	.470	.835
KPD11	82.07	34.770	.451	.836
KPD12	81.56	35.462	.427	.837
KPD13	81.79	36.336	.407	.838
KPD14	81.88	37.153	.244	.844
KPD15	82.17	32.310	.552	.832
KPD16	81.54	36.139	.462	.837
KPD17	81.67	36.225	.503	.836
KPD18	81.36	35.248	.610	.831
KPD20	82.35	34.878	.417	.838
KPD21	81.40	36.779	.340	.841
KPD22	81.58	37.120	.301	.842
KPD23	82.31	35.370	.339	.843

Lampiran 4

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Kualitas_Pelaya nan
N		72
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	83.29
	Std. Deviation	7.509
	Absolute	.106
Most Extreme Differences	Positive	.054
	Negative	-.106
Kolmogorov-Smirnov Z		.898
Asymp. Sig. (2-tailed)		.395

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 5

Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

Kualitas_Pelayanan

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
3.660	1	70	.060

ANOVA

Kualitas_Pelayanan

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	1155.375	1	1155.375	28.403	.000
Within Groups	2847.500	70	40.679		
Total	4002.875	71			

Lampiran 6

Uji *Independent Sample T Test*

Group Statistics

	Perusahaan	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Kualitas_Pelayanan	0	29	78.41	7.533	1.399
	1	43	86.58	5.474	.835

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
Kualitas_Pelayanan	Equal variances assumed	3.660	.060	-5.329	70	.000	-8.168	1.533	-11.224	-5.111
	Equal variances not assumed			-5.014	47.477	.000	-8.168	1.629	-11.444	-4.891

Lampiran 7

Analisis Deskriptif Indikator-Indikator Kualitas Pelayanan

1. Indikator Realibility

Statistics

Realiability

N	Valid	72
	Missing	0
Mean		11.25
Std. Deviation		1.563

Realiability * Tempat Crosstabulation

Count

	Tempat		Total
	R-OXY	Bintang OXY	
7	1	0	1
8	2	0	2
9	8	0	8
10	10	0	10
11	6	10	16
12	2	19	21
13	1	8	9
14	0	5	5
Total	30	42	72

Klasifikasi	Interval Nilai
Tinggi	$I \geq 12,813$
Sedang	$11,25 \leq I < 12,813$
Rendah	$9,687 \leq I < 11,25$
Sangat Rendah	$I < 9,687$

Klasifikasi	R -OXY		Bintang OXY	
	F	%	F	%
Tinggi	1	3%	13	31%
Sedang	2	7%	19	45%
Rendah	16	53%	10	24%
Sangat rendah	11	37%	0	0
jumlah	30	100%	42	100%

2. Indikator Responsibility

Statistics

Responsibility

N	Valid	72
	Missing	0
Mean		7.78
Std. Deviation		.996

Responsibility * Tempat Crosstabulation

Count

		Tempat		Total
		R-OXY	Bintang OXY	
Responsibility	5	1	0	1
	6	6	0	6
	7	4	16	20
	8	10	17	27
	9	8	9	17
	10	1	0	1
Total		30	42	72

Klasifikasi	Interval Nilai
Tinggi	$I \geq 8,776$
Sedang	$7,78 \leq I < 8,776$
Rendah	$6,784 \leq I < 7,78$
Sangat Rendah	$I < 6,784$

Klasifikasi	R -OXY		Bintang OXY	
	F	%	F	%
Tinggi	9	3%	42	100%
Sedang	10	7%	0	0
Rendah	4	53%	0	0
Sangat rendah	7	37%	0	0
jumlah	30	100%	42	100%

3. Indikator Competence

Statistics

Competence

N	Valid	72
	Missing	0
Mean		3.28
Std. Deviation		1.247

Competence * Tempat Crosstabulation

Count

		Tempat		Total
		R-OXY	Bintang -OXY	
Competence	1	10	0	10
	2	13	0	13
	3	1	0	1
	4	4	39	43
	5	2	3	5
Total		30	42	72

Klasifikasi	Interval Nilai
Tinggi	$I \geq 4,527$
Sedang	$3,28 \leq I < 4,527$
Rendah	$2,033 \leq I < 3,28$
Sangat Rendah	$I < 2,033$

Klasifikasi	R -OXY		Bintang OXY	
	F	%	F	%
Tinggi	2	7%	3	7%
Sedang	4	13%	39	93%
Rendah	1	3%	0	0
Sangat rendah	23	77%	0	0
jumlah	30	100%	42	100%

4. Indikator Acces

Statistics

Access

N	Valid	72
	Missing	0
Mean		11.67
Std. Deviation		1.278

Access * Tempat Crosstabulation

Count

		Tempat		Total
		R-OXY	Bintang OXY	
Access	9	2	0	2
	10	13	0	13
	11	8	9	17
	12	6	15	21
	13	1	12	13
	14	0	6	6
Total		30	42	72

Klasifikasi	Interval Nilai
Tinggi	$I \geq 12,948$
Sedang	$11,67 \leq I < 12,948$
Rendah	$10,392 \leq I < 11,67$
Sangat Rendah	$I < 10,392$

Klasifikasi	R -OXY		Bintang OXY	
	F	%	F	%
Tinggi	1	3%	18	43%
Sedang	6	20%	15	36%
Rendah	8	27%	9	21%
Sangat rendah	15	50%	0	0
jumlah	30	100%	42	100%

5. Indikator Courtesy

Statistics

Courtesy

N	Valid	72
	Missing	0
Mean		8.24
Std. Deviation		1.068

Courtesy * Tempat Crosstabulation

Count

		Tempat		Total
		R-OXY	Bintang OXY	
Courtesy	4	0	1	1
	6	1	0	1
	7	7	7	14
	8	9	17	26
	9	8	15	23
	10	5	2	7
Total		30	42	72

Klasifikasi	Interval Nilai
Tinggi	$I \geq 9,308$
Sedang	$8,24 \leq I < 9,308$
Rendah	$7,128 \leq I < 8,24$
Sangat Rendah	$I < 7,182$

Klasifikasi	R -OXY		Bintang OXY	
	F	%	F	%
Tinggi	5	16%	2	5%
Sedang	8	27%	15	36%
Rendah	9	30%	17	40%
Sangat rendah	8	27%	8	19%
jumlah	30	100%	42	100%

6. Indikator Communication

Statistics

Communication

N	Valid	72
	Missing	0
Mean		8.19
Std. Deviation		.762

Communication * Tempat Crosstabulation

Count

		Tempat		Total
		R-OXY	Bintang OXY	
Communication	6	2	0	2
	7	3	1	4
	8	16	33	49
	9	8	4	12
	10	1	4	5
Total		30	42	72

Klasifikasi	Interval Nilai
Tinggi	$I \geq 8,952$
Sedang	$8,19 \leq I < 8,952$
Rendah	$7,328 \leq I < 8,19$
Sangat Rendah	$I < 7,328$

Klasifikasi	R -OXY		Bintang OXY	
	F	%	F	%
Tinggi	9	30%	8	19%
Sedang	16	53%	33	79%
Rendah	3	10%	1	2%
Sangat rendah	2	7%	0	0
jumlah	30	100%	42	100%

7. Indikator Credibility

Statistics

Credibility

N	Valid	72
	Missing	0
Mean		7.38
Std. Deviation		1.428

Credibility * Tempat Crosstabulation

Count

		Tempat		Total
		R-OXY	Bintang OXY	
Credibility	4	2	0	2
	5	7	0	7
	6	5	1	6
	7	10	14	24
	8	5	13	18
	9	1	9	10
	10	0	5	5
Total		30	42	72

Klasifikasi	Interval Nilai
Tinggi	$I \geq 8,808$
Sedang	$7,38 \leq I < 8,808$
Rendah	$5,952 \leq I < 7,38$
Sangat Rendah	$I < 5,952$

Klasifikasi	R -OXY		Bintang OXY	
	F	%	F	%
Tinggi	1	3%	14	33%
Sedang	5	17%	13	31%
Rendah	15	50%	15	36%
Sangat rendah	9	30%	0	0
jumlah	30	100%	42	100%

8. Indikator Security

Statistics

Secutity

N	Valid	72
	Missing	0
Mean		8.83
Std. Deviation		.732

Secutity * Tempat Crosstabulation

Count

		Tempat		Total
		R-OXY	Bintang OXY	
Secutity	8	7	19	26
	9	15	17	32
	10	8	6	14
Total		30	42	72

Klasifikasi	Interval Nilai
Tinggi	$I \geq 9,562$
Sedang	$8,83 \leq I < 9,562$
Rendah	$8,098 \leq I < 8,83$
Sangat Rendah	$I < 8,098$

Klasifikasi	R -OXY		Bintang OXY	
	F	%	F	%
Tinggi	8	27%	6	14%
Sedang	15	50%	17	41%
Rendah	7	23%	19	45%
Sangat rendah	0	0	0	0
jumlah	30	100%	42	100%

9. Indikator Understanding/knowning the customer

Statistics

Understanding_knowing_the_cust
omer

N	Valid	72
	Missing	0
Mean		3.58
Std. Deviation		.746

Understanding_knowing_the_customer * Tempat Crosstabulation

Count

		Tempat		Total
		R-OXY	Bintang OXY	
	2	2	1	3
Understanding_knowing_the	3	10	22	32
_customer	4	10	19	29
	5	8	0	8
Total		30	42	72

Klasifikasi	Interval Nilai
Tinggi	$I \geq 4,326$
Sedang	$3,58 \leq I < 4,326$
Rendah	$2,834 \leq I < 3,58$
Sangat Rendah	$I < 2,834$

Klasifikasi	R -OXY		Bintang OXY	
	F	%	F	%
Tinggi	8	27%	0	0
Sedang	10	33%	19	45%
Rendah	12	40%	23	55%
Sangat rendah	0	0	0	0
jumlah	30	100%	42	100%

10. Tangibles

Statistics

Tangibles

N	Valid	72
	Missing	0
Mean		13.10
Std. Deviation		1.090

Tangibles * Tempat Crosstabulation

Count

		Tempat		Total
		R-OXY	Bintang OXY	
Tangibles	11	3	0	3
	12	12	10	22
	13	5	15	20
	14	6	13	19
	15	4	4	8
Total		30	42	72

Klasifikasi	Interval Nilai
Tinggi	$I \geq 14,190$
Sedang	$13,10 \leq I < 14,190$
Rendah	$12,010 \leq I < 13,10$
Sangat Rendah	$I < 12,010$

Klasifikasi	R -OXY		Bintang OXY	
	F	%	F	%
Tinggi	4	13%	4	9%
Sedang	6	20%	13	31%
Rendah	5	17%	15	36%
Sangat rendah	15	50	10	24%
jumlah	30	100%	42	100%

Lampiran 9

Data angket sebelum divaliditas

	Pernyataan																						
	KPD1	KPD2	KPD3	KPD4	KPD5	KPD6	KPD7	KPD8	KPD9	KPD10	KPD11	KPD12	KPD13	KPD14	KPD15	KPD16	KPD17	KPD18	KPD19	KPD20	KPD21	KPD22	KPD23
1	2	4	5	5	4	2	3	3	5	4	5	4	4	3	4	2	5	5	4	5	5	4	4
2	2	4	4	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	3	5	4	5
3	2	5	4	4	4	2	3	3	4	4	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4
4	2	5	3	4	4	2	2	3	5	3	3	4	2	5	5	2	5	5	4	4	5	4	5
5	2	4	3	4	2	1	3	3	4	3	3	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4	4	4
6	2	4	2	5	3	1	3	3	5	2	3	5	4	5	3	2	4	5	4	2	4	5	3
7	2	4	4	2	4	1	4	2	4	4	5	4	5	1	1	3	5	4	4	4	5	5	2
8	2	5	3	4	4	1	4	2	4	4	4	5	4	4	5	3	4	5	4	5	5	5	2
9	2	5	3	4	4	1	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	5	5	2
10	2	4	2	2	4	1	2	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	2
11	2	5	3	4	3	2	3	3	4	3	3	5	4	4	3	2	4	5	4	3	4	4	3
12	3	4	2	3	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	3
13	3	4	4	5	4	2	2	3	5	4	5	4	4	5	5	3	5	5	4	4	5	4	5
14	2	3	2	3	3	1	4	3	4	3	2	4	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4
15	3	4	4	4	4	1	2	3	5	4	5	5	5	4	5	2	5	5	4	5	4	4	4
16	2	4	3	4	4	1	4	3	4	4	4	5	4	4	5	2	4	5	4	4	4	4	5
17	3	4	5	5	4	4	3	3	5	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5
18	2	5	3	4	2	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	5	4	2	5	5	3
19	2	4	4	5	4	5	2	3	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5
20	2	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4	4	4	2	2	4	5	4	3	5	5	3
21	2	5	5	5	4	2	5	3	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	5
22	2	4	3	4	4	2	3	4	4	2	3	5	4	4	4	2	4	4	4	3	4	5	4
23	3	5	5	5	4	3	5	3	5	3	3	4	5	5	5	3	5	5	5	3	5	5	5
24	2	4	4	4	5	4	2	2	4	4	4	5	4	4	5	3	5	5	4	5	4	4	4
25	3	4	3	4	3	2	5	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	4	5	5	4
26	2	4	3	4	3	1	2	2	4	3	3	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4	4	3
27	3	4	2	4	4	2	3	3	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
28	2	4	3	2	4	2	2	2	4	3	3	4	4	4	3	2	4	4	4	3	4	4	3
29	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	5	5	4	5	4	5
30	3	4	4	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5

31	5	5	3	5	3	5	3	5	5	3	3	5	5	5	3	5	4	4	4	3	5	5	4
32	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
33	4	4	3	4	3	4	2	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	3	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5
35	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
36	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
37	5	4	3	4	3	4	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4
38	4	5	3	4	3	4	4	4	4	3	3	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5
39	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4
40	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	5
41	4	5	3	4	3	4	2	5	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	5	4	4
42	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
43	5	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5
44	5	5	3	5	4	5	3	5	4	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	5	5
45	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5
46	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4
47	4	4	3	4	3	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
48	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5
49	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
50	5	4	3	4	3	4	3	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5
51	4	4	4	4	3	4	3	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5
52	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
53	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5
54	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5
55	4	5	4	5	3	4	4	5	5	4	3	5	4	4	3	5	4	5	5	4	5	5	4
56	5	4	3	5	4	4	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5
57	5	5	3	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4
58	4	5	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	5	3	4	4	4
60	4	4	3	4	3	4	3	5	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	5
61	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
62	4	4	4	5	3	5	4	5	5	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	3	5	5	4
63	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	4	4
64	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	5
65	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4

66	5	5	4	4	5	4	3	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4
67	5	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	5	4	5
68	5	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5
69	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	3	5	5	4
70	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5
71	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4
72	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	5	5	5

Lampiran 10

Data hasil angket setelah divaliditas

	Pernyataan																				
	KPD1	KPD2	KPD3	KPD4	KPD5	KPD6	KPD8	KPD9	KPD10	KPD11	KPD12	KPD13	KPD14	KPD15	KPD16	KPD17	KPD18	KPD20	KPD21	KPD22	KPD23
1	2	4	5	5	4	2	3	5	4	5	4	4	3	4	2	5	5	5	5	4	
2	2	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	3	5	4	
3	2	5	4	4	4	2	3	4	4	5	5	4	5	4	3	4	5	4	4	4	
4	2	5	3	4	4	2	3	5	3	3	4	2	5	5	2	5	5	4	5	4	
5	2	4	3	4	2	1	3	4	3	3	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	
6	2	4	2	5	3	1	3	5	2	3	5	4	5	3	2	4	5	2	4	5	
7	2	4	4	2	4	1	2	4	4	5	4	5	1	1	3	5	4	4	5	5	
8	2	5	3	4	4	1	2	4	4	4	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	
9	2	5	3	4	4	1	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	3	5	5	
10	2	4	2	2	4	1	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	
11	2	5	3	4	3	2	3	4	3	3	5	4	4	3	2	4	5	3	4	4	
12	3	4	2	3	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	
13	3	4	4	5	4	2	3	5	4	5	4	4	5	5	3	5	5	4	5	4	
14	2	3	2	3	3	1	3	4	3	2	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	
15	3	4	4	4	4	1	3	5	4	5	5	5	4	5	2	5	5	5	4	4	
16	2	4	3	4	4	1	3	4	4	4	5	4	4	5	2	4	5	4	4	4	
17	3	4	5	5	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4	3	4	5	5	5	5	
18	2	5	3	4	2	4	3	4	3	3	4	3	3	3	3	4	5	2	5	5	
19	2	4	4	5	4	5	3	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	
20	2	4	3	4	3	2	3	4	3	3	4	4	4	2	2	4	5	3	5	5	
21	2	5	5	5	4	2	3	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	
22	2	4	3	4	4	2	4	4	2	3	5	4	4	4	2	4	4	3	4	5	
23	3	5	5	5	4	3	3	5	3	3	4	5	5	5	3	5	5	3	5	5	
24	2	4	4	4	5	4	2	4	4	4	5	4	4	5	3	5	5	5	4	4	
25	3	4	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	5	5	
26	2	4	3	4	3	1	2	4	3	3	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	
27	3	4	2	4	4	2	3	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	
28	2	4	3	2	4	2	2	4	3	3	4	4	4	3	2	4	4	3	4	4	
29	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	1	4	4	5	4	5	4	
30	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	

31	5	5	3	5	3	5	5	5	3	3	5	5	5	3	5	4	4	3	5	5
32	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	4	4	3	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
35	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
36	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
37	5	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4
38	4	5	3	4	3	4	4	4	3	3	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4
39	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4
40	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4
41	4	5	3	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	3	5	4
42	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
43	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
44	5	5	3	5	4	5	5	4	3	4	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5
45	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
46	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4
47	4	4	3	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
48	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4
49	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
50	5	4	3	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4
51	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4
52	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
53	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5
54	5	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5
55	4	5	4	5	3	4	5	5	4	3	5	4	4	3	5	4	5	4	5	5
56	5	4	3	5	4	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4
57	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5
58	4	5	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4
60	4	4	3	4	3	4	5	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4
61	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
62	4	4	4	5	3	5	5	5	3	3	4	4	4	3	4	4	5	3	5	5
63	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	3	5	4
64	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	5	4
65	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	3	4	4

66	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4
67	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	5	4
68	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5
69	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5
70	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4
71	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5
72	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	3	5	5

Lampiran 11

Luas Wilayah, Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk menurut Kecamatan

Tabel : Luas Wilayah, Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan

2013

Kecamatan	Luas Wilayah	Jumlah Penduduk	Kepadatan Penduduk
	(km2)		(per km2)
-1	-2	-3	-4
1. Padangsidempuan Tenggara	27,69	32 698	1 180
2. Padangsidempuan Selatan	15,81	64 712	4 093
3. Padangsidempuan Batunadua	38,74	20 483	529
4. Padangsidempuan Utara	14,09	62 756	4 453
5. Padangsidempuan Hutaimbaru	22,34	16 019	717
6. Padangsidempuan Angkola Julu	28,18	7 947	282
Jumlah/Total 2013	146,82	204.615	1 393.36

Tabel : Luas Wilayah, Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan

2014

Kecamatan	Luas Wilayah	Jumlah Penduduk	Kepadatan Penduduk
	(km2)		(per km2)
-1	-2	-3	-4
1. Padangsidempuan Tenggara	27.69	32 998	1 192
2. Padangsidempuan Selatan	15.81	65 307	4 131
3. Padangsidempuan Batunadua	38.74	20 672	534
4. Padangsidempuan Utara	14.09	63 333	4 495
5. Padangsidempuan Hutaimbaru	22.34	16 166	724
6. Padangsidempuan Angkola Julu	28.18	8 020	285
Jumlah/Total 2014	146.85	206 496	1 406

**Luas Wilayah, Jumlah Penduduk dan Kepadatan Penduduk Menurut Kecamatan,
2015**

Kecamatan	Luas Wilayah	Jumlah Penduduk	Kepadatan Penduduk
	(km2)		(per km2)
-1	-2	-3	-4
1. Padangsidempuan Tenggara	27.70	33 495	1 209
2. Padangsidempuan Selatan	16.22	66 345	4 090
3. Padangsidempuan Batunadua	36.34	20 997	578
4. Padangsidempuan Utara	14.79	64 375	4 353
5. Padangsidempuan Hutaimbaru	24.78	16 431	663
6. Padangsidempuan Angkola Julu	27.02	8 153	302
Jumlah/ <i>Total</i>	146.85	209 796	1 429

Lampiran 9

Dokumentasi Responden







Lampiran 12

Dokumentasi Responden

Dokumentasi saat responden mengisi angket



Dokumentasi saat responden mengisi angket



Dokumentasi saat responden mengisi angket



Dokumentasi saat responden mengisi angket



Dokumentasi saat responden mengisi angket



Dokumentasi saat responden mengisi angket



Dokumentasi saat responden mengisi angket



Dokumentasi saat responden mengisi angket

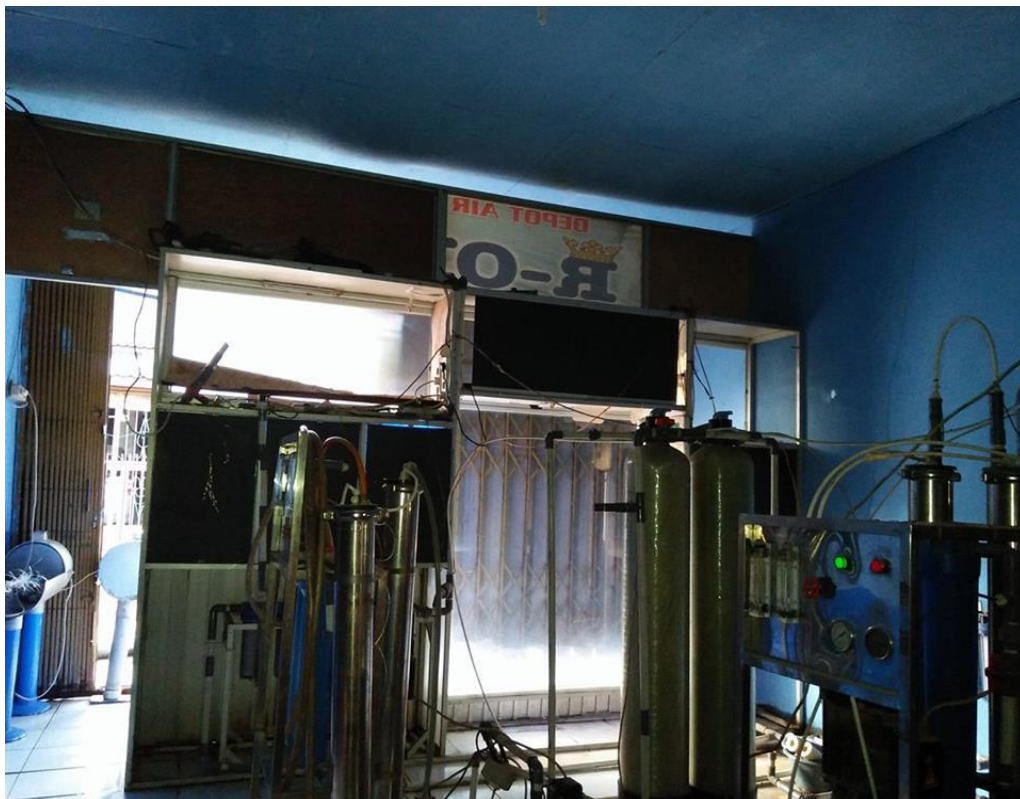


Lampiran 13

Dokumentasi saat wawancara dengan pimpinan R-OXY



Suasana di dalam Depot R-OXY



Lampiran 14

Dokumentasi saat wawancara dengan pimpinan Bintang OXY



Suasana di dalam Depot Bintang OXY



Suasana di dalam Depot Bintang OXY

