

ABSTRAK

PDAM Tirta Tarum merupakan perusahaan pengolahan air milik Pemerintah Kabupaten Karawang yang bertugas mendistribusikan air bersih ke masyarakat. Saat ini PDAM Tirta Tarum menerima banyak keluhan dari pelanggan akibat kurang optimalnya kualitas pelayanan yang diberikan. Merujuk pada penelitian sebelumnya penelitian ini dilakukan untuk menguji dan menganalisis apakah variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan, dan kepercayaan pelanggan. Responden dalam penelitian ini adalah individu berusia minimal 20 tahun dan sudah berpenghasilan dengan kondisi telah berlangganan air di PDAM Tirta Tarum minimal selama 1 tahun. Jumlah responden sebanyak 220 orang. Pemilihan sampel dilakukan dengan metode *purposive* sampling, sedangkan pengumpulan data dilakukan menggunakan kuesioner dengan *likert type scale*. Metode analisis data yang digunakan adalah regresi linear sederhana. Hasil penelitian menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, citra perusahaan, dan kepercayaan pelanggan dengan pengaruh masing-masing sebesar 0,399 ($p < 0,05$); 0,330 ($p < 0,05$); dan 0,330 ($p < 0,05$). Adapun pengaruh positif kepuasan pelanggan pada citra perusahaan sebesar 0,546 ($p < 0,05$) dan pengaruh positif citra perusahaan pada kepercayaan pelanggan sebesar 0,443 ($p < 0,05$)

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Citra Perusahaan, Kepercayaan Pelanggan, PDAM

ABSTRACT

PDAM Tirta Tarum is a company of water treatment owned by the Karawang Regency Government in charge of distributing clean water to the society. Currently PDAM Tirta Tarum receives many complaints from customers due to the less than optimal quality of service provided. Referring to previous research, this research was conducted to test and analyze whether service quality variables affect customer satisfaction, corporate image, and customer trust. Respondents in this research were individuals aged at least 20 years and already earning with the condition that they had subscribed to water at PDAM Tirta Tarum for at least 1 year. The amount of respondents is 220 peoples. Sample selection by purposive sampling method, while data collection by using a questionnaire with a likert type scale. The data analysis method used is simple linear regression. The results showed that the service quality variable had a positive effect on customer satisfaction, corporate image, and customer trust with each effect of 0.399 ($p < 0.05$); 0.330 ($p < 0.05$); and 0.330 ($p < 0.05$). The positive effect of customer satisfaction on corporate image is 0.546 ($p < 0.05$) and the positive effect of corporate image on customer trust is 0.443 ($p < 0.05$).

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Corporate Image, Customer Trust, PDAM