

**PENGARUH *SERVICE EXCELLENT*, *TRUST* DAN *PROMOTION*  
TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PELANGGAN  
PDAM TIRTA BANGKA SUNGAILIAT**

**SKRIPSI**



**Diajukan Oleh:**

**NAMA : NEVIA LUTHFI ANNISA**

**NIM : 302 12 11 065**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Prasyarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
2016**



**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG  
FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**


**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

Nama : Nevia Luthfi Annisa  
NIM : 302 12 11 065  
Jurusan : Manajemen  
Judul Usulan Penelitian: Pengaruh *Service Excellent*, *Trust* dan *Promotion* terhadap *Customer Satisfaction* kepada Pelanggan PDAM Tirta Bangka Sungailiat.

Pembimbing Utama

  
**Dr. Reniati, S.E., M.Si**  
NP. 507206007

Pembimbing Pendamping

  
**Khairivansyah, S.E., M.M**  
NIP. 197903152072121005

Balunijuk, 3 Agustus 2016

Ketua Jurusan Manajemen

  
**Maya Yusnita, S.E., M.Si**  
NIP. 198605082014042001

## PENGESAHAN SKRIPSI


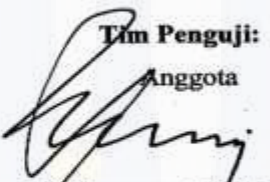

**SKRIPSI BERJUDUL**  
**PENGARUH *SERVICE EXCELLENT*, *TRUST* DAN *PROMOTION***  
**TERHADAP *CUSTOMER SATISFACTION* PADA PELANGGAN**  
**PDAM TIRTA BANGKA SUNGAILIAT**

Yang Diperiapkan dan Disusun Oleh: **NEVIA LUTHFI ANNISA**

Nomor Induk Mahasiswa: **302 12 11 065**

Telah Dipertahankan di Depan Penguji pada Tanggal 12 Agustus 2016, dan Telah  
Dinyatakan Memenuhi Syarat untuk Diterima.

**Tim Penguji:**

Ketua	Anggota	Anggota
		
<b><u>Dr. Reniati, S.E., M.Si.</u></b> NP. 507206007	<b><u>M. Tanggung, S.E., M.Si.</u></b> NIP. 196306051990031004	<b><u>H. Sumar, S.E., M.M.</u></b> NP. 506808015

Balunijuk, 12 Agustus 2016  
Universitas Bangka Belitung  
Fakultas Ekonomi  
Program Studi Manajemen

  
Dekan,  
  
**Dr. Reniati, S.E., M.Si.**  
NP. 507206007

Ketua Program Studi Manajemen,  
  
**Maya Yusnita, S.E., M.Si.**  
NIP. 198605082014042001

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS

“Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh *Service Excellent, Trust* dan *Promotion* terhadap *Customer Satisfaction* pada Pelanggan PDAM Tirta Bangka Sungalliat”** ini, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang secara tertulis di acu dalam naskah ini dan dicantumkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya siap menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku.”



Balunijuk, 3 Agustus 2016

Penulis

*Nevia Luthfi Annisa*  
Nevia Luthfi Annisa

## **ABSTRACT**

**Nevia Lutfi Annisa. 302 12 11 065. *Effect of Service Excellence, Trust, and Promotion of the Customer Satisfaction to Customer PDAM Tirta Bangka Sungailiat.***

*The background of this research is based on the phenomenon that exists shows that service excellence, trust and promotion can affect customer satisfaction. The aim of research is to find out and get a the studies of service excellence, trust and promotion to customer satisfaction at PDAM Tirta Bangka customer in Sungailiat.*

*This study is a descriptive and quantitative with a total sample of 326 respondent , while the sampling method used the cluster sampling . In this study, the independent variables were composed of service excellence, trust, promotion and customer satisfaction dependent variable. The instrument tests had used the validity, reliability, while the method of data analysis applied multiple regression analysis, t-test, F and coefficient of determination ( R<sup>2</sup> ).*

*The results of study of independent variables (Service Excellent) obtained  $t ( 3.245 ) > T \text{ table } ( 1,967)$ , variabel (Trust)  $t \text{ hitung } ( 2.147 ) > T \text{ tabel } ( 1,967 )$  and (Promotion)  $t \text{ hitung } ( 2,552 ) > T \text{ table } ( 1,967 )$ . Then X1 variable ( service excellent ) was partial effect on variable Y (customer satisfaction ) , X2 ( trust) was partial effect on variable Y (customer satisfaction ) , and X3 (promotion ) was partially influential in variable Y (customer satisfaction). The results showed that F test  $F_{\text{hitung}} ( 76.777 ) > F \text{ table } ( 2.632 )$  , while the significance of  $0.000 < \text{independent variable was ( service excellence, trust and promotion) together or simultaneously affected the dependent variable (customer satisfaction) significantly. The results of the analysis of the coefficient of determination ( R<sup>2</sup> ) showed that the independent variable ( service excellence, trust and promotion) affected the dependent variable (customer satisfaction) of 41.7 % and the remaining 58.3 % influenced other variables outside the research..}$*

**Keywords : Service Excellence, Trust, Promotion and Customer Satisfaction**

## ABSTRAK

**Nevia Luthfi Annisa. 302 12 11 065. Pengaruh *Service Excellent, Trust, dan Promotion* terhadap *Customer Satisfaction* pada Pelanggan PDAM Tirta Bangka Sungailiat.**

Penelitian ini dilatar belakangi berdasarkan fenomena yang ada menunjukkan bahwa *service excellent, trust* dan *promotion* dapat mempengaruhi *customer satisfaction*. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan mendapatkan kajian tentang *service excellent, trust* dan *promotion* terhadap *customer satisfaction* pada pelanggan PDAM Tirta Bangka Sungailiat.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dan kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 326 responden, sedangkan metode pengambilan sampelnya menggunakan *cluster sampling*. Pada penelitian ini variabel bebasnya adalah terdiri dari *service excellent, trust* dan *promotion* dan variabel terikatnya *customer satisfaction*. Pengujian instrument menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, sedangkan metode analisa data menggunakan analisis regresi berganda, uji t, uji F dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil penelitian variabel independen  $X_1$  diperoleh  $t_{hitung} (3,245) > T_{tabel} (1,967)$ , variabel  $X_2$   $t_{hitung} (2,147) > T_{tabel} (1,967)$  dan  $X_3$   $t_{hitung} (2,552) > T_{tabel} (1,967)$ . Maka variabel  $X_1$  (*service excellent*) berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (*customer satisfaction*), variabel  $X_2$  (*trust*) berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (*customer satisfaction*), dan variabel  $X_3$  (*promotion*) berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y (*customer satisfaction*). Hasil uji F menunjukkan bahwa  $F_{hitung} (76,777) > F_{tabel} (2,632)$ , sedangkan signifikansi  $0,000 <$  variabel independen (*service excellent, trust* dan *promotion*) secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen (*customer satisfaction*) secara signifikan. Hasil analisis koefisien determinasi ( $R^2$ ) menunjukkan bahwa variabel independen (*service excellent, trust* dan *promotion*) mempengaruhi variabel dependen (*customer satisfaction*) sebesar 41,7 % dan sisanya 58,3 % dipengaruhi variabel lain diluar penelitian.

**Kata Kunci : *Service Excellent, Trust, Promotion* dan *Customer Satisfaction***

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### Motto

“Hai orang-orang yang beriman, Jadikanlah sabar dan shalatmu sebagai penolongmu, sesungguhnya Allah SWT beserta orang-orang yang sabar”

(Al-Baqarah ;153)

“Berangkat dengan penuh keyakinan, Berjalan dengan penuh keikhlasan, Istiqomah dalam menghadapi cobaan, YAKIN, IKHLAS, ITSIQOMAH”

(TGKH. Muhammad Zinuddin Abdul Madjid)

*“Do not be a follower, but.. be a Leader”*

“Tugas kita adalah untuk mencoba, karena didalam mencoba itulah kita menemukan dan belajar membangun kesempatan untuk berhasil”

(Mario Teguh)

“Tidak ada masalah yang tidak bisa diselesaikan selama ada komitmen bersama untuk menyelesaikan”

### Persembahan

Persembahan karya skripsi ini aku tunjukan sebagai rasa syukur dan terima kasihku kepada :

) Allah SWT dan Nabi Besar Muhammad SAW atas segala rahmat dan karuniaNya yang telah memberikan kemudahan jalan dalam menyusun skripsi ini sehingga dapat di selesaikan dengan baik.

) Kepada kedua orang tua ku tercinta,terkasih, Ayah dan Ibu yang selalu memberikan arahan, nasehat, semangat dan motivasi, terima kasih juga kepada Kakek dan Nenek (Alm) yang selalu memberikan dukungan serta senantiasa mendo'akan aku agar menjadi manusia yang berguna untuk

dunia dan akhirat, tidak henti-hentinya aku mengucapkan syukur karena telah memberikan semangat yang luar biasa.

- ) Untuk saudara kakak kandung ku (Rio Alviansyah) dan kakak sepupu ku (Nur Dina) yang telah membantu ku dalam mengerjakan skripsi ini, terima kasih untuk semua arahan dan nasehatnya.
- ) Terima kasih kepada sahabat ku terutama Pkc & B.ed (Nery, kakak Mentari, Lia, mbak Vina, Ahmad, Dede, Lingga, Eko, Dedi dan Raka), terima kasih juga kepada teman KKN PPM Angkatan 10 khususnya kepada posko 3 (kak Hendy, Dinda, Nova (opa), Tory, Anita, Ribka, Reni, Ewal, Jo, Sandy, Iwan, kak Belva) kepada ayul yang telah memberikan arahan dalam mengerjakan skripsi. Terima kasih untuk Kak Panji, bang Wendi, Nasir yang selalu memberikan semangat juga motivasi. Kepada teman-teman seperjuanganku BIG FAM'S (MN1) Vita, Ambar, Tiwi, Pipin, Wila, Mila, Astuti, Fike, Anita, Dewi, Red, Ayu, Egi, Nopry, Tami, Alvin, Hendri, Ardi, Randi, Budi, Lutfi, Gibo, Aryadi terima kasih banyak karena sudah memberikan semangat dan bantuan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini, terima kasih juga kepada Bapak Somad selaku penjaga parkir UBB yang telah senantiasa mendengar keluh kesah mahasiswa semester akhir khususnya Manajemen 1.
- ) Terima kasih kepada Almamater, kampus ku tercinta Universitas Bangka Belitung.



## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Berkat rahmat Allah SWT yang telah melimpahkan karunia-NYA yang telah memberikan kelancaran, kemudahan dan pertolongan kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik sebagai bagian dari syarat untuk mencapai gelar Sarjana pada jenjang studi Sarjana 1 (S1) jurusan Manajemen di Universitas Bangka Belitung

Kelancaran dalam penyelesaian skripsi ini, tentunya tidak terlepas dari dukungan berbagai pihak yang telah mencurahkan bantuan baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, Penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Dr. Ir. Muh. Yusuf, M.Si selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
2. Ibu Dr. Reniati, S.E., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung dan sekaligus Dosen pembimbing utama yang telah berkenan menyediakan waktu demi membimbing dan memberikan pengarahan dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Maya Yusnita, S.E., M.Si selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
4. Bapak Khairiyansyah, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing pendamping yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan arahan dan petunjuk kepada Penulis dalam pengerjaan skripsi ini.

5. Seluruh Dosen dan Staf Akademik pada Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung, khususnya jurusan Manajemen yang telah memberikan wawasan dalam ilmu pengetahuan yang sangat berharga bagi penulis.
6. Ayah dan ibu yang telah memberikan dukungan materi dan moril bagi Penulis dalam pengerjaan skripsi ini.
7. Teman-teman yang telah memberikan masukan dan bantuan dalam pengerjaan skripsi ini.

Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi semua kalangan yang membutuhkan. Penulis sadar bahwa penelitian ini jauh dari kata sempurna karena keterbatasan yang dimiliki Penulis sebagai manusia. Maka dari itu, Penulis sangat mengharapkan adanya kritik dan saran dari pembaca untuk membangun ilmu pengetahuan yang lebih baik. Penulis juga memohon maaf apabila didalam penelitian ini ada kata-kata yang kurang berkenan dihati pembaca. Demikian kata pengantar ini dibuat oleh Penulis.

Balunujuk, 12 Agustus 2016  
Penulis,

**Nevia Luthfi Annisa**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>vi</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xxii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Batasan Masalah .....	13
1.4 Tujuan Penelitian .....	13
1.5 Manfaat Penelitian .....	14
1.6 Sistematika Penelitian .....	14
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b> .....	<b>16</b>
2.1 Pemasaran Jasa .....	16
2.1.1 Konsep Pemasaran .....	16

2.1.2 Definisi Jasa .....	18
2.1.3 Definisi Pemasaran Jasa .....	19
2.1.4 Karakteristik Pemasaran Jasa .....	19
2.2 <i>Service Excellent</i> (Pelayanan Prima) .....	21
2.2.1 Definisi <i>Service Excellent</i> .....	21
2.2.2 Strategi <i>Service Excellent</i> .....	24
2.2.3 Pendekatan <i>Service Excellent</i> .....	25
2.3 <i>Trust</i> (Kepercayaan) .....	27
2.3.1 Definisi <i>Trust</i> (Kepercayaan) .....	27
2.3.2 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi <i>Customer Trust</i> (Kepercayaan Pelanggan) .....	28
2.3.3 Dimensi <i>Customer Trust</i> .....	29
2.4 <i>Promotion</i> (Promosi) .....	30
2.4.1 Definisi <i>Promotion</i> .....	30
2.4.2 Bauran Promosi ( <i>Marketing Mix</i> ) .....	31
2.5 <i>Customer Satisfaction</i> (Kepuasan Pelanggan) .....	33
2.5.1 Definisi <i>Customer Satisfaction</i> .....	33
2.5.2 Faktor-Faktor Penunjang <i>Customer Satisfaction</i> .....	34
2.5.3 Strategi Peningkatan <i>Customer Satisfaction</i> .....	35
2.5.4 Pengukuran <i>Customer Satisfaction</i> .....	39
2.6 Penelitian Terdahulu .....	41
2.7 Kerangka Berpikir .....	43

2.7.1 Hubungan <i>Service Excellent</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	44
2.7.2 Hubungan <i>Trust</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	45
2.7.3 Hubungan <i>Promotion</i> Terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .	46
2.8 Hipotesis .....	46
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>48</b>
3.1 Pendekatan Penelitian .....	48
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian .....	49
3.3 Populasi dan Sampel .....	49
3.3.1 Populasi Penelitian .....	49
3.3.2 Sampel Penelitian .....	49
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	51
3.4.1 Data Primer .....	56
3.4.2 Data Sekunder .....	53
3.5 Definisi Operasional Variabel .....	53
3.6 Pengukuran Variabel .....	58
3.7 Teknik Analisis Data .....	59
3.7.1 Analisis Deskriptif .....	59
3.7.2 Analisis Verifikatif .....	60
3.7.3 Uji Asumsi Klasik .....	61
3.7.4 Analisis Regresi Berganda .....	63
3.7.5 Pengujian Hipotesis .....	64
3.7.6 Analisis Koefisien Determinasi .....	65

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>67</b>
4.1 Deskripsi Objek Penelitian .....	67
4.1.1 Sejarah Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) .....	67
4.1.2 Logo PDAM Tirta Bangka .....	68
4.1.3 Visi dan Misi PDAM Tirta Bangka .....	69
4.1.4 Struktur Organisasi .....	71
4.2 Hasil Penelitian .....	72
4.2.1 Karakteristik Responden .....	72
4.3 Analisis Deskriptif .....	75
4.3.1 Deskripsi Variabel <i>Service Excellent</i> .....	75
4.3.2 Deskripsi Variabel <i>Trust</i> .....	82
4.3.3 Deskripsi Variabel <i>Promotion</i> .....	87
4.3.4 Deskripsi Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	95
4.4 Analisis Verifikatif .....	102
4.4.1 Uji Validitas .....	102
4.4.2 Uji Reliabilitas .....	106
4.5 Uji Asumsi Klasik .....	106
4.5.1 Uji Normalitas .....	106
4.5.2 Uji Multikolonieritas .....	108
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas .....	109
4.6 Teknik Analisis Data .....	110
4.6.1 Analisis Regresi Linear Berganda .....	110
4.6.2 Hasil Uji Hipotesis .....	112

4.6.3 Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	115
4.7 Pembahasan Hasil .....	116
4.7.1 Gambaran <i>Service Excellent, Trust, Promotion</i> dan <i>Customer Satisfaction</i> pada Pelanggan PDAM Tirta Bangka .....	117
4.7.2 Pengaruh <i>Service Excellent</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	121
4.7.3 Pengaruh <i>Trust</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> .....	123
4.7.4 Pengaruh <i>Promotion</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> ...	124
4.7.4 Pengaruh <i>Service Excellent, Trust dan Promotion</i> terhadap <i>Customer Satisfaction</i> pada Pelanggan PDAM Tirta Bangka.....	125
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>127</b>
5.1 Simpulan .....	127
5.2 Saran .....	128
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>131</b>
<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel. I.1	Jumlah Keluhan Pelanggan PDAM Tirta Bangka untuk wilayah Sungailiat .....	4
Tabel. I.2	Data Pra Penelitian Tentang <i>Customer Satisfaction</i> PDAM Tirta Bangka .....	7
Tabel. I.3	Data Pra Penelitian Tentang <i>Service Excellent</i> PDAM Tirta Bangka .....	8
Tabel. I.4	Data Pra Penelitian Tentang <i>Trust</i> PDAM Tirta Bangka .....	9
Tabel. I.5	Data Pra Penelitian Tentang <i>Promotion</i> PDAM Tirta Bangka ...	10
Tabel. II.1	Penelitian Terdahulu .....	41
Tabel. III.1	Jumlah Sampel Yang Akan diambil Pada Setiap Masing -Masing Kelurahan .....	51
Tabel. III.2	Definisi Operasional .....	56
Tabel. III.3	Skala Pengukuran Variabel .....	58
Tabel. III.4	Kategori Skala .....	59
Tabel. IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
Tabel. IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	73
Tabel. IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	74
Tabel. IV.4	Hasil Penelitian Distribusi Indikator Ketepatan dalam memenuhi janji .....	75
Tabel. IV.5	Hasil Penelitian Distribusi Indikator Keandalan proses pelayanan .....	76



Tabel. IV.6 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Ketanggapan petugas dalam menangani masalah .....	76
Tabel. IV.7 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Ketersediaan petugas menjawab pertanyaan .....	77
Tabel. IV.8 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Keyakinan dalam memberikan tindakan yang tepat .....	78
Tabel. IV.9 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Kemampuan kesopanan.....	78
Tabel. IV.10 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Kemudahan dalam melakukan komunikasi .....	79
Tabel. IV.11 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Memahami kebutuhan pelanggan .....	80
Tabel. IV.12 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Kenyamanan ruangan ...	80
Tabel. IV.13 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Ketersediaan fasilitas penunjang.....	81
Tabel. IV.14 Rata-Rata Penilaian Variabel <i>Service Excellent</i> (X <sub>1</sub> ) .....	82
Tabel. IV.15 Hasil Penelitian Distribusi Indikator <i>Competence</i> (kompetensi) .....	83
Tabel. IV.16 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Kemampuan dalam ilmu pengetahuan .....	83
Tabel. IV.17 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Keahlian petugas .....	84
Tabel. IV.18 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Kesediaan untuk memberi informasi pribadi kepada perusahaan .....	85

Tabel. IV.19 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Keramahan petugas .....	85
Tabel. IV.20 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Kepercayaan pelanggan kepada petugas .....	86
Tabel. IV.21 Rata-Rata Penilaian Variabel <i>Trust</i> ( $X_2$ ) .....	87
Tabel. IV.22 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Iklan yang menarik .....	88
Tabel. IV.23 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Iklan yang mempengaruhi pelanggan .....	88
Tabel. IV.24 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Informasi yang diberikan sesuai .....	89
Tabel. IV.25 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Memberi keuntungan bagi pelanggan permintaan pelanggan .....	90
Tabel. IV.26 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Mampu merangsang permintaan pelanggan .....	91
Tabel. IV.27 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Hubungan baik dengan pelanggan .....	92
Tabel. IV.28 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Opini yang positif dan promosi yang diberikan .....	92
Tabel. IV.29 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Promosi menarik .....	93
Tabel. IV.30 Rata-Rata Penilaian Variabel <i>Promotion</i> ( $X_3$ ).....	94
Tabel. IV.31 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Kualitas pelayanan sesuai keinginan.....	95
Tabel. IV.32 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Informasi yang selalu akurat .....	95

Tabel. IV.33 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Kesesuaian kualitas pelayanan .....	96
Tabel. IV.34 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Pelayanan sesuai dengan keinginan pelanggan .....	97
Tabel. IV.35 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Kemudahan dalam pelayanan .....	97
Tabel. IV.36 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Kemudahan dalam mengakses tempat pelayanan .....	98
Tabel. IV.37 Hasil Penelitian Distribusi Indikator Kecepatan dan ketepatan dalam pelayanan .....	99
Tabel. IV.38 Hasil Penelitian Distribusi Indikator cepat mengatasi masalah pelanggan .....	100
Tabel. IV.39 Rata-Rata Penilaian Variabel <i>Customer Satisfaction</i> .....	101
Tabel. IV.40 Rekap Hasil Analisis Deskriptif .....	102
Tabel. IV.41 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Service Excellent</i> ( $X_1$ ) .....	103
Tabel. IV.42 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Trust</i> ( $X_2$ ) .....	104
Tabel. IV.43 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Promotion</i> ( $X_3$ ) .....	105
Tabel. IV.44 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i> ( $Y_1$ ) .....	105
Tabel. IV.45 Hasil Uji Reliabilitas .....	106
Tabel. IV.46 Hasil Uji Normalitas dengan Uji Statistik Kolmogorov-Smirnov (K-S) .....	107
Tabel. IV.47 Hasil Uji Multikolonieritas .....	108
Tabel. IV.48 Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	110

Tabel. IV.49 Hasil Uji T .....	113
Tabel. IV.50 Hasil Uji F .....	115
Tabel. IV.51 Hasil Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) .....	116



## DAFTAR GAMBAR

Gambar. I.1 Grafik Jumlah Pelanggan PDAM Tirta Bangka Sungailiat 2012-April 2016 .....	6
Gambar. II.2 Instrumen Bauran Pemasaran .....	32
Gambar. IV.1 Logo PDAM Tirta Bangka .....	68
Gambar. IV.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	72
Gambar. IV.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia .....	73
Gambar. IV.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	74
Gambar. IV.5 Hasil Uji Heteroskedastisitas .....	109

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner
Lampiran 2	Tabulasi Jawaban Responden
Lampiran 3	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Service Excellent</i>
Lampiran 4	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Trust</i>
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Promotion</i>
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas Variabel <i>Customer Satisfaction</i>
Lampiran 7	Hasil Uji Reliabilitas
Lampiran 8	Hasil Analisis Regresi
Lampiran 9	Daftar Riwayat Hidup
Lampiran 10	Surat Keterangan Riset
Lampiran 11	Surat UPT Bahasa
Lampiran 12	Kartu Bimbingan Skripsi
Lampiran 13	Dokumentsi Foto