

**PENGARUH KOMUNIKASI PUBLIK TERHADAP KUALITAS PELAYANAN
PELANGGAN WILAYAH PELAYANAN CISARUA PERUSAHAAN
DAERAH AIR MINUM TIRTA RAHARJA KABUPATEN BANDUNG**

Oleh:

Fitra Nurhakim

STIA Bagasasi Bandung

E-mail:

fitranurhakim.stiabagasasi@gmail.com

ABSTRACT

Information about public policy must be communicated to policy makers so that policy makers know and understand the aims, objectives and targets of public policy and what public policy is. By communicating public policy information, policy makers are well prepared for what needs to be done to implement public policy, and ensure that policy goals and objectives are expected to be effective and effective, expected to be achieved efficiently. Regional Drinking Water Company Tirta Raharja Bandung Regency has the main mandate and function of providing clean water services to the people of Bandung province. The purpose of this study was to determine the impact of public communication carried out by the Regional Drinking Water Company (PDAM) Tirta Raharja Bandung Regency in the Cisarua service area. This study uses public communication variables consisting of the dimensions of Credibility, Context, Message Content, Clarity, Continuity and Consistency, Channels and Recipient Capability. The data were collected using interviews and questionnaires, analyzed using descriptive and regression techniques. While the program used to manage data uses SPSS (Statistics Program for Social Science) version 23. From the results of this analysis, it can be seen that the implementation of public communication carried out by the General and Service Section on Customer Service Quality in the Cisarua Service Area of the Tirta Drinking Water Company Raharja Bandung Regency has been running well, the recapitulation results show that the implementation of public communication has reached 71.7% in the good category while the quality of customer service reaches 68.9% in very agree/very good areas. This shows that the implementation of public communication carried out by the General and Service Section on Customer Service Quality in the Cisarua Service Area of the Regional Drinking Water Company Tirta Raharja Bandung Regency has been optimal.

Keywords: Public Communication, Service Quality

ABSTRAK

Informasi tentang kebijakan publik harus dikomunikasikan kepada pembuat kebijakan agar pembuat kebijakan mengetahui dan memahami maksud, tujuan dan sasaran kebijakan publik serta apa itu kebijakan publik. Dengan mengkomunikasikan informasi kebijakan publik, para pembuat kebijakan dipersiapkan dengan baik apa yang perlu dilakukan untuk melaksanakan kebijakan publik, dan Memastikan tujuan dan sasaran kebijakan diharapkan efektif dan efektif, diharapkan dapat tercapai secara efisien. Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Raharja Kabupaten Bandung memiliki amanat dan fungsi utama memberikan pelayanan air bersih kepada

masyarakat provinsi Bandung. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dampak komunikasi publik yang dilakukan oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Raharja Kabupaten Bandung di wilayah pelayanan Cisarua. Penelitian ini menggunakan variabel komunikasi publik yang terdiri dari dimensi Kredibilitas, Konteks, Isi Pesan, Kejelasan, Kontinuitas dan Konsistensi, Saluran dan Kemampuan Penerima. Data-data dikumpulkan menggunakan wawancara dan kuesioner, dianalisis dengan menggunakan teknik deskriptif dan regresi. Sedangkan program yang digunakan untuk mengelola data menggunakan SPSS (Statistic Program for Social Science) versi 23. Dari hasil analisis tersebut, dapat diketahui bahwa pelaksanaan komunikasi publik yang dilakukan oleh Bagian Umum dan Pelayanan terhadap Kualitas Pelayanan Pelanggan Pada Wilayah Pelayanan Cisarua Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Raharja Kabupaten Bandung sudah berjalan dengan baik, hasil rekapitulasi menunjukkan pelaksanaan komunikasi publik sudah mencapai 71,7 % terletak di kategori baik sedangkan kualitas pelayanan pelanggan mencapai 68,9 % tertetap di daerah sangat setuju/sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan komunikasi publik yang dilakukan oleh Bagian Umum dan Pelayanan terhadap Kualitas Pelayanan Pelanggan Pada Wilayah Pelayanan Cisarua Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Raharja Kabupaten Bandung sudah optimal.

Kata Kunci: Komunikasi Publik, Kualitas Pelayanan

1. PENDAHULUAN

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Raharja Kabupaten Bandung menaikkan tarif air minum sebesar 30 persen kepada pelanggan yang berada di wilayah Kabupaten Bandung, Kabupaten Bandung Barat dan Kota Cimahi sesuai dengan kebijakan yang ditetapkan Bupati Bandung No. 690/KUP 689-perek/2017 tentang Penetapan Tarif Air Minum. Adapun kenaikan tarif air minum sebesar 30-33 persen ini dilaksanakan tiga tahap. Penetapan kenaikan tarif air minum dihitung berdasarkan kemampuan pelanggan yang berpenghasilan sama dengan UMK dan tidak melampaui 4 persen dari pendapatan.

Belum lama ini pihak Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Raharja

Kabupaten Bandung mensosialisasikan kenaikan tarif terhadap para pelanggan, sosialisasi tersebut dilakukan baik melalui media massa cetak dan elektronik dan media massa modern, maupun melalui surat langsung kepada para pelanggan. Dalam mewujudkan hal tersebut diperlukan adanya komunikasi publik yang lebih aktif untuk menyampaikan isi kebijakan kenaikan tarif air minum.

Kegiatan komunikasi publik yang dilakukan oleh pihak Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Raharja Kabupaten dengan masyarakat setempat dilakukan dengan menggunakan media massa cetak dan media elektronik maupun media massa modern. Media cetak yang digunakan ialah surat kabar harian, sedangkan media

elektronik yang digunakan adalah televisi dan media massa modern yaitu website dan aplikasi WhatsApp.

Dengan menggunakan strategi komunikasi yang dilakukan oleh perusahaan harus memperhatikan aspek pesan yang akan disampaikan, komunikan, komunikator, dan saluran atau chanel yang digunakan sehingga tercipta komunikasi publik yang efektif.

Namun berdasarkan kenyataan di lapangan berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang diperoleh oleh peneliti, Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Raharja Kabupaten dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan atau konsumen masih mengandung keluhan dari konsumen atau pengguna layanan dengan indikasi sebagai berikut : Keluhan aliran air yang tidak menyalakan selama beberapa minggu, dan itu sama sekali tidak menyalakan setetes pun padahal pelanggan selalu melakukan pembayaran rekening tepat waktu hal ini diduga karena disebabkan keterbatasan sumber daya manusia dan sarana ketersediaan yang dimiliki yaitu kondisi air baku yang belum stabil.

Dalam hal ini maka pihak Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Raharja Kabupaten Bandung hendaknya memperhatikan pengelolaan komunikasi

publik yang efektif terkait dengan kebijakan dan program pemerintah guna meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan sebagai pemakai jasa..

A. Permasalahan

1. Bagaimana Komunikasi Publik yang dilakukan oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Raharja Kabupaten Bandung Pada Wilayah Pelayanan Cisarua.
2. Bagaimana pengaruh Komunikasi Publik yang dilakukan oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Raharja Kabupaten Bandung Pada Wilayah Pelayanan Cisarua terhadap Kualitas Pelayanan Pelanggan
3. Seberapa besar pengaruh Komunikasi Publik yang dilakukan oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Raharja Kabupaten Bandung Pada Wilayah Pelayanan Cisarua terhadap Kualitas Pelayanan Pelanggan

B. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui Komunikasi Publik yang dilakukan oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Raharja Kabupaten Bandung Pada

Wilayah Pelayanan Cisarua terhadap Kualitas Pelayanan Pelanggan.

2. Untuk mengetahui pengaruh Komunikasi Publik yang dilakukan oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Raharja Kabupaten Bandung Pada Wilayah Pelayanan Cisarua terhadap Kualitas Pelayanan Pelanggan
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Komunikasi Publik yang dilakukan oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Raharja Kabupaten Bandung Pada Wilayah Pelayanan Cisarua terhadap Kualitas Pelayanan Pelanggan

2. TINJAUAN PUSTAKA

1. Komunikasi dan Implementasi Kebijakan Publik

Menurut Edward III (1980:9-10): "... empat faktor atau variabel kritis dalam implementasi kebijakan publik: komunikasi, sumber daya, disposisi atau sikap, dan struktur birokrasi." Implementasi kebijakan akan berhasil jika didukung oleh faktor-faktor seperti komunikasi, disposisi, sumber daya, dan struktur birokrasi. Menurut teori ini, komunikasi merupakan faktor pertama dan terpenting dalam

menentukan keberhasilan implementasi kebijakan, di samping faktor-faktor lainnya. Kebijakan yang dimaksud tentu saja kebijakan publik yang menyangkut apa yang dibuat oleh pemerintah, termasuk kebijakan mengenai kualitas pelayanan yang diberikan oleh organisasi pelayanan publik. Implementasi yang baik dapat dihasilkan dengan menyalurkan komunikasi yang baik. Namun, implementasi kebijakan yang baik tidak dapat dipisahkan dari kejelasan kebijakan yang disampaikan atau diterima. Kejelasan informasi dan komunikasi tidak cukup jika komunikasi tidak terjalin atau dilakukan secara konsisten. Jika perintah yang diberikan sering berubah, pelaksanaannya bisa menjadi rumit.

2. Kualitas pelayanan

Dari perspektif perusahaan, tetapi harus dinilai dari perspektif pelanggan. Akibatnya, ketika mengembangkan strategi dan program layanan, bisnis harus mengingat pelanggan dengan berfokus pada komponen kualitas layanan Freddy Rangkuti (2003:18),

3. METODE PENELITIAN

A. Definisi Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Komunikasi Publik Cutlip-Center-Broom (dalam Morissan 2010:206-208) bar	Kredibilitas (X1)	1. Keakuratan atau ketepatan informasi yang diberikan oleh Petugas PDAM Tirta Raharja kepada pelanggan mengenai kenaikan tarif baru pelayanan air minum	
		2. Keramahan atau kesopanan Petugas PDAM Tirta Raharja dalam menjelaskan kenaikan tarif baru pelayanan air minum	
		3. Kemampuan Petugas PDAM Tirta Raharja dalam menangani keluhan pelanggan mengenai kenaikan tarif baru pelayanan air minum	
	Konteks (X2)	1. Petugas PDAM Tirta Raharja mampu memberikan pemahaman kepada pelanggan mengenai penetapan tarif baru pelayanan air minum	
		2. Petugas PDAM Tirta Raharja mampu membantu dan memudahkan masyarakat dalam memperoleh informasi, layanan maupun cara pembayaran tagihan rekening air	
		3. Pihak manajemen PDAM Tirta Raharja selalu merespon kebutuhan dan menerima saran atau masukan dari pelanggan	
	Isi pesan (X3)	1. Media informasi yang digunakan petugas PDAM Tirta Raharja memudahkan pelanggan dalam memperoleh layanan	
		2. Petugas PDAM Tirta Raharja memberikan informasi cara pembayaran tagihan rekening air	
		3. Memberikan kemudahan kepada pelanggan terhadap layanan pengaduan (call centre 24 jam) yang disediakan PDAM Tirta Raharja	
	Kejelasan (X4)	1. Petugas PDAM Tirta Raharja memberikan informasi yang jelas mengenai tarif pemakaian air yang telah ditetapkan	
		2. Petugas PDAM Tirta Raharja memberikan informasi yang jelas mengenai keterlambatan pemasangan pembuatan sambungan pipa baru bagi pelanggan baru	
		3. Petugas PDAM Tirta Raharja memberikan informasi yang jelas mengenai	

		persyaratan-persyaratan administrasi yang harus dipenuhi kepada pelanggan	
	Kontinuitas dan Konsistensi (X5)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pihak PDAM Tirta Raharja memberikan informasi secara bertahap mengenai kenaikan tarif baru pelayanan air minum kepada pelanggan 2. Pihak PAM Tirta Raharja memberikan informasi mengenai kenaikan tarif baru pelayanan air minum secara konsisten (tidak berubah-ubah) 3. Pihak PDAM Tirta Raharja memberikan informasi mengenai kenaikan tariff baru pelayanan air minum melalui media cetak, elektronik maupun website 	
	Saluran (X6)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dalam memberikan informasi mengenai kenaikan tarif baru pelayanan air minum menggunakan media social yaitu brosur yang sesuai dan mudah dimengerti 2. Dalam memberikan berbagai informasi atau layanan melalui aplikasi WhatsApp mudah dimengerti 3. Dalam memberikan berbagai informasi atau layanan menggunakan website resmi yang mudah diakses dan dimengerti 	
	Kemampuan Penerima (X7)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kapasitas Petugas PDAM Tirta Raharja dapat memberikan informasi atau layanan yang sesuai dengan kemampuan pelanggan 2. Kapasitas Petugas PDAM Tirta Raharja dapat memberikan informasi atau layanan dengan sangat mudah dipahami dan dimengerti oleh pelanggan 	
Kualitas Pelayanan Parasuraman dalam Lupiyoadi (2001 : 148-149)	Keandalan (<i>Reliability</i>) (Y1)	1. Ketepatan layanan Petugas PDAM Tirta Raharja dalam menanggapi keluhan pelanggan	
		2. Petugas PDAM Tirta Raharja dalam menanggapi keluhan pelanggan tidak berubah-ubah	
		3. Kecepatan Petugas PDAM Tirta Raharja dalam menangani keluhan pelanggan	
	Bukti langsung (<i>tangibles</i>) (Y2)	1. Lokasi loket pembayaran yang mudah dijangkau baik oleh kendaraan umum pribadi maupun angkutan umum	
		2. Ketersediaan tempat parkir yang memadai	
		3. Ruang tunggu pelayanan yang bersih dan nyaman	

	Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) (Y3)	1. Kemudahan dalam proses pendaftaran dan pelayanan administrasi pelanggan baru
		2. Kecepatan dan ketanggapan petugas PDAM Tirta Raharja dalam proses pembayaran rekening
	Jaminan (<i>assurance</i>) (Y4)	1. Kemampuan petugas PDAM Tirta Raharja dalam menyelesaikan pekerjaan sesuai keluhan/ laporan pelanggan
		2. Keramahan/ kesopanan petugas penerima pengaduan PDAM Tirta Raharja dalam memberikan layanan
	Empati (<i>empathy</i>) (Y5)	1. Sikap petugas PDAM Tirta Raharja di loket-loket pembayaran
		2. Sikap petugas teknik PDAM Tirta Raharja terhadap pelanggan dalam melaksanakan tugasnya

B. Populasi dan Sample

Tabel Jumlah Pelanggan Wilayah Pelayanan Cisarua
PDAM Tirta Raharja Kabupaten Bandung Bulan Juni Tahun 2020

NO	Kode Pelanggan	Keterangan Kode	Jumlah Pelanggan
1.	1L1	Lembaga Pendidikan/ Kesehatan Pemerintah	20
2.	1S1	Badan Amal/ Sosial	11
3.	1S2	Kran Umum	53
4.	1S3	Rumah Ibadat	2
5.	2L1	Lembaga Pemerintah Bukan Lembaga Usaha	4
6.	2L2	Lembaga Pendidikan/ Kesehatan	7
7.	2L3	Lembaga Pemerintah Lainnya/TNI/POLRI	3
8.	2N1	Niaga dan Jasa Kecil	61
9.	2R1	Rumah Tinggal Menengah	3.718
10	3I1	Industri Kecil	1

11	3L1	Badan Usaha Milik Pemerintah	5
12	3N1	Niaga dan Jasa Besar	25
13	3R1	Rumah Tinggal Besar	63
			3.973

1. Untuk menghitung jumlah sample dari populasi tertentu, maka digunakan rumus Slovin sebagai berikut :

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

Keterangan :

n : Sampel

N : Populasi

e : Taraf kesalahan atau nilai kritis

Pengambilan sampel ini dilakukan pada tingkat kepercayaan 90% atau nilai kritis 10% sehingga ukuran sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = \frac{3.973}{1 + 3.973 (15)^2}$$

$$n = 43,95$$

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Uji Validitas

Uji Validitas dipakai untuk mengukur valid atau tidaknya ataupun hak angket. Sesuatu angket dibilang valid bila persoalan pada angket

mengatakan suatu yang hendak diukur oleh angket itu. Sugiyono (2012: 373) menarangkan “ item dibilang valid bila r jumlah lebih besar dari r bagan”. Bersumber pada hasil riset diperoleh hasil 20 item(elastis X) serta 12 item(elastis Y) serta membuktikan nilai lebih besar dari 0, 297. Jadi bisa disimpulkan kalau seluruh item yang digunakan

2. Uji Realibilitas

Dari hasil penelitian diketahui bahwa kuesioner yang dipergunakan reliable, karena nilai *Cronbach's Alpha* untuk variabel X sebesar 0,958 dan untuk variabel Y sebesar 0,982 diatas 0,6 (Siregar 2015:57). Dengan demikian, penyebaran kuesioner dapat dilanjutkan sebagai langkah pengumpulan data.

3. Analisis Deskriptif

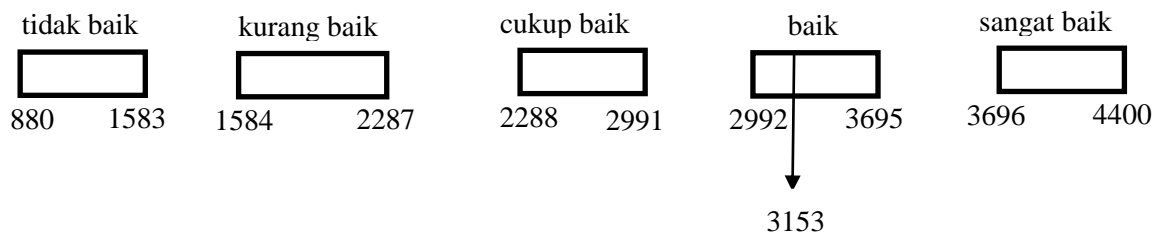
Analisis Komunikasi Publik

Jumlah skor STS	:	1	x	0	=	0
Jumlah skor TS	:	2	x	64	=	128
Jumlah skor N	:	3	x	308	=	924
Jumlah skor S	:	4	x	439	=	1756
Jumlah skor SS	:	5	x	69	=	+ 345
<hr/>						
Jumlah					=	3153

Dilihat dari data kuantitatif tersebut, diketahui bahwa responden memberikan nilai 3153. Nilai Tertinggi diberi skor 5 dan nilai terendah diberi skor 1, maka didapat:

Nilai Indeks Minimum	:	1 X 20 x 44	=	880
Nilai Indeks Maximun	:	5 X 20 x 44	=	4400
Interval	:	4400 - 880	=	3520
Jenang Interval	:	3520 : 5	=	704

Bila di jabarkan bahwa pernyataan sangat tidak setuju = tidak baik, tidak setuju = kurang baik, netral = cukup baik, setuju = baik dan sangat setuju = sangat baik, maka di dapat sebagai berikut:



Berdasarkan data tersebut, tanggapan responden terhadap komunikasi publik Wilayah Pelayanan Cisarua Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Raharja Kabupaten

Bandung $(3153:4400) \times 100\% = 71,7\%$. jadi dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh dari 44 responden, maka angka 3153 tertetak di daerah setuju/baik.

Hal ini berarti tanggapan responden tentang komunikasi publik dan kualitas pelayanan Pelanggan Wilayah Pelayanan

Cisarua Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Raharja Kabupaten Bandung sudah baik.

Analisi Pelayanan Pelanggan

Jumlah skor STS	:	1 x	0 =	0
Jumlah skor TS	:	2 x	40 =	80
Jumlah skor N	:	3 x	222 =	666
Jumlah skor S	:	4 x	257 =	1028
Jumlah skor SS	:	5 x	9 =	45
<hr/>				
Jumlah			=	1819

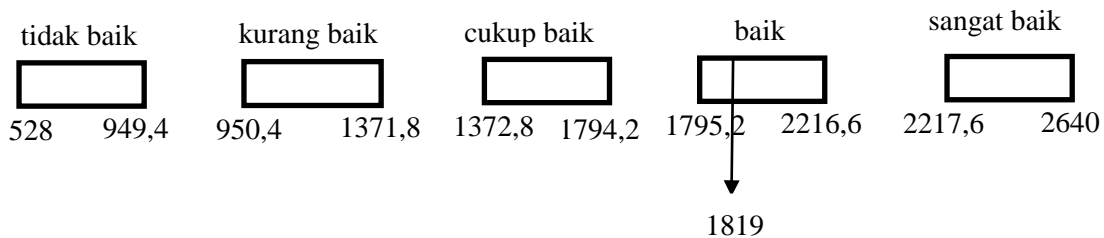
Dilihat dari data kuantitatif tersebut, diketahui bahwa responden memberikan nilai 1819. Nilai Tertinggi

diberi skor 5 dan nilai terendah diberi skor 1, maka didapat:

Nilai Indeks Minimum	:	1 X 12 x 44 =	528
Nilai Indeks Maximun	:	5 X 12 x 44 =	2640
Interval	:	2640 - 528 =	2112
Jenjang Interval	:	2112 : 5 =	422,4

Bila di jabarkan bahwa pernyataan sangat tidak setuju = tidak baik, tidak setuju = kurang baik, netral = cukup baik, setuju =

baik dan sangat setuju = sangat baik, maka di dapat sebagai berikut:



Berdasarkan data tersebut, tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan Pelanggan Wilayah Pelayanan Cisarua Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Raharja

Kabupaten Bandung $(1819:2640) \times 100\% = 68,9 \%$, jadi dapat disimpulkan bahwa data yang diperoleh dari 44 responden, maka angka 1819 tertetak di daerah sangat

setuju/sangat baik. Hal ini berarti tanggapan responden terhadap kualitas pelayanan Pelanggan Wilayah Pelayanan Cisarua Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Raharja Kabupaten Bandung sudah sangat baik.

4. Analisis Statistik

a. Analisis Regresi Linear Sederhana

Berdasarkan hasil kuesioner didapatkan hasil $Y = 8,673 + 0,456 X$. Dalam penelitian ini setiap perubahan variabel komunikasi publik sebesar satu poin, maka akan mempengaruhi perubahan variabel kualitas pelayanan pelanggan sebesar 9,129 poin.

b. Analisis Korelasi

Berdasarkan hasil kuesioner, perhitungan korelasi dengan menggunakan SPSS v25 di dapatkan nilai korelasi 0,633 yang lebih besar dari r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa variabel komunikasi publik signifikan memiliki hubungan dengan variabel kualitas pelayanan pelanggan.

c. Koefisien Determinasi

Berdasarkan hasil perhitungan di dapatkan hasil koefisien determinasi sebesar 40%. Dengan demikian dapat dikatakan variabel komunikasi publik memberikan pengaruh sebesar 40% terhadap kualitas pelayanan pelanggan

d. Uji Hipotesis t

Dari hasil kuesioner pengujian diperoleh nilai t hitung pada variabel komunikasi publik adalah 8,410. Bila t tabel dengan nilai signifikansi di atas 0,05 yaitu 2,018 maka hipotesis menunjukkan bahwa komunikasi publik signifikan terhadap kualitas pelayanan pelanggan.

5. SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan di bab sebelumnya, maka penulis menyimpulkan :

1. Pelaksanaan komunikasi publik yang dilakukan oleh Bagian Umum dan Pelayanan terhadap Kualitas Pelayanan Pelanggan Pada Wilayah Pelayanan Cisarua Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Raharja Kabupaten Bandung sudah berjalan dengan baik, hasil rekapitulasi menunjukkan pelaksanaan komunikasi publik sudah mencapai 71,7 % terletak di kategori baik sedangkan kualitas pelayanan pelanggan mencapai 68,9 % tertetap di daerah sangat setuju/sangat baik. Hal ini menunjukkan bahwa pelaksanaan komunikasi publik yang dilakukan oleh Bagian Umum dan Pelayanan terhadap Kualitas

- Pelayanan Pelanggan Pada Wilayah Pelayanan Cisarua Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Raharja Kabupaten Bandung sudah optimal.
2. Pengaruh Komunikasi Publik Terhadap Kualitas Pelayanan Pelanggan Pada Wilayah Pelayanan Cisarua Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Raharja Kabupaten Bandung didapat persamaan $Y = 8,673 + 0,456 X$. Dalam penelitian ini, setiap perubahan variable komunikasi publik sebesar satu poin, maka akan mempengaruhi perubahan variable kualitas pelayanan pelanggan sebesar 9,129 poin.
 3. Pengaruh Komunikasi Publik Terhadap Kualitas Pelayanan Pelanggan Pada Wilayah Pelayanan Cisarua Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Raharja Kabupaten Bandung sesuai hasil perhitungan adalah sebesar 40%.

6. DAFTAR PUSTAKA

Rujukan Buku :

Cutlip, C & Broom dkk. (2006). *Effective Public Relations (9th ed.)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Lupiyoudi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mulyana, D. (2000). *Human Communication Prinsip-prinsip Dasar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rangkuti, Freddy. 2003. *Measuring Customer Satisfaction*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ratminto, Atik Septi Winarsih. 2008. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran, Edisi 2*, Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- , 2001. *Manajemen Jasa Edisi 2 Cetakan 5*. Yogyakarta: Penerbit ANDI.
- Rully Indriawan dan Poppy Yaniawati, 2016. *Metodologi Penelitian*. Bandung: PT. Refika Aditama.

Rujukan Dokumen:

Keputusan Bupati Bandung No. 690/KUP 689-perek/2017 tentang Penetapan Tarif Air Minum.

Rujukan Jurnal :

Putri, A. *Strategi Komunikasi Dalam Sosialisasi Pemilu 2014*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 7-8.