

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN DAERAH
AIR MINUM TIRTA MUARO JAMBI
(Studi Kasus Perusahaan Daerah Air Minum Unit Tangkit Baru)**



**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana (S1) pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi
Universitas Batanghari Jambi**

OLEH

**Nama : Wahyu kurniawan
NIM : 1800861201105
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS
EKONOMI UNIVERSITAS BATANGHARI JAMBI
TAHUN 2025**

TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI

Dengan ini komisi pembimbing skripsi dan Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi menyatakan bahwa skripsi yang disusun oleh:

Nama : Wahyu Kurniawan
Nim : 1800861201105
Program Studi : Manajemen
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Tirta Muaro Jambi (Studi Kasus PDAM Unit Tangkit Baru)

Telah disetujui dan disahkan sesuai dengan prosedur, ketentuan dan kelaziman berlaku dalam sidang skripsi ini pada tanggal seperti tertera dibawah ini :

Jambi, Februari 2025

Pembimbing I

Ahmad Tarmizi, S.E., M.M

Pembimbing II

H. Denny Asmas, S.E., M.Si

Mengetahui,
Ketua Program Studi Manajemen

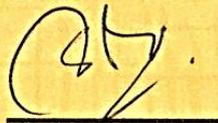
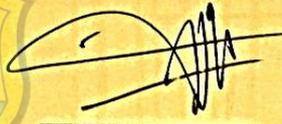
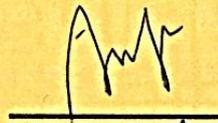
Dr. Hana Tamara Putri, S.E., M.M.

TANDA PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini telah dipertahankan Panitia Penguji Skripsi dan Komprehensif Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 18 Februari 2025
Jam : 10:00-12:00 wib
Tempat : Ruang Sidang Fakultas

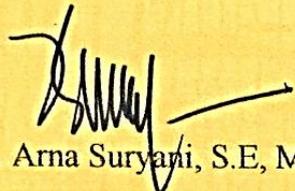
PANITIA PENGUJI

Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1. Hj. Susilawati, SE, M.Si	Ketua	
2. H. Denny Asmas, SE, M.Si	Sekretaris	
3. Pupu Sopini, SE, MM	Penguji Utama	
4. Ahmad Tarmizi, SE, MM	Anggota	

Disahkan Oleh

Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas Batanghari

Ketua Program
Studi Manajemen


Prof. Dr. Hj. Arna Suryani, S.E, M.Ak. Ak, CA


Dr. Hana Tamara Putri, S.E., M.M

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Wahyu Kurniawan
NIM : 1800861021105
Fakultas : Ekonomi
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Pemasaran
Dosen Pembimbing : Ahmad Tarmizi, S. E., M. M
H. Denny Asmas, S.E., M.Si

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa penelitian skripsi ini berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri, bahwa data-data yang saya cantumkan dalam skripsi ini bahwa benar bukan hasil rekayasa, bahwa skripsi ini adalah karya orisinal bukan hasil *plagiarism* atau diupahkan pada pihak lain. Jika terdapat karya dan pemikiran orang lain, saya mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan yang berlaku di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan dari pihak manapun.

Jambi, Februari 2025

Penulis



Wahyu Kurniawan

NIM. 1800861201105

ABSTRACT

WAHYU KURNIAWAN / 1800861021105 / THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT PDAM TIRTA MUARO JAMBI (CASE STUDY OF PDAM UNIT TANGKIT BARU) / AHMAD TARMIZI, S.E., M.M SUPERVISOR 1 / H. DENNY ASMAS, S.E., M.Si SUPERVISOR 2.

Service quality is a measure of how well the services provided by a company meet customer expectations, while customer satisfaction reflects the extent to which customer expectations regarding a product or service are met or exceeded. This study aims to analyze the impact of service quality on customer satisfaction at PDAM Tirta Muaro Jambi, specifically in the Tangkit Baru Unit. Service quality encompasses reliability, responsiveness, assurance, empathy, and tangible evidence. The main issues identified include poor response to customer complaints and inadequate water quality, leading customers to seek alternative water sources.

The objectives of this research are: 1) to assess and describe the service quality and customer satisfaction at PDAM Tirta Muaro Jambi, and 2) to determine the effect of service quality on customer satisfaction at PDAM Tirta Muaro Jambi. This study employs a quantitative approach with simple linear regression analysis.

Primary data were collected through questionnaires distributed to 69 randomly selected respondents from the customer population of PDAM Tirta Muaro Jambi. The sampling methods used were stratified random sampling and simple random sampling. Data were analyzed descriptively and verifiably, including simple linear regression analysis and hypothesis testing, to measure the impact of service quality on customer satisfaction.

The results indicate that service quality has a significant effect on customer satisfaction, with a regression coefficient of 0.601. The correlation value (R) of 0.890 indicates a very strong relationship, while the R² value of 0.792 explains that 79.2% of the variation in customer satisfaction is influenced by service quality. A significance value of 0.000 (<0.05) confirms this relationship statistically. The conclusion of this study emphasizes the importance of improving service quality, particularly in the areas of responsiveness and empathy, to enhance customer satisfaction, maintain loyalty, and improve the company's image.

Keywords: *Service quality, customer satisfaction.*

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya haturkan kepada Allah SWT atas rahmat-Nya atas kesempatan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Muaro Jambi”. Shalawat beriring salam juga penulis haturkan kepada Rasulullah SAW.

Kepada orang tua yang penulis cintai, Bapak dan Ibu terimakasih untuk cinta, dukungan dan d’oa yang tidak pernah putus untuk penulis dalam menuntut ilmu di Universitas Batanghari Jambi. Penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak lepas dari dukungan, bimbingan dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Ibu Afdalisma, SH, M.Pd. selaku Pejabat Rektor Sementara Universitas Batanghari Jambi.
2. Ibu Prof. Dr. Hj. Arna Suryani, S.E., M.Ak., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Batnghari Jambi.
3. Ibu Dr. Hana Tamara Putri, S.E., M.M selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari Jambi.
4. Bapak Ahmad Tarmizi, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan dan pengarahan serta saran sehingga skripsi ini dapat selesai.
5. Bapak H. Denny Asmas, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan

bimbingan dan pengarahan serta saran sehingga skripsi ini dapat selesai.

6. Seluruh Dosen pengajar, staf dan karyawan khususnya Fakultas Ekonomi Universitas Batanghari.
7. Kepada bapak dan ibu saya, terimakasih atas cinta, do'a dan pengorbanan yang tak pernah putus, terimakasih kepada bapak saya (Jamaris), dengan segala jerih payah dan perjuangan. Dan terimakasih juga kepada ibu saya (Salamia) atas do'a dan dukungan, dan terimakasih juga kepada kakak saya (Sri Rahayu) atas segala nasehat serta support kepada saya.
8. Terimakasih kepada pasangan saya (Devi rahmawati) yang sudah mendampingi, menemani, serta memberikan dukungan penuh terhadap seluruh proses penyelesaian skripsi ini.
9. Teman-teman Manajemen Pemasaran yang telah meghabiskan waktu bersama selama kegiatan perkuliahan.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki kelemahan dan kekurangan. Maka dari itu, penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan skripsi ini. Atas kritik dan saran yang diberikan, penulis ucapkan terima kasih. Penulis berharap skripsi ini bermanfaat dan dapat menambah wawasan bagi semua pihak.

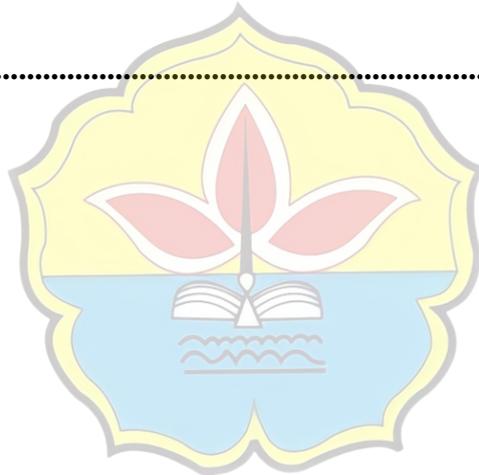
Jambi, Januari 2025

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
TANDA PERSETUJUAN SKRIPSI.....	ii
TANDA PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iv
ABSTRACT	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR	xii
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Identifikasi Masalah	11
1.3 Rumusan Masalah	12
1.4 Batasan Masalah.....	12
1.5 Tujuan Penelitian.....	13
1.6 Manfaat Penelitian.....	13
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN	
2.1 Tinjauan Pustaka.....	14
2.1.1 Landasan Teori	14
2.1.2 Penelitian Terdahulu.....	31
2.1.3 Kerangka Pemikiran	32
2.1.4 Hipotesis	32
2.2 Metode Penelitian	32
2.2.1 Jenis Data.....	32
2.2.2 Sumber data	33
BAB III : GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
3.1. Sejarah Singkat PDAM Tirta Muaro Jambi (PDAM Unit Tangkit Baru). 46	
3.2. Visi dan Misi PDAM Tirta Muaro Jambi (PDAM Unit Tangkit Baru)48	
3.2.1. Visi	48
3.2.2. Misi.....	48
3.3 Struktur Organisasi PDAM Tirta Muaro Jambi (PDAM Unit Tangkit Baru).....	48

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Hasil Penelitian	51
4.1.1 Karakteristik Responden	51
4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian	53
4.1.3 Analisis Regresi Linier Sederhana	69
4.1.4 Uji Hipotesis (Uji t).....	71
4.1.5 Koefisien Korelasi dan Determinasi	72
4.1.6 Pembahasan	74
BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1. Kesimpulan	77
5.2. Saran	78
DAFTAR PUSTAKA	80
LAMPIRAN.....	86



DAFTAR TABEL

No	Tabel Judul Tabel	Halaman
1.	SOP Pelayanan PDAM Berdasarkan Indikator Kualitas Pelayanan.....	2
2.	Data Pelanggan PDAM Tirta Muaro Jambi PDAM Unit Tangkit Baru Periode 2019-2023.....	6
3.	Data Keluhan Pelanggan.....	8
4.	Penelitian Terdahulu	31
5.	Rentang Skala	39
6.	Tingkat Keeratan Hubungan.....	42
7.	Tabel 5 Operasional Variabel	44
8.	Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin	51
9.	Karakteristik Responden menurut Umur	51
10.	Karakteristik Responden menurut Pendapatan	52
11.	Karakteristik Responden menurut Lama Menjadi Konsumen.....	52
12.	Hasil Jawaban Responden Terhadap Indikator Keandalan.....	53
13.	Hasil Jawaban Responden Terhadap Indikator Tanggapan	54
14.	Hasil Jawaban Responden Terhadap Indikator Jaminan dan Kepastian.....	55
15.	Hasil jawaban responden terhadap indikator Empati	56
16.	Hasil jawaban responden terhadap indikator Tampilan Fisik Pelayanan ...	58
17.	Hasil Rekap Jawaban Responden Terhadap 17 Item Kualitas Pelayanan .	59
18.	Rekap Jawaban Indikator Kualitas Pelayanan.....	61
19.	Hasil jawaban responden terhadap indikator Tepat Waktu	62
20.	Hasil jawaban responden terhadap indikator Akseibilitas	63
21.	Hasil jawaban responden terhadap indikator Pelayanan.....	65
22.	Hasil jawaban responden terhadap indikator Harga	66
23.	Hasil Rekap Jawaban Responden Terhadap 13 Item Kepuasan Konsumen atau Pelanggan.....	67
24.	Rekap Jawaban Indikator Kepuasan Konsumen atau Pelanggan	69
25.	Uji Regresi Linier Sederhana.....	69
26.	Uji t.....	71
27.	Koefisien Korelasi dan Determinasi	73

DAFTAR GAMBAR

No	Gambar Judul	Gambar Halaman
2.1	Bagan Kerangka Pemikiran.....	32
3.1	Bagan Struktur Organisasi.....	48



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Manajemen pemasaran sangat penting bagi keberhasilan perusahaan karena membantu mengetahui apa yang diinginkan pelanggan, membangun hubungan dengan mereka dari waktu ke waktu, dan memberikan nilai yang bertahan lama. Manajemen pemasaran yang sukses memungkinkan bisnis untuk menasar target audiens tertentu, mengembangkan kampanye iklan yang unggul, dan menetapkan harga yang kompetitif. Manajemen pemasaran juga memungkinkan perusahaan untuk beradaptasi dengan perubahan tren pasar dan persaingan, sehingga dapat mempertahankan daya saingnya. Selain itu, manajemen pemasaran membantu membangun citra merek yang kuat dan loyalitas pelanggan, yang keduanya sangat penting untuk pertumbuhan dan stabilitas jangka panjang dalam dunia bisnis yang dinamis.

Di era globalisasi ini, penting bagi setiap organisasi untuk terus berupaya meningkatkan kualitas produk mereka. Perusahaan yang menyediakan layanan juga perlu memprioritaskan peningkatan standar kepuasan pelanggan. Agar dapat berkembang dan berkembang, bisnis harus memprioritaskan kualitas layanan mereka. Perusahaan harus berupaya memahami dan memenuhi kebutuhan konsumen untuk meningkatkan standar layanan yang mereka berikan.

Istilah "kualitas layanan" mengacu pada sejauh mana bisnis mampu memenuhi semua keinginan dan persyaratan pelanggannya sekaligus memberikan

apa yang mereka pesan. Mempertahankan dan memperluas basis klien bergantung pada perhatian yang cermat terhadap, dan memanfaatkan sebaik-baiknya, kualitas layanan. Lupioadi (2013) menegaskan bahwa kesenjangan antara tingkat layanan aktual dan yang diharapkan merupakan ukuran kualitas layanan.

Mendukung proses layanan dengan fasilitas dan infrastruktur yang memadai sangat penting untuk meningkatkan kualitas layanan. Mulai dari intake hingga output layanan harus ditangani dengan benar. Perusahaan di sektor jasa harus selalu berusaha memahami dan memenuhi tuntutan pelanggan untuk memastikan kepuasan pelanggan karena beragamnya perilaku pelanggan terhadap layanan yang ditawarkan. Menjaga kelancaran proses layanan sangat bergantung pada koneksi pelanggan yang baik dan jalur komunikasi yang terbuka. Lebih jauh, sangat penting bahwa semua pelanggan diizinkan untuk bergerak bebas dan menikmati suasana layanan.

Tabel 1
SOP Pelayanan PDAM Berdasarkan Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator Kualitas Pelayanan	Aspek	Standar Operasional Prosedur (SOP)
1. Keandalan	Layanan Pembayaran	- Memastikan layanan pembayaran tersedia pada jam operasional. - Memperbarui sistem pembayaran untuk meminimalisir kesalahan transaksi.
	Penyelesaian Masalah	- Menyediakan saluran pengaduan bagi pelanggan yang mengalami masalah. - Menyelesaikan pengaduan dalam waktu maksimal 3 hari kerja.
2. Keresponsifan	Kesediaan Membantu Pelanggan	- Petugas siap membantu pelanggan selama jam operasional. - Memberikan arahan dan informasi yang jelas kepada pelanggan.
	Memberikan Jasa dengan Cepat	- Menyediakan layanan pembayaran cepat untuk menghindari antrean panjang. - Memastikan respons cepat atas pengaduan pelanggan (respons awal dalam 1 jam).

3. Jaminan	Kepercayaan	- Menjaga kepercayaan pelanggan dengan memberikan informasi akurat. - Memastikan seluruh transaksi tercatat dengan benar untuk menghindari kesalahan.
	Pengetahuan	- Melakukan pelatihan rutin bagi petugas terkait informasi layanan dan produk. - Memberikan informasi lengkap mengenai prosedur layanan kepada pelanggan.
4. Empati	Perhatian secara Personal	- Menyediakan layanan khusus bagi pelanggan berkebutuhan khusus atau lansia. - Menunjukkan sikap sopan dan ramah kepada seluruh pelanggan.
5. Benda Berwujud	Perlengkapan	- Memastikan peralatan kantor dalam kondisi baik dan siap digunakan. - Menggunakan perangkat yang memadai untuk mendukung layanan pelanggan.
	Sarana Komunikasi	- Menyediakan informasi kontak yang dapat diakses oleh pelanggan. - Memastikan layanan telepon dan email berfungsi baik untuk komunikasi.

Sumber: Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Muaro Jambi

Tabel berikut merinci Standar Operasional Prosedur (SOP) untuk Pelayanan PDAM berdasarkan indikator kualitas pelayanan yang diadaptasi dari teori Kotler dan Keller (2020). Kualitas pelayanan mencakup keandalan, koresponsifan, jaminan, empati, dan benda berwujud, yang merupakan elemen penting dalam memberikan pelayanan optimal kepada pelanggan.

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai sejauh mana suatu produk atau layanan memenuhi harapan audiens targetnya (Irwan, 2008). Di satu sisi, kepuasan dapat didefinisikan sebagai tindakan membuat sesuatu menjadi memadai atau lengkap. Ketika harapan konsumen terpenuhi, atau bahkan terlampaui, mereka melaporkan perasaan puas.

Menjamin kepuasan pelanggan melalui penyediaan layanan berkualitas tinggi merupakan prioritas utama manajemen perusahaan mana pun. Namun demikian, ada sejumlah faktor yang membuat sulit untuk mengevaluasi kualitas layanan. Hal ini mencakup sifat layanan yang tidak berwujud, keengganan responden untuk

menyampaikan evaluasi, penilaian yang tidak sesuai dengan pengalaman, dan perbedaan antara konsepsi responden tentang realitas dan dunia nyata. Apa yang dianggap berkualitas tinggi oleh satu pelanggan mungkin dianggap berkualitas rendah oleh pelanggan lain. Jadi, tidak selalu mungkin untuk mengukur kualitas layanan secara objektif.

Manusia, seperti semua bentuk kehidupan lainnya di Bumi, bergantung pada air untuk kelangsungan hidup kita sehari-hari. Air merupakan sumber daya mineral penting yang melayani banyak tujuan dalam kehidupan kita sehari-hari. Oleh karena itu, pengolahannya dirancang agar sangat efisien dan efektif. Kehidupan sehari-hari banyak orang bergantung pada air, menjadikannya sumber daya nasional yang penting yang pengelolaannya harus diawasi oleh pemerintah. Undang-Undang No. 7 Tahun 2004 menetapkan kerangka kerja untuk sumber daya air, yang memungkinkan negara kesatuan Republik Indonesia untuk merawat dan mengelola sumber daya airnya dengan lebih baik.

Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) merupakan salah satu lembaga yang membentuk organisasi perangkat daerah. BUMD didirikan berdasarkan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 1962 tentang Pemerintahan Daerah, yang bertujuan untuk melaksanakan pembangunan daerah melalui pengabdian kepada masyarakat, penyelenggaraan kepentingan umum, dan peningkatan pendapatan daerah. Anandar dan Putri (2015) menyebutkan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) sebagai salah satu perusahaan daerah yang mengelola sumber daya air di setiap daerah sebagai bagian dari Badan Usaha Milik Daerah (BUMD).

Tujuan utama PDAM Tirta Muaro Jambi sebagai PERUMDA yang bergerak

di bidang pelayanan air bersih adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan air bersih sekaligus berupaya meningkatkan keandalan, kuantitas, dan konsistensi pelayanan tersebut. PDAM Tirta Muaro Jambi bercita-cita menjadi PDAM yang merupakan Perusahaan Daerah yang Sehat, Mandiri, dan Profesional. Adapun tujuan yang ingin dicapai oleh PDAM Tirta Muaro Jambi, yaitu: 1. Mengelola bisnis secara profesional 2. Memperkuat praktik SDM dan kesejahteraan karyawan 3. Memenuhi atau melampaui harapan pelanggan dengan layanan yang diberikan 4. Menciptakan air minum yang memenuhi semua standar dalam hal kuantitas, kualitas, dan konsistensi 5. Memperluas jangkauan layanan.

Oleh karena itu, untuk menjaga kepuasan pelanggan, PDAM Tirta Muaro Jambi harus terus meningkatkan standar kualitas layanan melalui optimalisasi produksi secara profesional dan optimal.

Beberapa program yang dijalankan oleh PDAM Tirta Muaro Jambi adalah:

1. Memperluas akses terhadap air minum yang aman.
2. Meningkatkan keandalan, ketersediaan, dan standar air minum bagi konsumen.
3. Mengurangi rebusan air seminimal mungkin.
4. Membuat penagihan pelanggan lebih efisien
5. Menyelesaikan keluhan masyarakat lebih cepat.
6. Peningkatan infrastruktur dan fasilitas tempat kerja.
7. Meningkatkan standar pelaporan dan pengelolaan keuangan.

Peneliti menemukan bahwa pelanggan PDAM Tirta Muaro Jambi memiliki banyak keluhan tentang hak yang tidak terpenuhi, termasuk aliran air yang tidak

stabil, air keruh, dan kurangnya respons terhadap keluhan, berdasarkan fenomena yang diamati dan diwawancarai dengan pelanggan PDAM. Pelanggan melaporkan bahwa selama musim hujan, aliran air sering dimatikan tanpa pemberitahuan, dan ketikakembali menyala, air berwarna keruh. Selain itu, pelanggan merasa bahwa meteran air terus berjalan meski air tidak mengalir, dan keluhan mereka di media sosial sering tidak ditanggapi.

Masalah ini disebabkan oleh kurangnya respons dari PDAM terhadap keluhan pelanggan dan buruknya kualitas air yang disuplai. Infrastruktur yang tidak memadai dan manajemen pelayanan yang kurang responsif memperburuk situasi. Pelanggan tidak senang dan mulai menggunakan sumur bor dan sumber air non-tradisional lainnya, yang merugikan PDAM secara finansial dan berdampak pada lingkungan termasuk penurunan muka air tanah.

Jika ingin mengetahui berapa banyak orang yang menggunakan unit tangki baru PDAM Tirta Muaro Jambi dari tahun 2019 hingga 2023, cukup lihat data yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini:

Tabel 2
Data Pelanggan PDAM Tirta Muaro Jambi PDAM Unit
Tangkit Baru Periode 2019-2023

Tahun	Pelanggan	Golongan			Jumlah	Persentase kenaikan
		1B	2B	2C		
2019	Masjid/Mushola	2			159	0%
	Rumah Tangga		156			
	Instansi Umum			1		
2020	Masjid/Mushola	2			181	14,10%
	Rumah Tangga		178			
	Instansi Umum			1		
2021	Masjid/Mushola	2			192	21,15%
	Rumah Tangga		189			
	Instansi Umum			1		
2022	Masjid/Mushola	2			210	34,61%

	Rumah Tangga		210			
	Instansi Umum			1		
2023	Masjid/Mushola	2			218	37,82%
	Rumah Tangga		215			
	Instansi Umum			1		

Sumber: Data Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Muaro Jambi PDAM Unit Tangkit Baru

Keterangan:

- 1B = Rumah tangga dengan kapasitas pemakaian standar dan kebutuhan dasar.
- 2B = Kelompok pelanggan yang umumnya memiliki kebutuhan air lebih tinggi.
- 2C = Institusi atau bangunan publik yang memerlukan jumlah air signifikan untuk operasionalnya.

Berdasarkan tabel 1 Data pelanggan PDAM Tirta Muaro Jambi PDAM Unit Tangkit Baru, untuk periode 2019-2023 menunjukkan tren yang meningkat. Secara keseluruhan, data menunjukkan tren peningkatan jumlah pelanggan setiap tahun, terutama pada kategori Rumah Tangga yaitu meningkat sebanyak 37,82%. Kualitas layanan di PDAM Tirta Muaro Jambi dapat ditingkatkan dengan masukan dari pelanggan. Pengembangan layanan yang lebih baik dan peningkatan kepuasan pelanggan dapat dicapai oleh PDAM Tirta Muaro Jambi dengan mendapatkan informasi tentang karakteristik pelanggan. Alamat PDAM Tirta Muaro Jambi adalah Jln. Salah satu penyedia air di Kabupaten Muaro Jambi adalah Kemas Tabro Pasar Sengeti. Tujuan berdirinya PDAM Tirta Muaro Jambi saat ini adalah untuk memfasilitasi pembangunan daerah dan pembangunan ekonomi nasional demi kepentingan masyarakat secara keseluruhan, dengan fokus pada pemenuhan kebutuhan kesehatan penduduk Muaro Jambi dan sekitarnya melalui penyediaan air minum.

Tabel 2.1
Data Keluhan Pelanggan

No	Jenis Keluhan	Deskripsi Keluhan	Dampak Terhadap Pelanggan
1	Aliran Air Berjalan Tanpa Air Mengalir	Pelanggan melaporkan bahwa meski air tidak mengalir, jarum di meteran air terus berjalan seolah-olah air keluar dari keran.	Menimbulkan tagihan yang tidak sesuai.
2	Air Keruh dan Berwarna Coklat	Ketika air menyala setelah pemadaman, pelanggan sering mendapati air berwarna keruh dan kecoklatan, terutama pada musim hujan.	Mengurangi kualitas air untuk konsumsi.
3	Pemutusan Aliran Air Tanpa Pemberitahuan	Pada musim hujan, aliran air sering dimatikan oleh pihak PDAM tanpa pemberitahuan terlebih dahulu kepada pelanggan.	Menghambat aktivitas harian pelanggan.
4	Pemutusan Aliran Air Berlangsung Lama	Pelanggan melaporkan pemutusan aliran air yang berlangsung hingga 2-3 minggu tanpa informasi yang jelas dari pihak PDAM.	Mengakibatkan ketidaknyamanan pelanggan.
5	Tanggapan Tidak Memadai Terhadap Keluhan	Pihak PDAM memberikan tanggapan yang tidak jelas dan sering kali tidak sesuai dengan fakta ketika pelanggan menyampaikan keluhan terkait penghentian aliran air.	Meningkatkan ketidakpuasan pelanggan.
6	Kurangnya Respons di Media Sosial	Keluhan di akun Facebook resmi PDAM tentang air keruh, pemutusan aliran, dan keluhan lainnya sering kali diabaikan oleh pihak PDAM.	Menurunkan kepercayaan terhadap PDAM.
7	Dampak Terhadap Aktivitas Sehari-hari	Kurangnya respons dan kualitas pelayanan yang rendah menyebabkan aktivitas sehari-hari pelanggan terganggu akibat ketidakstabilan pasokan air.	Mengurangi kepuasan dan kenyamanan hidup.

Tabel di atas merangkum beberapa keluhan utama yang disampaikan pelanggan PDAM Tirta Muaro Jambi berdasarkan hasil observasi dan wawancara. Keluhan mencakup berbagai masalah, seperti aliran air yang terus berjalan di meteran meski air tidak mengalir, air yang keruh terutama setelah pemadaman, serta pemutusan aliran air yang sering kali terjadi tanpa pemberitahuan. Selain itu, pelanggan merasa kurang puas dengan tanggapan PDAM yang dinilai tidak jelas

dan tidak sesuai fakta, serta minimnya respons terhadap keluhan yang disampaikan di media sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa kurangnya perhatian terhadap keluhan pelanggan menyebabkan gangguan dalam aktivitas harian mereka dan menurunkan kepercayaan terhadap layanan PDAM.

Bukti dari pengamatan yang dilakukan menunjukkan bahwa kualitas layanan PDAM masih jauh dari apa yang dianggap baik oleh pelanggan. Alasan di balik hal ini adalah kualitas air yang tidak memenuhi standar pelanggan, dan staf di PDAM tidak memperhatikan ketika pelanggan mengeluh. Pelanggan tidak senang karena kondisi ini, dan mereka sering melampiaskan kekesalan mereka melalui demonstrasi publik, surat terbuka yang dimuat di surat kabar, dan bentuk ketidakpuasan publik lainnya. Masyarakat luas dapat menyadarinya, yang dapat merusak reputasi perusahaan (Anandar & Putri, 2022).

Jika reputasi PDAM tercoreng, pelanggan dapat kehilangan kepercayaan pada perusahaan dan mencari cara lain untuk mendapatkan air, seperti menggunakan sumur bor. Hal ini tidak hanya merugikan PDAM secara finansial, tetapi juga berdampak pada lingkungan, seperti membuat lahan tidak dapat digunakan dan mengurangi sumber daya air tanah. Ketidakpuasan pelanggan yang disebabkan oleh pelayanan yang kurang memadai dapat mengakibatkan keluhan dan protes yang meningkat, yang pada akhirnya semakin merusak reputasi PDAM (Supranto, 2006; Zendesk, 2022).

Pelanggan yang tidak puas sering kali menyebarkan pengalaman negatif mereka kepada orang lain, yang memperburuk citra perusahaan. Jika PDAM ingin mencegah kliennya menggunakan sumur bor, mereka perlu meningkatkan layanan

dan kualitas produk. Menurut McKinsey (2022), tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi dapat menyebabkan retensi pelanggan, mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan, dan meningkatkan PDB regional.

Pegawai PDAM harus menanggapi keluhan klien dengan layanan yang sangat baik dan berupaya meningkatkan layanan PDAM di semua bidang untuk memastikan kepuasan pelanggan. Salah satu cara untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, kata Kotler (2000), adalah dengan mengenal klien Anda lebih baik dan memperhatikan umpan balik mereka tentang layanan yang Anda tawarkan. Menurut Gerson (Yenita, 2008), perusahaan harus mengutamakan kepuasan pelanggan dengan menyelaraskan harapan dan persyaratan konsumen dengan keberhasilan perusahaan. Jadi, penting bagi bisnis untuk mengetahui apa yang membuat pelanggan senang.

Lupiyoadi (2001) menyatakan bahwa agar bisnis dapat mengetahui apakah pelanggannya puas, mereka perlu melihat lima hal: kualitas produk, kualitas layanan, elemen emosional, harga, dan biaya. Berdasarkan pertimbangan ini, jelas bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan perusahaan. Menurut Assauri (2015), layanan pelanggan merupakan faktor kunci dalam menentukan apakah pelanggan akan tertarik pada produk atau layanan perusahaan.

Satu-satunya cara bagi PDAM Tirta Muaro Jambi untuk memperbaiki hal ini adalah dengan mulai menanggapi masalah konsumen dengan lebih baik dan memberikan layanan yang lebih baik secara keseluruhan. Gerson (Yenita, 2021) dan Kotler (2017) berpendapat bahwa PDAM harus menjaga hubungan baik dengan klien dan meluangkan waktu untuk mendengarkan mereka ketika mereka memiliki

masalah. Lupiyoadi (2019) menyebutkan kualitas produk, layanan, aspek emosional, harga, dan biaya sebagai elemen yang memengaruhi kebahagiaan konsumen. Perusahaan harus memahami karakteristik ini.

Dalam rangka memperbaiki citra dan layanan, PDAM harus fokus pada peningkatan infrastruktur dan pelatihan pegawai untuk merespons keluhan dengan cepat dan tepat. Pengukuran kualitas pelayanan yang lebih akurat dan penerapan umpan balik pelanggan secara efektif dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggan, mengurangi keluhan, dan mempertahankan pelanggan, serta menjaga lingkungan dari dampak negatif penggunaan sumur bor.

Penelitian berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Tirta Muaro Jambi”** ini menjadi bahan pertimbangan peneliti berdasarkan informasi sebelumnya.

1.2 Identifikasi Masalah

1. Meski jumlah pelanggan PDAM Tirta Muaro Jambi meningkat hingga 37,82% dalam lima tahun terakhir, keluhan tentang kualitas air dan respons pelayanan yang lambat menunjukkan bahwa layanan PDAM belum mampu memenuhi harapan pelanggan. Pelanggan PDAM Tirta Muaro Jambi menyampaikan keluhan karena merasa haknya dilanggar. Pelanggan tersebut melaporkan masalah seperti tidak mendapatkan air padahal jarum meteran air menunjukkan air bekas, air keruh, dan keluhan mengganggu lainnya.
2. Setelah air mengalir, konsumen melihat air menjadi keruh dan berwarna kecokelatan saat musim hujan. Selain itu, pelanggan juga melihat PDAM

mematikan air selama dua hingga tiga minggu tanpa pemberitahuan.

3. PDAM menanggapi keluhan pelanggan terkait pemutusan aliran air, tetapi tanggapannya kurang jelas dan tidak sesuai dengan fakta. Selain itu, pelanggan juga sering melaporkan masalah seperti air yang keruh atau berwarna kecokelatan atau aliran air terputus tanpa pemberitahuan di laman Facebook resmi PDAM Kabupaten Muaro Jambi. Namun, PDAM atau admin Facebook PDAM hampir tidak pernah menanggapi keluhan tersebut. Lambatnya respons PDAM terhadap keluhan pelanggan telah mengganggu kehidupan sehari-hari pelanggan dan masyarakat sekitar.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, berikut ini adalah beberapa permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini:

1. Bagaimana kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada PDAM TIRTA Muaro Jambi?
2. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM TIRTA Muaro Jambi?

1.4 Batasan Masalah

Penulis membatasi ruang lingkup permasalahan ini agar hanya terfokus pada kualitas pelayanan yang berkontribusi terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Muaro Jambi di Desa Tangkit Baru, agar pembahasan tidak menyimpang dari rumusan masalah yang telah dibuat sebelumnya.

1.5 Tujuan Penelitian

Berikut ini adalah tujuan dari penelitian ini:

1. Untuk mengetahui dan mendeskripsikan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada PDAM Tirta Muaro Jambi.
2. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Muaro Jambi.

1.6 Manfaat Penelitian

1. Kegunaan teoritis

Pada prinsipnya, penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Kegunaan praktis

Penelitian ini dapat diaplikasikan secara praktis dengan menyediakan bahan referensi dan pemikiran yang dapat meningkatkan pemahaman, informasi, dan pengambilan keputusan mengenai dampak kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Tirta Muaro Jambi.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN METODE PENELITIAN

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Landasan Teori

1. Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan salah satu bidang ilmu manajemen yang sangat diperlukan dalam semua kegiatan lini bisnis. Manajemen pemasaran merupakan faktor terpenting untuk kelangsungan hidup perusahaan atau bisnis agar dapat mencapai tujuan yang diinginkannya. Manajemen menjadi faktor terpenting karena, di mana pemasaran sering disebut sebagai garda terdepannya perusahaan.

Tidak jarang perusahaan menjadikan pemasaran sebagai jantungnya perusahaan, dimana baik dan buruknya kelangsungan hidup perusahaan tergantung bagaimana cara memasarkan bisnis yang dijalankan. Manajemen pemasaran yang tepat akan membuat perusahaan menjadi sukses, karena lebih tepat dalam melangkah dan menjalankan usahanya, sehingga manfaatnya bias dirasakan dalam jangka Panjang.

Pemasaran adalah sebuah proses manajerial yang mengakibatkan individu atau kelompok yang ingin mendapatkan apa yang mereka butuhkan atau inginkan, yaitu dengan menciptakan, menawarkan dan mempertukarkan produk yang mempunyai nilai kepada pihak lain. Manajemen pemasaran menyangkut sebuah produk yaitu barang dan jasa agar lebih dikenal oleh masyarakat luas.

Manajemen pemasaran mempunyai tujuan agar perusahaan dapat menghasilkan laba sebanyak banyaknya, yaitu dengan cara memenuhi atau

melayani konsumen dengan cara menyediakan produk (barang dan jasa) yang mereka butuhkan dan inginkan.(Ariyanto, 2023)

2. Bauran Pemasaran

Bauran pemasaran adalah sekelompok alat pemasaran yang terus digunakan perusahaan untuk mencapai tujuan pemasok. Allan & Altal (2016), Antoniou (2017) dan Dieck & Jung (2018) menyatakan bahwa bauran pemasaran jasa terdiri dari empat variabel, yaitu product, price, promotion, dan place. Namun beberapa penelitian menyatakan bahwa penerapan bauran pemasaran 4P terlalu terbatas untuk bisnis terutama yang bergerak dalam bidang jasa, sehingga hal tersebut mendorong beberapa pakar pemasaran untuk mendefinisikan ulang bauran pemasaran yang lebih sesuai untuk sektor jasa (Alvarez & Fournier, 2016; Chen & Lin, 2018; Elbedweighy et al., 2016). Hasilnya, 4P tersebut diperluas dan ditambahkan dengan unsur lainnya, yaitu people, process, dan phisycal evidence, sehingga unsurunsur tersebut memiliki kaitan satu sama lain (Granitz & Forman, 2015; Hammerl et al., 2016; Irimias et al., 2016). (Santoso et al., 2019)

Menurut Kotler (2003) Dalam bukunya Philip Kotler mendefinisikan bahwa *marketing mix* adalah kelompok kiat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk mencapai sasaran pemasarannya dalam pasar sasaran (Lita, 2010). Bauran pemasaran atau *Marketing mix* umumnya digunakan dalam memperoleh respons dari target pasar sasaran. Bauran pemasaran ialah komponen-komponen yang saling terkait yang dirancang guna memahami pelanggan inginkan, diperlukan pengembangan produk, harga yang ditetapkan, mengirim serta mempromosikan. Bauran pemasaran ini adalah gabungan dari empat variabel penting pada pemasaran

inti yang mencakup tempat (*place*), harga (*price*), produk (*product*), serta promosi (*promotion*) atau dikenal dengan 4P. Mengingat pemasaran bukan ilmu yang pasti, kini marketing mix banyak memperoleh perkembangan yang disesuaikan dengan keadaan pasar dimana digunakan 3P yakni proses (*process*), orang (*people*), serta bukti fisik (*physical evidence*) .(Dina Mayangsari et al., 2024).

3. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa baik layanan yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan harapan pelanggan (Dr. Teddy Chandra, SE., MM Stefani Chandra, B.Bus.Com, MIB Layla Hafni, S, SE, 2020) kualitas pelayanan dapat dibedakan menjadi dua kategori: kualitas pelayanan yang baik dan yang buruk. Kualitas pelayanan yang baik tercermin dari layanan yang memuaskan dan sesuai dengan harapan konsumen, bahkan melebihi ekspektasi mereka. Sebaliknya, kualitas pelayanan yang buruk terjadi ketika layanan yang diberikan berada di bawah standar atau tidak memenuhi harapan konsumen. Peningkatan kualitas pelayanan memerlukan upaya berkelanjutan, seperti survei atau observasi kepada pelanggan untuk mendapatkan masukan dan umpan balik mengenai layanan yang telah diberikan.

Menurut Parasuraman, dkk (Ramseook-Munhurrun, Lukea-Bhiwajee, & Naidoo, 2010) kualitas pelayanan dapat didefinisikan sebagai penilaian keseluruhan yang berupa sikap terhadap layanan dan umumnya diterima sebagai anteseden dari kepuasan pelanggan secara keseluruhan. Kotler (2002) mengatakan kualitas pelayanan adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak

mengakibatkan kepemilikan apapun, serta perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan pada konsumen itu sendiri. Sejalan dengan hal tersebut, Parasuraman (2001) menyatakan bahwa konsep kualitas layanan adalah suatu pengertian yang kompleks tentang mutu, tentang memuaskan atau tidak memuaskan.

Siagian (2005) mengemukakan bahwa pelayanan pelanggan dapat disebut sebagai proses pemenuhan kebutuhan, yaitu proses untuk memenuhi permintaan pelanggan secara keseluruhan. Menurut Weitz dan Wessley (Phiri& Mcwabe, 2013) kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan. Goetsh dan Davis (Tjiptono, 2002) mengungkapkan kualitas pelayanan adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau memiliki harapan.

Berdasarkan definisi yang dikemukakan oleh beberapa ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah penilaian pelanggan mengenai pelayanan yang diterimanya saat memenuhi kebutuhannya.

4. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman (Kotler, 2002) ada lima dimensi kualitas pelayanan yaitu:

2.1. *Reliability* (Keandalan)

Keandalan atau kemampuan mewujudkan janji yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja perusahaan harus sesuai dengan

harapan pelanggan berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa ada kesalahan, dan sikap yang simpatik dari pihak perusahaan. Contohnya petugas penyedia jasa air bersih harus bekerja sesuai dengan visi misinya perusahaan yaitu memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggan, ketika ada pelanggan yang menyampaikan keluhan mengenai berhentinya aliran air petugas penyedia jasa air bersih mampu untuk menangani keluhan tersebut.

2.2. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Ketanggapan dalam memberikan pelayanan (*responsiveness*) yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan jasa dengan tanggap, kesediaan penyedia jasa dalam membantu pelanggan untuk memenuhi kebutuhan, dan merespon permintaan pelanggan secara cepat. Dimensi ini menekankan pada sikap penyedia jasa yang penuh perhatian, cepat dan tepat dalam menghadapi permintaan, pertanyaan, keluhan dan masalah konsumen. Contohnya ketika pelanggan mengeluhkan aliran air yang berwarna keruh dan berbau petugas penyedia jasa air bersih dengan tanggap dalam memperbaiki pipa air.

2.3. *Assurance* (Jaminan dan Kepastian)

Keyakinan atau kemampuan memberikan jaminan pelayanan yaitu kemampuan penyedia jasa untuk membangkitkan rasa percaya dan keyakinan diri konsumen bahwa pihak penyedia jasa terutama karyawannya mampu untuk memenuhi kebutuhan konsumennya. Mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para karyawan. Contohnya ketika ada pelanggan yang tidak paham mengenai pembayaran tagihan air secara *online*, petugas penyedia jasa air bersih menjelaskan langkah-langkah pembayaran secara *online* dengan sabar.

2.4. *Empathy* (Empati)

Empati atau memahami keinginan konsumen yaitu perhatian secara individual terhadap pelanggan seperti kemudahan untuk berkomunikasi yang baik dengan para karyawan dan usaha perusahaan untuk memahami keinginan dan kebutuhan pelanggan. Contohnya ketika ada pelanggan yang bingung dalam memahami rekening air, petugas penyedia jasa air minum bersedia menjelaskan mengenai rekening tersebut.

2.5. *Tangibles* (Tampilan Fisik Pelayanan)

Tampilan fisik pelayanan (*tangibles*) yaitu kemampuan perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya pada pihak luar. Penampilan dan kemampuansarana dan prasarana fisik perusahaan serta keadaan lingkungan sekitarnya merupakan bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa. Contohnya saat melakukan pembayaran tagihan air, perusahaan air bersih menyediakan tempat duduk yang nyaman dan pendingin ruangan untuk para pelanggan yang sedang melakukan pembayaran tagihan air.

5. **Pengertian Kepuasan Konsumen**

Kepuasan pelanggan adalah tingkat di mana harapan pelanggan terhadap suatu produk atau layanan terpenuhi atau terlampaui. Dalam buku (Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana, 2022) dijelaskan bahwa kepuasan pelanggan telah menjadi kata kunci dalam pernyataan visi, misi, tujuan, dan strategi perusahaan. Kepuasan pelanggan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas, mendorong pembelian ulang, dan menciptakan hubungan yang harmonis antara perusahaan dan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu secara proaktif mengelola dan meningkatkan kepuasan pelanggan melalui berbagai strategi yang efektif.

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan-harapannya. Kotler (2000) menyebutkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesannya terhadap kinerja (hasil) sesuatu produk dengan harapannya. Sejalan dengan hal tersebut, Kotler dan Keller (2007) mengemukakan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang dirasakan konsumen atau pelanggan setelah membandingkan antara persepsi atau kesannya dan kenyataan yang ada. Kotler dan Armstrong (2001) mengemukakan kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana perkiraan kinerja produk sesuai dengan harapan pembeli. Bitner dan Zeithaml (Bharwana, Bashir, & Mohsin, 2013) mendefinisikan kepuasan pelanggan adalah perkiraan pelanggan terhadap suatu layanan atau produk baik yang memenuhi harapan dan kebutuhannya.

Engel, dkk (Tjiptono, 2005) juga menyatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purnabeli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) yang sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Puspita (2012) kepuasan pelanggan adalah penilaian pelanggan terhadap penampilan dan kinerja.

Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang suatu produk anggapannya (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Jika produk tersebut sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tersebut puas. Jika produk tersebut

melebihi ekspektasi, pelanggan tersebut akan senang (Kotler & Keller, 2009). Mowen (Putri & Suhariadi, 2013) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai keseluruhan sikap mengenai barang atau jasa setelah penggunaannya, hal tersebut sebagai hasil dari pilihan atas evaluasi yang dihasilkan dari pemilihan atas pembelian dan pemakaian barang atau jasa tertentu. Menurut Lovelock dan Wright (2007) kepuasan pelanggan adalah keadaan emosional, reaksi pasca pembelian yang dapat berupa kemarahan, ketidakpuasan, kejengkelan, netralitas, kegembiraan, dan kesenangan.

Berdasarkan beberapa definisi yang dikemukakan para ahli di atas dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan adalah perasaan yang dihasilkan atas sikap yang diterima mengenai barang atau jasa setelah penggunaan yang berhubungan dengan kenyamanan yang dirasakan.

6. Dimensi Kepuasan Pelanggan

Kotler (2002) mengemukakan pendapat mengenai dimensi kepuasan konsumen, meliputi :

a. Expectation (Harapan)

Hal yang mempengaruhi kepuasan konsumen diawali pada tahap sebelum pembelian, yaitu ketika konsumen menyusun harapan tentang apa yang akan diterima dari produk. Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (Tjiptono, 2005). Contohnya harapan pelanggan mengenai kualitas air baik dari segi rasa dan kejernihan dari

penyedia jasa air bersih tidak sesuai dengan kenyataan yang ada, seperti air berwarna kecoklatan.

b. Performance (Kinerja)

Selama kegiatan konsumsi, konsumen merasakan kinerja dan manfaat dari produk secara aktual dilihat dari dimensi kepentingan konsumen. Contohnya yaitu pelanggan melakukan pembayaran administrasi di loket pembayaran, layanan selama proses pembayaran yang diberikan oleh petugas administrasi sangat baik dan sopan.

c. Comparison (Perbandingan)

Setelah mengkonsumsi, baik harapan sebelum pembelian dan persepsi kinerja aktual dibandingkan oleh konsumen. Contohnya harapan pelanggan mengenai kualitas air dari penyedia jasa air bersih sebelum memakai dan setelah memakai produk jasa penyedia air bersih tidak sesuai dengan harapan pelanggan.

d. Confirmation atau Disconfirmation (Penegasan)

Penegasan dari harapan konsumen, apakah harapan pra-pembelian dengan persepsi pembelian sama atau tidak. Contohnya harapan dan persepsi pelanggan mengenai pelayanan dan kualitas produk air dari penyedia jasa air bersih tidak sesuai dengan kenyataan yang ada, seperti kurang tanggapnya petugas pelayanan jasa air bersih dalam memperbaiki meteran air yang tidak sesuai dengan jumlah pemakaian.

7. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Lupiyoadi (2001) menyatakan bahwa dalam menentukan tingkat kepuasan, terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:

a. Kualitas produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

b. Kualitas pelayanan

Terutama untuk industri jasa, pelanggan akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang diharapkan

c. Emosi

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa oranglain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan lebih tinggi. Kepuasan yang diperoleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau *self-esteem* yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.

d. Harga

Produk yang mempunyai kualitas sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

e. Biaya

Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa tersebut.

Berdasarkan faktor-faktor tersebut peneliti menghubungkan kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan, dimana kualitas pelayanan dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan, karena pelayanan yang baik sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.

8. Hubungan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Teori kualitas pelayanan yang dikembangkan oleh A. Parasuraman, Valarie Zeithaml, dan Leonard Berry (1985) melalui model SERVQUAL menunjukkan bahwa kualitas pelayanan terdiri dari lima dimensi: keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Model ini mengindikasikan bahwa setiap dimensi berkontribusi pada persepsi pelanggan terhadap kualitas layanan yang diterima. Ketika pelanggan merasakan pelayanan yang tinggi dalam semua dimensi ini, mereka cenderung mengalami tingkat kepuasan yang lebih baik, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas terhadap penyedia layanan. Sebaliknya, kualitas pelayanan yang buruk dapat menyebabkan kekecewaan dan kehilangan kepercayaan, sehingga pelanggan beralih ke penyedia lain. Dengan demikian, penting bagi perusahaan untuk fokus pada peningkatan kualitas pelayanan agar dapat menciptakan pengalaman positif bagi pelanggan dan mempertahankan pangsa pasar.

Kualitas pelayanan PDAM sangat berkaitan dengan kepuasan pelanggan, pelanggan akan puas jika pelayanan yang diberikan oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Jambi, sesuai dengan harapan pelanggan sehingga kualitas pelayanan menjadi salah satu faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Terdapat lima aspek kualitas pelayanan menurut Parasuraman (Kotler,

2002) yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*.

Pertama, aspek *reliability* kualitas pelayanan. Ketika pihak PDAM konsisten dengan pelayanan yang dijanjikan seperti melakukan pelayanan sesuai dengan waktu yang sudah ditentukan dan memberikan pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa ada kesalahan, maka diprediksikan pelanggan merasa puas dengan kinerja dari pihak PDAM karena apa yang diharapkan sesuai dengan yang didapatkan. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang dilakukan oleh Triastity dan Triyaningsih (2013) yang menunjukkan bahwa ada pengaruh yang positif dan signifikan antara *reliability* dengan kepuasan pelanggan dimana pelanggan akan puas dengan aspek kualitas pelayanan *reliability* yang diberikan oleh CV Satria Graha Karanganyar kepada pelanggan berupa kemudahan proses dalam transaksi jual beli, produk perumahan yang dijual sesuai dengan ukuran tipe rumah, serta bangunan yang disediakan tidak cepat rusak, hal tersebut sudah sesuai dengan yang dijanjikan oleh pihak perusahaan.

Kedua, aspek *responsiveness* kualitas pelayanan. Ketika petugas PDAM cepat tanggap dalam merespon permintaan dan keluhan pelanggan seperti ketika ada keluhan pelanggan, petugas PDAM cepat dalam menangani keluhan tersebut tanpa membuat pelanggan lama menunggu, maka diprediksikan pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan PDAM karena persepsi pelanggan mengenai pelayanan PDAM lebih positif. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Yuliarmi dan Riyasa (2007) menunjukkan hasil bahwa aspek *responsiveness* (ketanggapan) memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Denpasar, dimana pelanggan PDAM Kota Denpasar tidak merasa puas dengan

kinerja PDAM pada aspek *responsiveness*. Hal ini, dikarenakan tingkat kepuasan pelanggan mengenai kecepatan penanganan keluhan diberikan oleh pihak PDAM Kota Denpasar masih terbilang lambat dan memerlukan penanganan yang lebih serius yang menyebabkan tingkat kepuasan pelanggan pada aspek ini berada pada kategori tingkat kepuasan rendah.

Ketiga, aspek *assurance* kualitas pelayanan. Ketika pihak PDAM mampu memberikan jaminan pelayanan dengan kemampuan dan ketrampilan dalam menyampaikan informasi, memberikan keamanan dan dapat menanamkan kepercayaan pelanggan terhadap PDAM Tirta Muaro Jambi, dan petugas PDAM mampu bersikap sopan kepada pelanggan, maka diprediksikan pelanggan akan merasa puas dengan pelayanan PDAM karena merasa aman dan nyaman ketika berlangganan produk PDAM. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Farisman dan Satrio (2013) bahwa aspek *assurance* secara parsial berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan Faderal Internasional Finance Pos Tandes Surabaya walaupun aspek *assurance* memiliki pengaruh yang paling lemah diantara aspek-aspek pelayanan, hal tersebut dikarenakan ada beberapa pelanggan yang belum jelas mengenai prosedur pembayaran dan kurangnya komunikasi perusahaan kepada pelanggan mengenai pembayaran.

Keempat, aspek empati kualitas pelayanan. Ketika pihak PDAM memahami apa yang diinginkan dan dibutuhkan pelanggan, seperti petugas PDAM menanggapi keluhan pelanggan dengan penuh perhatian, maka diprediksikan pelanggan juga akan merasa nyaman dan puas dengan pelayanan yang diberikan pihak PDAM pelanggan karena merasa pihak PDAM peduli dengan apa yang

dibutuhkan. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Djatmiko dan Sabrina (2015) yang menemukan bahwa aspek empati berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Prudental Life Assurance Bandung, dimana pelanggan PT. Prudental Life Assurance Bandung merasa puas dengan kinerja petugas PT. Prudental Life Assurance Bandung sehingga secara keseluruhan aspek empati masuk dalam kategori sangat baik.

Kelima, aspek *tangible* kualitas layanan. Ketika pihak PDAM mampu memberikan sarana prasana yang nyaman seperti ketika pelanggan membayar tagihan petugas PDAM berpakaian rapih saat melayani pelanggan, lingkungan yang bersih, dan ruang tunggu yang nyaman, maka diprediksikan pelanggan akan merasa puas terhadap pelayanan pihak PDAM karena senang dan nyaman ketika antri saat membayar tagihan air. Sejalan dengan penelitian Soenaryo (2015) didapatkan bahwa *tangible* berpengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan PT. AJ Sequislife cabang Surabaya-Trusty, dimana pada penelitian ini pelanggan merasa puas dengan peralatan modern, fasilitas yang menarik, dan kerapihan pegawai PT. AJ Sequislife cabang Surabaya-Trusty.

Kepuasan pelanggan sangat penting bagi suatu perusahaan karena jika pelanggan tidak merasa puas maka pelanggan tersebut tidak akan memakai jasa perusahaan itu dan akan pindah ke perusahaan jasa yang lain. Hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Andriani dan Untarini (2015) mengenai pengaruh ketidakpuasan konsumen dan kebutuhan mencari variasi terhadap perpindahan merek *mobile broadband* yang menunjukkan bahwa ketidakpuasan konsumen memiliki hubungan positif dengan perpindahan merek secara langsung. Sejalan

dengan hal tersebut hasil penelitian yang dilakukan Almsalam (2014) menunjukkan bahwa ekspektasi pelanggan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan yang dirasakan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, dimana penting bagi pemasar untuk mengetahui harapan pelanggan mereka terlebih dahulu karena kegagalan dalam memenuhi atau melampaui ekspektasi dapat mengakibatkan ketidakpuasan.

Bersadarkan hasil penelitian Suharseno, Hidayat, dan Dewi (2013) mengenai pengaruh ketidakpuasan konsumen dan karakteristik kategori produk terhadap keputusan perpindahan merek dengan kebutuhan mencari variasi sebagai variabel moderasi yang menunjukkan bahwa ketidakpuasan konsumen dan karakteristik kategori produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap pengambilan keputusan konsumen atas perpindahan merek produk ponsel, serta kebutuhan untuk variasi dapat memoderasi pengaruh ketidakpuasan konsumen dan karakteristik produk kategori terhadap keputusan perpindahan merek produk ponsel.

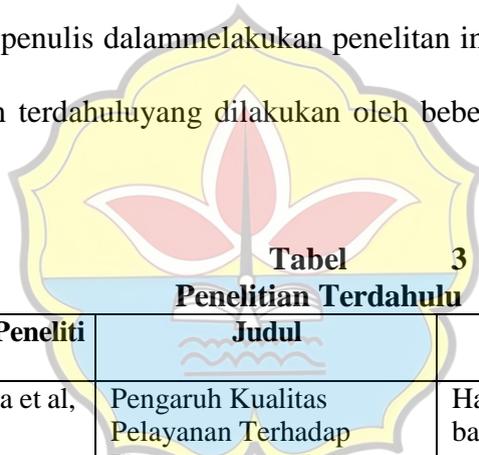
9. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu adalah upaya peneliti untuk mencari perbandingan selanjutnya untuk menemukan inspirasi baru untuk penelitian selanjutnya disamping itu kajian terdahulu membantu penelitian dalam memposisikan penelitian serta menunjukkan orsinalitas dari penelitian.

Penelitian terdahulu akan memudahkan kita dalam menentukan langkah-langkah yang sistematis untuk menyusun sebuah penelitian dari segi teori dan konsep. Kegiatan ini bertujuan untuk melihat persamaan dan perbedaan yang terdapat pada hasil penelitian penulis sebelumnya sehingga penulis dapat melihat

apa saja kekurangan dan kelebihan yang ada pada hasil penelitian yang penulis laksanakan, penelitian terdahulu yang diambil oleh peneliti haruslah relevan dengan judul atau topik penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti.

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan peneliti dalam melakukan penelitian sehingga peneliti dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dalam penelitian ini Selama pengamatan yang dilakukan penulis, ada beberapa hal yang ditemukan dari penelitian yang telah diteliti oleh peneliti lain atau penelitian terdahulu, penelitian tersebut menjadi sebuah acuan atau perbandingan oleh penulis dalam melakukan penelitian ini, maka penulis menelaah beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan oleh beberapa peneliti yaitu sebagai berikut:



Tabel 3
Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul	Hasil Penelitian
1	Paradhita et al, 2022	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang IKK Borongloe di Kabupaten Gowa	Hasil penelitian menunjukkan bahwa berdasarkan uji parsial variabel bukti langsung, reliabilitas, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. pada pengujian simultan masing-masing indikator kualitas pelayanan (bukti langsung, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

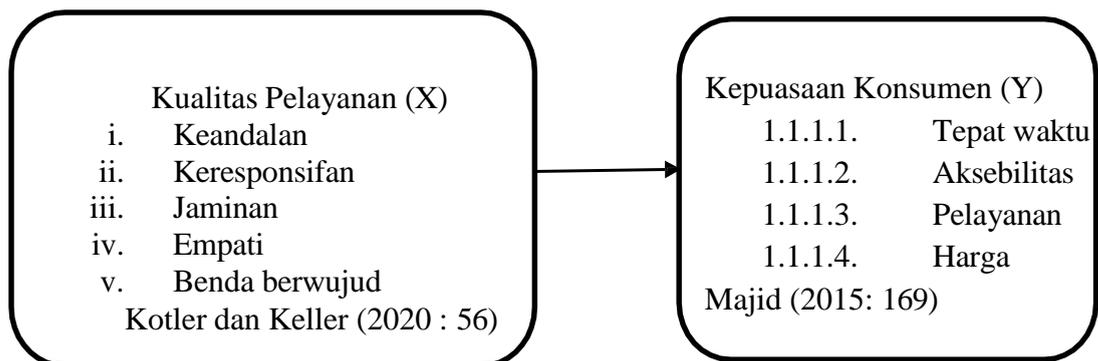
2	Lina Wahyuni Putri et al, 2023	Pengaruh CRM, Nilai Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Kota Kediri	Secara parsial dan simultan berpengaruh signifikan antara CRM, nilai pelanggan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kota Kediri. Hasil kebaruan penelitian ini adalah variabel yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan adalah CRM.
3	Daniel Kristian Pakpahan, 2023	Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penyediaan Air Bersih Berkualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Muara Tapanuli Utara	Penelitian ini juga mengungkapkan bahwa Kepuasan Pelanggan PDAM Muara Tapanuli Utara harus membutuhkan usaha yang besar dari Kualitas Pelayanan dan Penyediaan Air Bersih Berkualitas untuk dapat menghasilkan nilai yang positif.
4	Salma'a Radiarti, 2023	Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Air Bersih Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada PDAM Surya Sembada Kota Surabaya	Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan dapat diambil suatu kesimpulan bahwa Harga (X1) secara signifikan tidak berpengaruh parsial yang bernilai negatif dengan kepuasan pelanggan (Y) sedangkan kualitas pelayanan (X2) secara signifikan berpengaruh parsial yang bernilai positif terhadap kepuasan pelanggan

5	Gledis Liensky, 2022	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM)	<p>Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Tangible terhadap Kepuasan Pelanggan di PDAM Kota Dobo (2) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Responsiveness terhadap Kepuasan Pelanggan di PDAM Kota Dobo (3) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Reliability terhadap Kepuasan Pelanggan di PDAM Kota Dobo (4) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Assurance terhadap Kepuasan Pelanggan di PDAM Kota Dobo (5) Terdapat pengaruh positif dan signifikan Empathy terhadap Kepuasan Pelanggan di PDAM Kota Dobo.</p>
---	----------------------	--	---

2.1.3 Kerangka Pemikiran

Dari rumusan masalah yang terjadi maka dapat dirumuskan kerangka teoritis sebagai acuan dalam penelitian sebagai berikut:

Gambar 1 Kerangka Pemikiran



Keterangan :

X = kualitas pelayanan

Y = kepuasan konsumen

2.1.4 Hipotesis

Hipotesis berasal dari kata “*hypo*” yang berarti “dibawah” dan “*thesa*” yang berarti “kebenaran”. Hipotesis dapat didefinisikan sebagai jawaban sementara yang kebenarannya masih harus diuji atau rangkuman kesimpulan teoritis yang diperoleh dari tunjauan pustaka. Hipotesis juga merupakan proposisi yang akan diuji keberlakuannya atau merupakan satu jawaban sementara atas pertanyaan penelitian. Adapun hipotesis yang akan diajukan dalam penelitian ini adalah :

- H_a = diduga Ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirta Muaro Jambi.
- H_o = diduga Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirta Muaro Jambi.

2.2 Metode Penelitian

2.2.1 Jenis Data

1. Data primer adalah data yang diperoleh dari responden melalui kuesioner, kelompok fokus, dan panel, atau juga data hasil wawancara peneliti dengan narasumber. Data yang diperoleh dari data primer ini diolah lagi. Sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirta Muaro Jambi.
2. Data Sekunder data yang diperoleh dapat berupa studi literatur, buku,

jurnal, internet, studi kepustakaan lain. Data sekunder tersusun dalam arsip dokumenter yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan. Data sekunder dalam penelitian ini adalah arsip, dokumentasi, literaturperpustakaan lainnya.

2.2.2 Sumber data

Sumber data adalah subjek dari mana data dapat diperoleh. Sesuai dengan metode yang digunakan, maka yang menjadi sumber data dalam penelitian ini adalah hal-hal yang menyangkut kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirta Muaro Jambi.

2.2.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirta Muaro Jambi adalah seluruh pelanggan PDAM Tirta Muaro Jambi. Populasi ini mencakup semua rumah tangga, bisnis, dan institusi yang menjadi pelanggan PDAM Tirta Muaro Jambi, yang jumlahnya diperkirakan pada tahun 2023 mencapai ratusan pelanggan.

2. Sampel

Sampel dalam penelitian ini akan diambil dari populasi dengan menggunakan metode sampling yang tepat untuk memastikan bahwa sampel tersebut representatif. Mengingat ukuran populasi yang besar, teknik sampling yang mungkin digunakan adalah stratified random sampling atau simple random sampling.

a. Ukuran Sampel

Dengan jumlah populasi sebanyak 218 konsumen Pelanggan PDAM di Desa Tangkit Baru, maka penentuan besaran sampelnya dilakukan sebagai berikut:

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + Ne^2} \\&= \frac{218}{1 + 218 \times (0,1)^2} \\&= \frac{218}{1 + 218 \times (0,01)} \\&= \frac{218}{1 + 2,18} \\&= \frac{218}{3,19} \\n &= 68,55.\end{aligned}$$

Jadi Hasilnya adalah 68,55 dibulatkan menjadi 69.

Jadi berdasarkan perhitungan dari rumus slovin tersebut, maka jumlah sampel yang akan penulis ambil dalam penelitian ini adalah 69 konsumen Pelanggan PDAM di Desa Tangkit Baru. Adapun teknik teknik yang digunakan untuk pengambilan sampel yaitu dengan teknik *non-probability sampling* yang mana dalam penarikan sampel tidak penuh dilakukan dengan menggunakan hukum *probability* artinya bahwa tidak semua unit populasi memiliki kesempatan untuk dijadikan sampel penelitian.

b. Metode Pengambilan Sampel

1) Stratified Random Sampling

Populasi pelanggan PDAM dapat dibagi ke dalam beberapa strata berdasarkan kategori tertentu seperti jenis pelanggan (rumah tangga, bisnis, institusi), wilayah geografis, atau volume penggunaan air. Sampel diambil secara acak dari setiap strata sehingga setiap kelompok terwakili secara proporsional dalam sampel.

2) Simple Random Sampling

Setiap pelanggan PDAM memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel. Daftar pelanggan dapat diacak dan kemudian dipilih secara acak hingga mencapai ukuran sampel yang diinginkan.

c. Prosedur Pengumpulan Data

1) Penyusunan Kuesioner

Kuesioner yang dirancang untuk mengukur kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan akan disebar kepada sampel terpilih. Kuesioner tersebut akan mencakup pertanyaan mengenai berbagai aspek kualitas pelayanan seperti keandalan, daya tanggap, kepastian, empati, dan bukti fisik.

2) Distribusi Kuesioner

Kuesioner dapat disebar melalui berbagai cara seperti survei online, pengiriman melalui pos, atau distribusi langsung kepada pelanggan saat mereka melakukan pembayaran tagihan di kantor PDAM.

d. Pengumpulan dan Analisis Data

Data yang terkumpul akan dianalisis menggunakan metode statistik untuk menentukan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Analisis ini mungkin mencakup uji regresi, analisis korelasi, dan uji hipotesis lainnya. Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai bagaimana kualitas pelayanan mempengaruhi kepuasan pelanggan PDAM Tirta Muaro Jambi.

3. Metode pengumpulan data

Metode pengumpulan data adalah alat yang digunakan untuk mengumpulkan data dan fakta penelitian:

a. Angket (*Kuesioner*)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawab. Kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet. Adapun skala yang digunakan adalah skala Likert untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial. Jawaban setiap item yang menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi yang sangat positif sampai negatif, dan untuk keperluan analisis kuantitatif maka jawaban itu dapat diberi skor diantaranya.

SP : Sangat Puas (5)

P : Puas (4)

KP : Kurang Puas (3)

TP : Tidak Puas (2)

STP : Sangat Tidak Puas (1)

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan memanfaatkan data sekunder yang telah tersedia dalam perpustakaan, dari instansi yang diteliti atau dari tempat lain berupa dokumen-dokumen resmi seperti grafik dan arsip. Sementara data yang diperoleh dari sumber pustaka berupa bahan-bahan referensi, buku-buku, artikel, dan sebagainya yang sesuai dengan masalah yang dikaji.

4. Metode Analisis Data

Menurut Sugiyono analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan kedalam kategori, menjabarkan ke unit-unit, melakukan sintesa, menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain (Sugiyono, 2019).

Setelah pengumpulan data dilakukan, tahap selanjutnya adalah analisis data, dalam penelitian ini, analisis data yang dilakukan dari awal pada setiap aspek kegiatan penelitian. Analisis dilakukan sejak pengumpulan data dan dilakukan secara intensif, yaitu sesudah meninggalkan lapangan, pekerjaan menganalisis data memerlukan usaha pemusatan, perhatian dan pengarahan tentang fisik maupun pikiran peneliti.

a. Analisis Deskriptif

Dalam penelitian ini Analisis data yang digunakan adalah analisis data deskriptif. Analisis data deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum dan generalisasi (Sugiyono, 2019). Tujuan dari analisis data deskriptif adalah untuk mendeskripsikan atau menggambarkan suatu objek secara sesuai dengan keadaan yang sebenarnya mengenai sifat dan keterkaitan antar objek yang sedang diamati. (Jurnal Pembelajaran Fisika, 2019).

Untuk menganalisis permasalahan di atas digunakan skala penelitian dengan menghitung frekuensi skor setiap item pertanyaan. seperti yang dikemukakan (Umar, 2009) bahwa perhitungan skor setiap komponen yang diteliti dengan mengalihkan seluruh frekuensi data dengan nilai bobot.

Rumus yang digunakan adalah:

Skor terendah : Bobot terendah x Jumlah Sampel

Skor tertinggi : Bobot tertinggi x Jumlah Sampel

terendah = 1×69

= 69

Skor tertinggi = 5×69

= 345

Sedangkan untuk mencari rentang skala menurut Umar,

2009 digunakan rumus sebagai berikut:

$$\text{Rentang Skala} = \frac{n(m-1)}{M}$$

Dimana: RS = Rentang Skala

n = jumlah Sampel

m = jumlah Alternatif Jawaban Item

$$\text{Rentang skala} = \frac{69(5-1)}{5}$$

$$= \frac{276}{5}$$

$$= 55$$

Berdasarkan rumus rentang skala diatas, maka dapat dilihat kategori skorsebagai berikut:

Tabel 2.2
Rentang Skala

Skor	Keterangan
55- 64	Sangat Tidak Baik/Tidak Puas
65 -74	Tidak Baik/Tidak Puas
75 - 84	Cukup Baik/Cukup Puas
85 – 94	Baik/Puas
95-104	Sangat Baik/Sangat Puas

b. Analisis Verifikatif

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis linier sederhana adalah hubungan secara linier antara dua atau lebih variabel independen (X) dengan Variabel dependen (Y). analisis ini untuk mengetahui arah hubungan anatar variabel independen dengan variabel dependen apakah masing-masing variabel independen

berhubungan positif atau negatif dan untuk memprediksi nilai dari variabel dependen apabila nilai variabel dependen mengalami kenaikan atau penurunan. Data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio. Sugiyono (2010:10) untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Persamaan regresi linier sederhana sebagai berikut:

$$Y = \alpha + bX + e$$

Keterangan:

Y : Kepuasan Pelanggan

α : Nilai Konstanta

β : Koefisien Variabel Independen

X : Kualitas Pelayanan

e : Error

2. Uji Hipotesis t

Uji T untuk menguji pengaruh variabel bebas secara parsial terhadap variabel tergantung. Priyanto (2013 : 137). Hasil uji T dapat dilihat pada *output coefficients* dari hasil analisis regresi linier sederhana. Langkah-langkah uji T sebagai berikut:

a. Merumuskan Hipotesis

H_0 : $b_1 = b_2 = b_3$, diduga variabel independen secara parsial tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

H_a : $b_1 \neq b_2 \neq b_3$, diduga variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen.

- b. Menentukan t_{tabel} dengan menggunakan tingkat keyakinan 95%, $\alpha = 5\%$ df 1(jumlah variabel – 1), df 2 (n-k-1), (n adalah jumlah kasus dan k adalah jumlah variabel independen).

$t_{\text{hitung}} = \text{koefisien regresi} / \text{standar deviasi}$

1) Bila $T_{\text{tabel}} \leq T_{\text{hitung}}$, dan T_{hitung} variabel independen secara individual tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

2) Bila $T_{\text{hitung}} \geq T_{\text{tabel}}$, dan T_{hitung} variabel independen secara individual berpengaruh terhadap variabel dependen.

3) Menentukan variabel independen mana yang mempunyai pengaruh paling dominan terhadap variabel dependen, hubungan ini dapat dilihat dari koefisien regresinya

3 Koefisien Korelasi dan Determinasi

a. Koefisien Korelasi

Korelasi adalah analisis yang tersusun untuk mengetahui kekuatan hubungan antara satu variabel dengan variabel lainnya, baik hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat atau variabel terikat yang satu dengan variabel terikat lainnya atau variabel satu dengan variabel lainnya. Syekh (2011:87) Menurut Aima yang dikutip oleh Syekh, (2011:87) analisis korelasi adalah analisis yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan hubungan antara variabel (X) dengan variabel terikat (Y). Ukuran kekuatan hubungan tersebut dinamakan koefisien korelasi yang disimbolkan dengan r. Kisaran nilai r bervariasi antara -1 sampai dengan +1. Suatu hal yang perlu diingat bahwa apabila hasil

perhitungan korelasi minus (-) berarti korelasi negatif, apabila hasilnya positif (+) berarti korelasinya positif, apabila mendekati 1 (semakin mendekati 1) semakin kuat dan semakin mendekati 0 (nol) semakin lemah Syekh (2011:87). Sebagai gambaran berikut dipaparkan interpersi koefisien korelasi nilai r seperti tabel berikut:

Tabel 4
Tingkat Keeratan Hubungan

Interval Koefisien	Tingkat Keeratan Hubungan
0,70 – 1,00	Sangat Kuat
0,50 – 0,699	Kuat
0,30 – 0,499	Cukup
0,10 – 0,299	Lemah
0,00 – 0,099	Sangat Lemah

b. Koefisien Determinasi

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel bebas secara bersama-sama terhadap variabel tergantung. Koefisien determinasi menunjukkan seberapa besar persentase variasi variabel bebas yang digunakan dalam model mampu menjelaskan variasi variabel tergantung, Priyanto (2013:143). Besarnya koefisien determinasi dari 0 sampai dengan 1. Semakin mendekati 0 besarnya koefisien determinasi suatu persamaan regresi, maka semakin kecil pula pengaruh semua variabel independen terhadap nilai variabel dependen. Sebaliknya, semakin mendekati 1 besarnya koefisien determinasi suatu persamaan regresi, maka semakin besar pula pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen, Algifari(2009:228). Rumus yang dipakai adalah sebagai berikut:

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD : Koefisien Determinasi

R : Koefisien Korelasi

4 .Operasional Variabel

Operasional variabel adalah suatu definisi yang diberikan kepada suatu variabel dengan cara memberikan arti, atau menspesifikan kegiatan, ataupun memberikan suatu operasional yang diperlukan untuk mengukur variabel tersebut (Moh Nazir, 2005). Operasionalisasi variabel dibuat untuk memudahkan pengumpulan data dan menghindari perbedaan interpretasi serta membatasi ruang lingkup variabel, variabel harus didefinisikan secara operasional agar lebih mudah dicari hubungannya antara satu variabel dengan lainnya dan pengukurannya. Operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis indikator serta skala dari variabel – variabel yang terkait dalam penelitian. Sehingga pengujian hipotesis dengan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar sesuai dengan judul penelitian.

Operasional varibel merupakan definisi atau uraian-uraian yang menjelaskan dari suatu variabel-variabel yang akan diteliti dan mencakup indikator-indikator yang ada pada masing-masing variabel. Dengan adanya uraian tersebut maka peneliti akan lebih mudah mengukur variabel yang ada. Penjabaran operasional variabel dalam penelitian ini

secara singkat sebagai berikut:

Tabel 5
Operasional Variabel

Variabel	Definisi	Dimensi	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (X)	Kualitas pelayanan adalah sebuah kinerja yang dapat ditawarkan oleh seseorang kepada oranglain. (Kotler Dan Keller, 2020:6)	1. Keandalan	1. Layanan pembayaran 2. Penyelesaian masalah	Ordinal Ordinal
		2. Keresponsifan	3. Kesiediaan membantu pelanggan 4. Memberikan jasa dengan cepat	Ordinal Ordinal
		3. Jaminan	5. Kepercayaan 6. Pengetahuan	Ordinal Ordinal
		4. Empati	7. Perhatian secara personal	Ordinal
		5. Benda Berwujud	8. Perlengkapan 9. Sarana komunikasi	Ordinal Ordinal
Kepuasan Konsumen (Y)	Kepuasan atau ketidakpuasan konsumen merupakan perbedaan antara harapan (<i>expectation</i>) dan persepsi atau kinerja yang dirasakan (<i>perceived performance</i>). (Majid, 2015:69).	6. Harapan	10. Ketepatan waktu dalam memberikan pelayanan 11. Jadwal pelayanan yang diberikan	Ordinal Ordinal
		7. Kinerja	12. Kemudahan mendapat informasi 13. Proses pelayanan 14. Proses pemasangan pelanggan baru	Ordinal Ordinal Ordinal
		8. Perbandingan	15. Keramahan karyawan 16. Kesopanan karyawan	Ordinal Ordinal

		9.Penegasan	17.Promo diberikan 18.harga diberikan terjangkau	yang yang	Ordinal Ordinal
--	--	-------------	--	--------------	--------------------



BAB III

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

3.1 Sejarah Singkat PDAM Tirta Muaro Jambi (PDAM Unit Tangkit Baru)

PDAM Tirta Muaro Jambi merupakan bagian dari pemekaran PDAM Tirta Batanghari Kabupaten Batanghari yang semula bernama BPAMD Kabupaten Muaro Jambi yang terbentuk berdasarkan Keputusan Bupati Muaro Jambi Nomor: 24 tahun 2002. Pembentukan dan pendirian PDAM Tirta Muaro Jambi berdasarkan dengan PERDA Muaro Jambi No. 07 Tahun 2003 pada tanggal 13 Maret 2003. Tahun 2020 PDAM Tirta Muaro Jambi Kabupaten Muaro Jambi berubah menjadi Perusahaan Umum Daerah Air Minum Tirta Muaro Jambi Kabupaten Muaro Jambi sesuai dengan Peraturan Daerah Kabupaten Muaro Jambi Nomor 2 Tahun 2021 tanggal 2 Mei 2021 tentang Perusahaan Umum Daerah Air Minum Tirta Muaro Jambi. Bentuk hukum tersebut telah disesuaikan dengan PP Nomor 54 Tahun 2017 tentang BUMD. Kabupaten Muaro Jambi terletak pada posisi strategis, yaitu berada di wilayah belakang (hinterland) dan mengelilingi Kota Jambi, yang secara geografis berbatasan dengan:

1. Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Tanjung Jabung Barat dan Tanjung Jabung Timur.
2. Sebelah Selatan dengan Provinsi Sumatera Selatan.
3. Sebelah Barat dengan Kabupaten Batang Hari.
4. Sebelah Timur dengan Kabupaten Tanjung jabung Timur

Dari hal tersebut diatas, Perumda Air Minum Tirta Muaro Jambi sangat

prospektif untuk dikembangkan karena akan menunjang perkembangan pembangunan wilayah terutama dalam penyediaan air bersih bagi masyarakat. Kantor Pusat Perumda Air Minum Tirta Muaro Jambi berkedudukan di ibukota Kabupaten, yaitu kota Sengeti yang beralamat di Jalan Kemas Tabro Pasar Sengeti Kode Pos 36381. Perumda Air Minum Tirta Muaro Jambi, merupakan Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) Kabupaten Muaro Jambi yang bergerak dibidang pelayanan air minum/bersih. Secara struktural berkedudukan di bawah dan bertanggung jawab kepada Bupati melalui Dewan Pengawas.

Kabupaten Muaro Jambi merupakan daerah pemekaran dari Kabupaten Batang Hari yang terbentuk berdasarkan Undang-undang Nomor 54 Tahun 1999. Secara geografis Kabupaten Muaro Jambi berada pada 1 derajat 51' - 2 derajat 01' Lintang Selatan dan 103 derajat 15' - 104 derajat 30' Bujur Timur dengan luas wilayah 5.426 Km² dan merupakan 10,29% dari seluruh luas wilayah Provinsi Jambi. Adapun wilayah ini berada dalam batas – batas sebagai berikut :

- a. Sebelah Utara berbatasan dengan Kabupaten Tanjung Jabung Barat dan Tanjung Jabung Timur.
- b. Sebelah Selatan dengan Provinsi Sumatera Selatan.
- c. Sebelah Barat dengan Kabupaten Batang Hari.
- d. Sebelah Timur dengan Kabupaten Tanjung jabung Timur

Kabupaten Muaro Jambi memiliki posisi yang strategis, yaitu berada di wilayah belakang (*hiferland*) dan mengelilingi kota Jambi sebagai Ibukota Provinsi Jambi sehingga pembangunan pemukiman penduduk harus didukung dengan tersedianya air bersih bagi masyarakat.

3.2 Visi dan Misi PDAM Tirta Muaro Jambi (PDAM Unit Tangkit Baru)

3.2.1. Visi

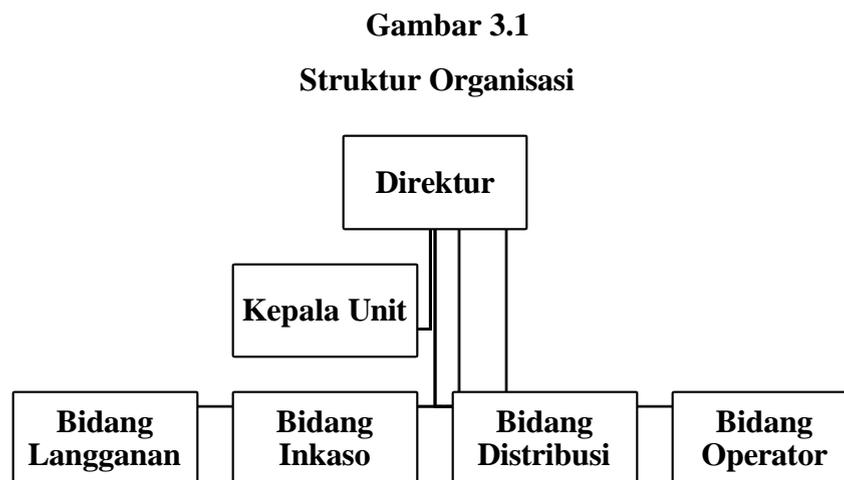
“Sehat, Mandiri, Profesional dan Sejahtera”.

3.2.2. Misi

1. Meningkatkan Kualitas, Kuantitas dan Kontinuitas Pelayanan;
2. Meningkatkan Cakupan Pelayanan;
3. Meningkatkan Kualitas dan Profesionalisme SDM;
4. Meningkatkan Kesejahteraan Pegawai dan Kepuasan Pelanggan (Masyarakat);
5. Meningkatkan Laba Perusahaan; dan
6. Memberikan Kontribusi terhadap Pembangunan Daerah.

3.3 Struktur Organisasi PDAM Tirta Muaro Jambi (PDAM Unit Tangkit Baru)

Adapun sutruktur organisasi PDAM Tirta Kuaro Jambi Unit Tangkit Baru dapat dilihat pada gambar berikut ini:



Sumber: PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru

Secara rinci tugas pokok dan fungsi PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru masing-masing bagian dan satuan kerja yang terdapa pada struktur organisasi tersebut dijabarkan sebagai berikut:

1. Direktur

Bertanggung jawab atas keseluruhan kebijakan dan arah perusahaan.
Mengawasi dan memberikan arahan kepada semua unit dan departemen.

2. Kepala Unit

Memimpin unit operasional dan bertanggung jawab langsung kepada Direktur. Memastikan seluruh departemen berjalan sesuai dengan tujuan dan kebijakan yang ditetapkan.

3. Bagian Langgan

Bertanggung jawab untuk menangani segala sesuatu yang berkaitan dengan pelanggan atau langganan, termasuk memperbarui langganan dan memastikan layanan pelanggan berjalan dengan baik.

4. Bagian Inkaso

Bertanggung jawab atas proses penagihan dan pengumpulan pembayaran dari pelanggan, serta memastikan pembayaran diterima tepat waktu dan mengelola arsip pembayaran.

5. Bagian Distribusi

Menangani pengaturan dan distribusi produk atau layanan kepada pelanggan, termasuk pengiriman tepat waktu dan pengelolaan logistik.

6. Bagian Operator

Bertanggung jawab dalam mengoperasikan sistem atau alat yang

digunakan untuk menjalankan proses internal perusahaan. Mereka memastikan semua sistem berjalan lancar dan memberikan dukungan teknis bila diperlukan.



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

4.1.1 Karakteristik Responden

Berikut ini adalah karakteristik responden yang digunakan sebagai sampel:

a. Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin

Tabel 4.1
Karakteristik Responden menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
Perempuan	35	50.7%
Laki-laki	34	49.3%
Jumlah	69	100%

Total ada 69 tanggapan, dan tabel di atas menggambarkan perincian berdasarkan jenis kelamin. Dengan 50,7% dari total tanggapan, kita dapat melihat bahwa jenis kelamin terwakili secara merata.

b. Karakteristik Responden menurut Umur

Tabel 4.2
Karakteristik Responden menurut Umur

Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
< 19	10	14.5%
19–25	30	43.5%
26–30	19	27.5%
31–35	10	14.5%
Jumlah	69	100%

Dapat melihat perincian responden berdasarkan kelompok usia pada tabel di atas. Orang-orang berusia antara 19 dan 25 tahun merupakan kelompok usia terbesar (43,5%), diikuti oleh mereka yang berusia antara 26 dan 30 tahun (27,5%). Hanya 14,3% responden berusia antara 31 dan 35 tahun, sementara 14,3% berusia di bawah 19 tahun.

c. Karakteristik Responden menurut Pendapatan

Tabel 4.3
Karakteristik Responden menurut Pendapatan

Kelompok Pendapatan (Rp)	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
< 1 Juta	15	21.7%
1 Juta – 2 Juta	25	36.2%
2 Juta – 3 Juta	15	21.7%
3 Juta – 5 Juta	9	13.0%
> 5 Juta	5	7.2%
Jumlah	69	100%

Pendapatan responden ditunjukkan pada tabel di atas. Kelompok pendapatan 1 juta sampai 2 juta Rupiah merupakan kelompok yang paling banyak didiami responden (36,2%), kemudian diikuti oleh kelompok kurang dari 1 juta (21,7%) dan 2 juta sampai 3 juta (21,7%). Kelompok pendapatan lebih tinggi (3 Juta – 5 Juta dan >5 Juta) memiliki persentase lebih kecil.

d. Karakteristik Responden menurut Lama Menjadi Konsumen

Tabel 4.4
Karakteristik Responden menurut Lama Menjadi Konsumen

Lama Menjadi Konsumen	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
< 1 Tahun	10	14.5%
1–2 Tahun	20	29.0%
2–3 Tahun	15	21.7%
3–5 Tahun	14	20.3%
> 5 Tahun	10	14.5%

Jumlah	69	100%
---------------	-----------	-------------

Sebaran responden berdasarkan lama menjadi konsumen dapat dilihat pada tabel di atas. Setelah kelompok dengan lama menjadi konsumen 2-3 tahun dan 3-5 tahun, responden yang paling banyak menjadi konsumen selama 1-2 tahun (29,0%). Kelompok dengan lama menjadi konsumen kurang dari 1 tahun dan lebih dari 5 tahun sebanyak 14,5% dari total responden.

4.1.2 Deskripsi Variabel Penelitian

4.1.2.1 Kualitas Pelayanan PDAM Tirta Muaro Jambi

Hasil jawaban responden memberikan gambaran tentang kualitas pelayanan PDAM Tirta Muaro Jambi sebagai berikut:

a. Keandalan

Berikut adalah hasil pertanyaan indikator keandalan yang diajukan kepada responden:

Tabel 4.5
Hasil Jawaban Responden Terhadap Indikator Keandalan

Item	Pernyataan	STB	TB	CB	B	SB	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
1	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru Menyediakan sistem pembayaran yang andal dan efisien		2	49	18		223	Baik
2	Menangani dan menyelesaikan masalah pelanggan dengan tepat		9	50	10		208	Baik

	waktu dan akurat.							
	Total						431	
	Rata-rata						215.5	Baik

Sumber: Hasil Olah Data Primer

Indikator Keandalan memberikan hasil positif untuk Unit Tangki Baru PDAM Tirta Muaro Jambi. Kedua pernyataan yang diukur terkait dengan sistem pembayaran yang andal dan efisien serta kemampuan menangani masalah pelanggan menunjukkan hasil yang mayoritas berada dalam kategori "Baik". Skor total untuk kedua pernyataan adalah 431, dengan rata-rata skor 215.5, yang menandakan bahwa kualitas layanan keandalan PDAM ini dinilai cukup memadai oleh responden.

b. Tanggapan

Berikut adalah tampilan hasil yang diperoleh dari indikator Respon:

Tabel 4.6
Hasil Jawaban Responden Terhadap Indikator Tanggapan

Item	Pernyataan	STB	TB	CB	B	SB	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
3	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru Tanggap dan siap membantu pelanggan dengan cepat.		33	26	10		210	Baik
4	Memberikan layanan dengan respons yang cepat dan efisien.		28	29	12		191	Cukup
5	Menanggapi pertanyaan dan		29	25	15		293	Sangat Baik

	permintaan pelanggan dengan tanggap dan segera memberikan solusi yang memuaskan.							
	Total						694	
	Rata-rata						231.3	Baik

Sumber: Hasil Olah Data Primer

Indikasi Respon memberikan peringkat "Baik" secara keseluruhan untuk Unit Tangki Baru PDAM Tirta Muaro Jambi, dengan satu pernyataan menerima nilai "Sangat Baik". Meskipun ada perbedaan penilaian pada setiap pernyataan, total skor keseluruhan adalah 694, dengan rata-rata skor 231.3, yang menunjukkan bahwa layanan tanggapan PDAM ini dinilai memadai oleh responden, meskipun ada beberapa area yang dapat ditingkatkan.

c. Jaminan dan Kepastian

Berikut adalah hasil dari indikator Jaminan dan Kepastian sebagaimana dilaporkan oleh responden:

Tabel 4.7
Hasil Jawaban Responden Terhadap Indikator Jaminan dan Kepastian

Item	Pernyataan	STB	TB	CB	B	SB	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
6	Memberikan jaminan akan kualitas dan keandalan layanan.		21	37	11		197	Cukup
7	Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup untuk memberikan layanan yang berkualitas.		13	45	11		205	Baik
8	Menyediakan garansi atau jaminan atas kualitas produk atau		30	28	11		188	Cukup

	layanan yang diberikan kepada pelanggan.							
9	Menjamin bahwa layanan disediakan sesuai dengan standar dan regulasi yang berlaku.	15	41	13			205	Baik
	Total						795	
	Rata-rata						198.75	Cukup Baik

Sumber: Hasil Olah Data Primer

Berdasarkan hasil jawaban responden terhadap indikator Jaminan dan Kepastian, PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru mendapatkan penilaian "Cukup Baik" secara keseluruhan. Beberapa pernyataan mendapat penilaian "Cukup", sementara lainnya dinilai "Baik". Total skor adalah 795 dengan rata-rata 198.75, yang menunjukkan bahwa meskipun ada beberapa kekuatan, masih terdapat area yang perlu ditingkatkan terkait jaminan kualitas, pengetahuan karyawan, dan garansi layanan yang diberikan.

d. Empati

Berikut adalah hasil indeks Empati berdasarkan tanggapan responden:

Tabel 4.8
Hasil jawaban responden terhadap indikator Empati

Item	Pernyataan	STB	TB	CB	B	SB	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
10	Memberikan perhatian yang personal kepada setiap pelanggan, memahami kebutuhan dan		12	43	14		209	Baik

	preferensi mereka.								
11	Berempati dan mengakomodasi kebutuhan pelanggan dengan memperhatikan situasi mereka.		30	32	7		184		Cukup
12	Mengadaptasi solusi sesuai dengan kebutuhan dan preferensi setiap pelanggan.		26	38	5		186		Cukup
	Total						579		
	Rata-rata						193		Cukup Baik

Sumber: Hasil Olah Data Primer

Berdasarkan hasil jawaban responden terhadap indikator Empati, PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru memperoleh penilaian "Cukup Baik" secara keseluruhan. Dua pernyataan mendapat penilaian "Cukup", sementara satu pernyataan dinilai "Baik". Total skor 579 dengan rata-rata 193 menunjukkan bahwa meskipun ada beberapa aspek yang sudah baik, masih terdapat ruang untuk peningkatan dalam memberikan perhatian lebih kepada kebutuhan dan situasi pelanggan.

e. Tampilan Fisik Pelayanan

Berikut adalah hasil dari indikator Penampilan Fisik Layanan sebagaimana dilaporkan oleh responden:

Tabel 4.9
Hasil jawaban responden terhadap indikator Tampilan Fisik
Pelayanan

Item	Pernyataan	STB	TB	CB	B	SB	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
13	Menyediakan perlengkapan dan fasilitas yang diperlukan untuk memberikan layanan yang berkualitas.		29	26	14		192	Cukup
14	Menyediakan sarana komunikasi yang efektif bagi pelanggan untuk mengakses informasi dan mendapatkan bantuan.		13	39	17		211	Baik
15	Menjaga kebersihan dan keteraturan lingkungan pelayanan untuk memberikan pengalaman yang nyaman bagi pelanggan.		12	36	21		216	Baik
16	Menjamin ketersediaan stok produk yang cukup untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.		37	23	9		179	Cukup
17	Mengupdate teknologi dan infrastruktur secara berkala untuk memastikan layanan yang terus berkualitas dan efisien.		35	25	9		181	Cukup

	Total		979	
	Rata-rata		195	Cukup Baik

Sumber: Hasil Olah Data Primer

Berdasarkan hasil jawaban responden terhadap indikator Tampilan Fisik Pelayanan, PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru mendapatkan penilaian "Cukup Baik" secara keseluruhan. Meskipun beberapa pernyataan mendapat penilaian "Baik", sebagian besar pernyataan dinilai "Cukup". Total skor 979 dengan rata-rata 195 menunjukkan bahwa ada beberapa area yang perlu diperbaiki, terutama dalam hal perlengkapan, fasilitas, dan pembaruan teknologi, untuk meningkatkan kualitas pelayanan fisik.

Tabel 4.10
Hasil Rekap Jawaban Responden Terhadap 17 Item Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Skor	Ket
Keandalan			
1	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru Menyediakan sistem pembayaran yang andal dan efisien.	223	Baik
2	Menangani dan menyelesaikan masalah pelanggan dengan tepat waktu dan akurat.	208	Baik
Tanggapan			
3	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru Tanggap dan siap membantu pelanggan dengan cepat.	210	Baik
4	Memberikan layanan dengan respons yang cepat dan efisien.	191	Cukup
5	Memberikan layanan dengan respons yang cepat dan efisien.	293	Sangat Baik
Jaminan dan Kepastian			
6	Memberikan jaminan akan kualitas dan keandalan layanan.	197	Cukup
7	Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup untuk memberikan layanan yang	205	Baik

	berkualitas.		
8	Menyediakan garansi atau jaminan atas kualitas produk atau layanan yang diberikan kepada pelanggan.	188	Cukup
9	Menjamin bahwa layanan disediakan sesuai dengan standar dan regulasi yang berlaku.	205	Baik
Empati			
10	Memberikan perhatian yang personal kepada setiap pelanggan, memahami kebutuhan dan preferensi mereka.	209	Baik
11	Berempati dan mengakomodasi kebutuhan pelanggan dengan memperhatikan situasi mereka.	184	Cukup
12	Mengadaptasi solusi sesuai dengan kebutuhan dan preferensi setiap pelanggan.	186	Cukup
Tampilan Fisik Pelayanan			
13	Menyediakan perlengkapan dan fasilitas yang diperlukan untuk memberikan layanan yang berkualitas.	192	Cukup
14	Menyediakan perlengkapan dan fasilitas yang diperlukan untuk memberikan layanan yang berkualitas.	211	Baik
15	Menjaga kebersihan dan keteraturan lingkungan pelayanan untuk memberikan pengalaman yang nyaman bagi pelanggan.	216	Baik
16	Menjamin ketersediaan stok produk yang cukup untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.	179	Cukup
17	Mengupdate teknologi dan infrastruktur secara berkala untuk memastikan layanan yang terus berkualitas dan efisien.	181	Cukup
Total		3478	
Skor		204.58	Baik

Sumber: Hasil Olah Data Primer

Keandalan, Respon, Jaminan dan Kepastian, Empati, dan Penampilan Fisik Layanan adalah lima dari tujuh belas pernyataan yang digunakan untuk mengevaluasi kualitas layanan di PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangki Baru. Kategori mutu pelayanan ditentukan dengan memberikan skor pada setiap pernyataan berdasarkan jawaban responden.

Secara keseluruhan, PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru mendapat

penilaian “Baik” dengan rata-rata skor 204.58, menunjukkan bahwa kualitas pelayanan umumnya memadai. Namun, ada beberapa area yang memerlukan perbaikan, terutama dalam indikator Jaminan dan Kepastian, Empati, dan beberapa aspek Tanggapan serta Tampilan Fisik Pelayanan. Berdasarkan penilaian Cukup untuk banyak pernyataan, jelas bahwa terdapat potensi perbaikan pelayanan pada area tersebut. Hal ini akan memungkinkan tercapainya mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan yang optimal.

Tabel 4.11
Rekap Jawaban Indikator Kualitas Pelayanan

Indikator	Skor Rata-rata	ket
Kehandalan	215.5	Baik
Tanggapan	231.3	Baik
Jaminan dan Kepastian	198.75	Cukup Baik
Empati	193	Cukup Baik
Tampilan Fisik Pelayanan	195	Cukup Baik

Sumber: Hasil Olah Data Primer

Berdasarkan rekap jawaban indikator kualitas pelayanan pada Tabel 4.11, PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru mendapatkan penilaian yang bervariasi. Indikator Keandalan dan Tanggapan masing-masing memperoleh skor rata-rata “Baik” dengan nilai 215.5 dan 231.3, menunjukkan pelayanan yang cukup memadai. Sementara itu, skor rata-rata untuk indikator Kepastian dan Kepastian, Empati, dan Penampilan Fisik Pelayanan adalah 195, dengan nilai masing-masing 198,75, 193, dan 195. Hal ini menunjukkan bahwa ada potensi perbaikan pada area tersebut, khususnya terkait jaminan kualitas, perhatian terhadap kebutuhan pelanggan, dan aspek fisik pelayanan. Dapat dikatakan bahwa Unit Tangki Baru PDAM Tirta Muaro Jambi memberikan pelayanan secara umum "Baik", namun ada beberapa hal yang dapat ditingkatkan agar dapat memenuhi atau melampaui harapan pelanggan.

4.1.2.2 Kepuasan Konsumen atau Pelanggan Produk PDAM Tirta Muaro Jambi

a. Harapan

Berikut ini adalah hasil indikator Harapan berdasarkan tanggapan responden:

Tabel 4.12
Hasil jawaban responden terhadap indikator Harapan

Item	Pernyataan	STP	TP	CP	P	SP	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
1	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru selalu memastikan layanan diberikan sesuai dengan waktu yang dijadwalkan		5	51	13		215	Puas
2	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru selalu menyediakan jadwal layanan yang jelas dan diikuti dengan tepat waktu.		18	41	10		199	Cukup
3	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru selalu menjamin bahwa setiap layanan diselesaikan dalam waktu yang telah diperkirakan.		27	35	7		187	Cukup
Total							601	

	Rata-rata		200,3	Puas
--	------------------	--	--------------	-------------

Sumber: Hasil Olah Data Primer

Secara keseluruhan, Unit Tangki Baru PDAM Tirta Muaro Jambi dinilai "Puas" berdasarkan hasil indikator Harapan, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4.12. Pada pernyataan pertama, tentang memastikan layanan diberikan sesuai jadwal, skor 215 mendapat penilaian "Puas". Perkembangan lainnya, pernyataan kedua tentang penyediaan jadwal layanan yang jelas mendapat skor 199, yang dinilai "Cukup", dan pernyataan ketiga mengenai penyelesaian layanan sesuai waktu yang diperkirakan mendapat skor 187 dengan penilaian "Cukup". Total skor adalah 601, dengan rata-rata skor 200,3, yang menunjukkan bahwa sebagian besar responden puas dengan ketepatan waktu pelayanan, meskipun ada beberapa area yang masih perlu perbaikan.

b. Kinerja

Berikut ini adalah tampilan hasil yang diperoleh dari indikator Kinerja sebagaimana yang diberikan oleh responden:

Tabel 4.13

Hasil jawaban responden terhadap indikator Kinerja

Item	Pernyataan	STP	TP	CP	P	SP	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
4	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru memberikan akses mudah bagi pelanggan untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.		22	37	10		195	Cukup
5	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru menyediakan proses pelayanan yang mudah diakses		28	30	11		190	Cukup

	dan dipahami oleh pelanggan.							
6	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru menyediakan proses pemasangan yang efisien dan mudah bagi pelanggan baru.		32	22	15		190	Cukup
7	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru menyediakan layanan pelanggan yang responsif dan mudah dijangkau untuk membantu kebutuhan informasi pelanggan.		36	25	8		179	Cukup
	Total						754	
	Rata-rata						188.5	Cukup Puas

Sumber: Hasil Olah Data Primer

Secara keseluruhan, Unit Tangki Baru PDAM Tirta Muaro Jambi dinilai "Cukup Puas" menurut hasil indikator Kinerja, sebagaimana ditunjukkan pada Tabel 4.13. Pada pernyataan pertama tentang akses mudah untuk mendapatkan informasi, skor 195 mendapat penilaian "Cukup". Pernyataan lainnya mengenai proses pelayanan yang mudah diakses (skor 190), proses pemasangan yang efisien (skor 190), dan layanan pelanggan yang responsif (skor 179) juga mendapat penilaian "Cukup". Meskipun layanan sudah baik dari segi aksesibilitas, masih ada beberapa hal yang perlu ditingkatkan untuk memperoleh kepuasan pelanggan yang lebih tinggi. Total skor adalah 754, dengan skor rata-rata 188,5.

c. Perbandingan

Berikut adalah hasil indikator Perbandingan berdasarkan tanggapan responden:

Tabel 4.14
Hasil jawaban responden terhadap indikator Perbandingan

Item	Pernyataan	STP	TP	CP	P	SP	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
8	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru memberikan layanan dengan sikap yang ramah dan bersahabat.		5	41	23		225	Puas
9	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru menjamin bahwa setiap pelanggan menerima layanan yang sama baiknya setiap saat.		7	40	22		222	Puas
Total							447	
Rata-rata							223.5	Puas

Sumber: Hasil Olah Data Primer

Menurut Tabel 4.14, evaluasi keseluruhan untuk Unit Tangki Baru PDAM Tirta Muaro Jambi adalah "Puas" berdasarkan tanggapan responden terhadap indikator Perbandingan. Pada pernyataan pertama mengenai layanan dengan sikap yang ramah dan bersahabat, skor 225 mendapat penilaian "Puas". Begitu pula pada pernyataan kedua tentang jaminan layanan yang sama baiknya untuk setiap pelanggan, dengan skor 222 yang juga dinilai "Puas". Pelanggan merasa senang dengan sikap dan konsistensi layanan yang diberikan, sebagaimana ditunjukkan oleh total skor 447, dengan skor rata-rata 223,5.

d. Penegasan

Berikut ini adalah hasil indikator Penegasan berdasarkan tanggapan

responden:

Tabel 4.15
Hasil jawaban responden terhadap indikator Penegasan

Item	Pernyataan	STP	TP	CP	P	SP	Skor	Ket
		1	2	3	4	5		
10	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru menetapkan harga yang sesuai dan terjangkau bagi pelanggan.		48	17	4		163	Cukup
11	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru menyediakan informasi harga yang jelas dan transparan tanpa biaya tersembunyi.		47	19	3		163	Cukup
	Total						326	
	Rata-rata						163	Cukup Pua s

Sumber: Hasil Olah Data Primer

Tabel 4.15 menunjukkan bahwa indikator Afirmasi menghasilkan peringkat keseluruhan "Cukup Puas" untuk Unit Tangki Baru PDAM Tirta Muaro Jambi. Pada pernyataan pertama tentang harga yang sesuai dan terjangkau bagi pelanggan, skor 163 mendapat penilaian "Cukup". Hal yang sama berlaku pada pernyataan kedua tentang informasi harga yang jelas dan transparan, dengan skor 163 dan penilaian "Cukup". Total skor adalah 326, dengan rata-rata skor 163, yang menunjukkan bahwa meskipun pelanggan merasa harga yang ditetapkan cukup

memadai, ada ruang untuk perbaikan dalam aspek keterjangkauan dan transparansi harga.

Tabel 4.16
Hasil Rekap Jawaban Responden Terhadap 11 Item Kepuasan
Konsumen atau Pelanggan

No	Pernyataan	Skor	Ket
Harapan			
1	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru selalu memastikan layanan diberikan sesuai dengan waktu yang dijadwalkan	215	Puas
2	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru selalu menyediakan jadwal layanan yang jelas dan diikuti dengan tepat waktu.	199	Cukup
3	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru selalu menjamin bahwa setiap layanan diselesaikan dalam waktu yang telah diperkirakan.	187	Cukup
Kinerja			
4	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru memberikan akses mudah bagi pelanggan untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.	195	Cukup
5	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru menyediakan proses pelayanan yang mudah diakses dan dipahami oleh pelanggan.	190	Cukup
6	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru menyediakan proses pemasangan yang efisien dan mudah bagi pelanggan baru.	190	Cukup
7	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru menyediakan layanan pelanggan yang responsif dan mudah dijangkau untuk membantu kebutuhan informasi pelanggan.	179	Cukup
Perbandingan			
8	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru memberikan layanan	225	Puas

	dengan sikap yang ramah dan bersahabat.		
9	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru menjamin bahwa setiap pelanggan menerima layanan yang sama baiknya setiap saat.	222	Puas
Penegasan			
11	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru menetapkan harga yang sesuai dan terjangkau bagi pelanggan.	163	Cukup
12	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru menyediakan informasi harga yang jelas dan transparan tanpa biaya tersembunyi.	163	Cukup
Total		2521	
Skor		180.07	Cukup Puas

Sumber: Hasil Olah Data Prime

Tabel 4.16 menunjukkan bahwa dari 11 faktor kepuasan konsumen, Unit Tangki Baru PDAM Tirta Muaro Jambi memperoleh skor rata-rata 180,07, yang dianggap sebagai peringkat "Cukup Puas". Pada indikator harapan, dua pernyataan mendapat penilaian "Puas" (skor 215 dan 199), namun satu pernyataan mendapat penilaian "Cukup" (skor 187). Pada indikator kinerja, semua pernyataan mendapatkan penilaian "Cukup" dengan skor berkisar antara 179 dan 195, menunjukkan kebutuhan untuk perbaikan dalam aksesibilitas dan responsivitas layanan. Pada indikator Perbandingan, kedua pernyataan mendapat penilaian "Puas" (skor 225 dan 222), menandakan kepuasan tinggi terhadap sikap ramah dan konsistensi layanan. Pada indikator Penegasan, kedua pernyataan terkait harga mendapat penilaian "Cukup" dengan skor 163, menunjukkan bahwa harga dan transparansi informasi harga perlu ditingkatkan. Singkatnya, temuan tersebut menunjukkan bahwa layanan yang ditawarkan oleh Unit Tangki Baru PDAM Tirta Muaro Jambi memuaskan; meskipun demikian, ada potensi untuk peningkatan,

khususnya terkait aksesibilitas dan harga.

Tabel 4.17
Rekap Jawaban Indikator Kepuasan Konsumen atau Pelanggan

Indikator	Skor Rata-rata	Ket
Harapan	200.3	Puas
Kinerja	188.5	Cukup Puas
Perbandingan	223.5	Puas
Penegasan	163	Cukup Puas

Sumber: Hasil Olah Data Primer

Tabel 4.17 menunjukkan bahwa Unit Tangki Baru PDAM Tirta Muaro Jambi menerima tanggapan beragam mengenai kepuasan konsumen. Skor rata-rata "Puas" untuk Harapan dan Perbandingan masing-masing adalah 200,3 dan 223,5, menunjukkan kepuasan konsumen terhadap ketepatan waktu, keramahan, dan konsistensi layanan. Namun, skor rata-rata "Cukup Puas" untuk Kinerja dan Penegasan, masing-masing 188,5 dan 163, menunjukkan adanya area yang perlu diperbaiki, terutama dalam aksesibilitas dan transparansi harga. Secara keseluruhan, layanan dianggap berkualitas baik, meskipun masih ada aspek yang dapat ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

4.1.3 Analisis Regresi Linier Sederhana

Berdasarkan nilai koefisien dalam tabel persamaan regresi linier sederhana yang dibuat untuk penelitian ini:

Tabel 4.18
Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.133.813	1.449.502		.782	.437
	Kualitas Pelayanan	.601	.038	.890	15.981	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Olah data SPSS 25

Pemodelan untuk penelitian ini dapat dilakukan dengan menggunakan nilai koefisien yang ditunjukkan dalam tabel persamaan regresi linier dasar di atas:

$$Y = 1.133.813 + 0.601 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

X = Kualitas Pelayanan

e = Error

Koefisien regresi kualitas layanan adalah 0,601 dalam persamaan regresi linier sederhana yang disajikan sebelumnya. Ini berarti bahwa, jika semua hal lain sama, akan ada peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,601 unit untuk setiap peningkatan 1 unit kualitas layanan (X).

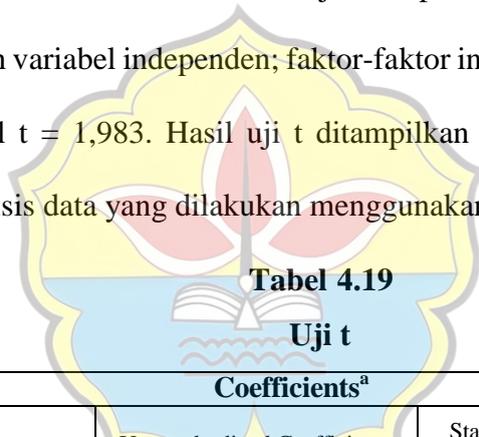
Kepuasan pelanggan (Y) diharapkan sebesar 1.133.813 ketika variabel independen, Kualitas Layanan, ditetapkan menjadi nol, menurut hasil analisis regresi linier sederhana. Variabel Kualitas Layanan memiliki koefisien regresi positif sebesar 0,601. Oleh karena itu, peningkatan tingkat layanan yang diberikan akan menghasilkan pelanggan yang lebih bahagia, yang menunjukkan adanya korelasi positif antara keduanya. Sederhananya, kepuasan klien berbanding lurus dengan kualitas layanan yang baik yang ditawarkan.

Variabel Kualitas Layanan memiliki nilai t sebesar 15,981 dan nilai Sig. sebesar 0,000. Kita dapat mengatakan bahwa koefisien regresi signifikan secara statistik karena nilai signifikansinya lebih rendah dari 0,05. Oleh karena itu, tingkat kebahagiaan yang dirasakan oleh pelanggan sangat terkait dengan kualitas layanan

yang mereka terima. Dan dengan angka yang sangat kecil yang menunjukkan seberapa tepat estimasi koefisien tersebut, koefisien kesalahan standar sebesar 0,038 menunjukkan tingkat akurasi estimasi yang tinggi.

4.1.4 Uji Hipotesis (Uji t)

Jika ingin menunjukkan bahwa satu variabel (X) memengaruhi variabel lain (Y) dalam hal kepuasan pelanggan (Y), Anda dapat menggunakan uji-t. Dengan tingkat signifikansi tertentu (α) dan $dk = n = k-1$, tabel distribusi t dapat dibaca untuk memperoleh tabel t. Di sini, n adalah jumlah pasangan data (unit penelitian) dan k adalah jumlah variabel independen; faktor-faktor ini berjumlah 98 ketika $100-1-1 = 98$ dan tabel t = 1,983. Hasil uji t ditampilkan dalam tabel berikut yang diperoleh dari analisis data yang dilakukan menggunakan SPSS versi 15:



Tabel 4.19
Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	1.133.813	1.449.502		.782	.437
	Kualitas Pelayanan	.601	.038	.890	15.981	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: hasil olah data menggunakan SPSS 25

Jika variabel independen, Kualitas Layanan (X), tidak ada atau bernilai nol, variabel dependen, Kepuasan Pelanggan (Y), diperkirakan sebesar 1.133.813 (nilai konstanta 1.133.813), menurut analisis regresi. Meskipun demikian, konstanta ini tidak signifikan secara statistik, karena nilai t-nya sebesar 0,782 dan nilai Sig. sebesar 0,437 keduanya lebih besar dari 0,05.

Meningkatkan Kualitas Layanan sebesar satu unit akan meningkatkan

Kepuasan Pelanggan sebesar 0,601 unit, menurut koefisien regresi sebesar 0,601. Kualitas Layanan memiliki nilai $t=15,981$, yang jauh lebih tinggi dari nilai t -tabel sebesar 1,983. Terdapat hubungan yang signifikan secara statistik antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai signifikansi (Sig.) sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05.

Koefisien Kualitas Layanan memiliki standar error yang sangat kecil yaitu 0,038, yang menunjukkan bahwa parameter regresi diestimasi dengan tingkat presisi yang baik. Kualitas layanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang sangat kuat dan positif, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai Beta sebesar 0,890.

Penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang substansial antara variabel Kualitas Layanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y). Nilai t yang dihitung (15,981) lebih besar dari nilai t tabel (1,983), dan tingkat signifikansi (0,000) lebih rendah dari nilai kritis (0,05), yang keduanya membuktikan hal ini. Hasilnya, kami menerima hipotesis nol bahwa kualitas layanan memang memengaruhi kebahagiaan pelanggan.

4.1.5 Koefisien Korelasi dan Determinasi

Nilai R^2 menunjukkan koefisien determinasi. Angka ini menunjukkan seberapa besar variasi total dalam variabel dependen dapat dijelaskan oleh hubungan linier dengan variabel independen; variabel lain menjelaskan variasi yang tersisa. Model ringkasan berikut menampilkan hasil perhitungan SPSS untuk koefisien determinasi:

Tabel 4.20
Koefisien Korelasi dan Deternimasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.890 ^a	.792	.789	31263.867
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

Sumber: hasil oleh data menggunakan SPSS 25

Hubungan yang sangat signifikan dan positif antara Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan ditunjukkan oleh hasil pengujian, yang menunjukkan nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,890. Peningkatan kepuasan pelanggan berbanding lurus dengan peningkatan kualitas layanan, karena kekuatan dan kepositifan hubungan antara kedua variabel meningkat saat mendekati 1. Dengan nilai R² sebesar 0,792, kita dapat melihat bahwa variabel Kualitas Layanan menjelaskan sekitar 79,2% dari varians atau perubahan dalam Kepuasan Pelanggan. Ini menunjukkan bahwa Kualitas Layanan secara signifikan memengaruhi Kepuasan Pelanggan, dengan variabel lain yang menyumbang 20,8% sisanya. Dengan mempertimbangkan jumlah total variabel dalam model, nilai R Square yang Disesuaikan sebesar 0,789 memberikan gambaran yang lebih jelas tentang kekuatan hubungan di antara keduanya. Meskipun sedikit lebih rendah dari R², angka ini menunjukkan bahwa model regresi secara memadai menjelaskan variasi dalam Kepuasan Pelanggan. Terakhir, kesalahan standar estimasi sebesar 31.263,867 menunjukkan deviasi rata-rata atau kesalahan prediksi antara nilai yang diamati dan perkiraan model. Skor ini menunjukkan bahwa ada potensi bagi model untuk ditingkatkan, tetapi masih dapat memperkirakan kepuasan pelanggan dengan sangat

baik.

Nilai R sebesar 0,890 menunjukkan hubungan yang sangat positif antara Kualitas Layanan dan Kepuasan Pelanggan dalam model regresi, seperti yang ditunjukkan pada Tabel 4.7. Dampak substansial dari variabel independen terhadap variabel dependen ditunjukkan oleh fakta bahwa Kualitas Layanan dapat menjelaskan sekitar 79,2% dari variasi dalam Kepuasan Pelanggan. Nilai R² yang Disesuaikan dan Kesalahan Standar menunjukkan bahwa model ini tidak sepenuhnya menjelaskan variabilitas dalam kepuasan pelanggan, yang menunjukkan bahwa ada faktor tambahan yang berperan.

4.1.6 Pembahasan

1. Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan pada PDAM TIRTA Muaro Jambi

Pemeriksaan hubungan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan menggunakan regresi linier dasar mengungkapkan korelasi yang kuat. Peningkatan kualitas pelayanan sebesar satu satuan akan menyebabkan peningkatan kepuasan pelanggan sebesar 0,601 satuan, berdasarkan koefisien regresi sebesar 0,601. Nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih rendah dari taraf signifikansi 0,05, memperkuat temuan ini. Hal ini menunjukkan signifikansi kualitas pelayanan dalam menentukan kebahagiaan konsumen. Bahkan ketika kualitas pelayanan bernilai nihil, nilai konstanta sebesar 1.133.813 menunjukkan bahwa pelanggan tetap merasa puas. Meskipun demikian, taraf signifikansi konstanta ini sebesar 0,437 menunjukkan bahwa pengaruhnya tidak signifikan secara statistik. Dengan demikian, peningkatan

kualitas pelayanan merupakan tujuan utama dalam meningkatkan kebahagiaan pelanggan. Variabel kualitas pelayanan memiliki nilai t yang secara signifikan lebih besar (15,981) dibandingkan dengan nilai t tabel (1,983). Hal ini memperkuat gagasan bahwa kualitas pelayanan PDAM Tirta Muaro Jambi memiliki pengaruh yang besar terhadap kebahagiaan pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji korelasi, nilai R sebesar 0,890 menunjukkan adanya hubungan yang sangat signifikan dan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Dengan nilai R^2 sebesar 0,792, dapat terlihat bahwa kualitas pelayanan memiliki kontribusi sebesar 79,2% terhadap varians kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 20,8% disebabkan oleh faktor lain. Dengan nilai Adjusted R^2 sebesar 0,789, model regresi memberikan penjelasan yang kuat terhadap korelasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Meskipun terdapat penyimpangan atau galat prediksi yang ditunjukkan dengan nilai Standard Error of the Estimate sebesar 31.263,867, model ini tetap berguna untuk menggambarkan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Terdapat korelasi yang sangat signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan, yang ditunjukkan dengan nilai koefisien Beta sebesar 0,890. Kepuasan pelanggan berbanding lurus dengan kualitas pelayanan PDAM TIRTA Muaro Jambi.

Penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan PDAM TIRTA Muaro Jambi secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan. Oleh

karena itu, jika Anda menginginkan lebih banyak pelanggan yang puas, Anda perlu fokus untuk memberikan layanan yang lebih baik. Meningkatkan aspek-aspek penting layanan termasuk waktu respons, keandalan, dan keramahan pelanggan dapat membantu mencapai tujuan ini.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Sejumlah kesimpulan dapat diambil dari analisis data:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Dalam hal PDAM Tirta Muaro Jambi, kebahagiaan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas layanan. Nilai koefisien regresi sebesar 0,601 menunjukkan hal ini, yang berarti bahwa kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,601 satuan untuk setiap peningkatan 1 satuan kualitas layanan. Kesimpulan bahwa pengaruh ini signifikan secara statistik diperkuat oleh nilai t estimasi (15,981), yang lebih besar dari t tabel (1,983), dan nilai signifikansi sebesar 0,000 ($<0,05$).

2. Hubungan antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Hubungan positif yang sangat signifikan antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan ditunjukkan oleh koefisien korelasi (R) sebesar 0,890. Dengan R² sebesar 0,792, kita dapat melihat bahwa kualitas layanan menjelaskan 79,2% varians dalam kepuasan pelanggan, sementara variabel lain yang tidak diperhitungkan menjelaskan 20,8% sisanya.

3. Model Regresi

Kepuasan Pelanggan (YY), Kualitas Layanan (XX), dan Kesalahan (ee) adalah variabel yang membentuk model regresi sederhana yang disusun, yang dinyatakan sebagai $Y=1.133.813+0,601X+e$.

4. Faktor Konstanta

Nilai konstanta (1.133.813) menunjukkan tingkat kepuasan pelanggan yang tetap ada meskipun kualitas pelayanan bernilai nol. Namun, pengaruh konstanta ini tidak penting dari sudut pandang statistik (Sig. = 0,437 > 0,05).

5.2. Saran

Berikut ini adalah beberapa rekomendasi bagi PDAM Tirta Muaro Jambi untuk meningkatkan standar layanannya, yang diperoleh dari temuan-temuan tersebut di atas:

1. Peningkatan dimensi kualitas pelayanan dalam penyediaan air mencakup beberapa aspek penting: memastikan keandalan pasokan air yang stabil dan berkualitas sesuai standar pelanggan, meningkatkan responsivitas melalui sistem pelaporan online untuk tanggapan cepat terhadap keluhan, melatih karyawan agar lebih ramah dan peduli, serta memperbaiki infrastruktur dan menyediakan fasilitas yang nyaman, seperti ruang tunggu dan layanan pembayaran yang efisien. Semua ini bertujuan untuk menciptakan pengalaman pelayanan yang lebih baik bagi pelanggan.
2. Pengembangan sistem pelayanan meliputi implementasi sistem digital untuk memudahkan pembayaran, pelaporan keluhan, dan akses informasi layanan, serta pemanfaatan media sosial untuk komunikasi cepat dengan pelanggan. Evaluasi kinerja dilakukan melalui survei kepuasan pelanggan dan penyusunan indikator kinerja utama (Key Performance Indicators) untuk memantau perbaikan. Selain itu, pengelolaan faktor eksternal penting untuk mengendalikan variabel yang memengaruhi kepuasan pelanggan,

seperti harga layanan, peraturan bisnis, dan kemurnian air.

Dengan fokus pada peningkatan kualitas pelayanan, PDAM Tirta Muaro Jambi diharapkan dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan, mempertahankan loyalitas pelanggan, dan memperkuat citra perusahaan.



DAFTAR PUSTAKA

- Ammerinda, T. (2017). **Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Klinik Kecantikan Nadindra Di Bandar Lampung.** Skripsi, Universitas Lampung Bandar Lampung.
- Anandar, A., & Putri, B. (2015). **Peran BUMD dalam Pengelolaan Sumber Daya Air: Studi Kasus PDAM.** Jakarta: Penerbit Nusantara.
- Anandar, A., & Putri, B. (2022). **Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan PDAM.** Jakarta: Penerbit Nusantara.
- Arikunto, S. (2010). **Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik.** Jakarta: Rineka Cipta.
- Ariyanto, A. (2023). **Manajemen Pemasaran.** In Widina Bhakti Persada Bandung.
- Assauri, S. (2015). **Manajemen Pemasaran: Dasar, Konsep, dan Strategi.** Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Didih, S. (2011). **Promosi Efektivitas Menggugah Minat dan Layanan Pelanggan.** Jakarta: PT Suka Buku.
- Dina Mayangsari, Rizky Eka Febriansah, & Dewi Komala Sari. (2024). **Analisis Bauran Pemasaran Jasa terhadap Keputusan Pembelian pada Apartemen Tamansari Prospero Sidoarjo.** *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(9), 6930–6951.
<https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i9.4138>

Dr. Teddy Chandra, SE., MM Stefani Chandra, B.Bus.Com, MIB Layla Hafni, S, SE, MM. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis, Angewandte Chemie International Edition, 6(11), 951–952.*

Esmailpour, M., Zadeh, A. S., & Hoseini, S. A. (2018). *Customer satisfaction conceptualization. Journal of Business Research, 12(2), 45-59.*

Fandi Tjiptono. (2005). **Pemasaran Jasa.** Malang: Banyu Media.

Fandi Tjiptono, Anastasia Diana, (2022). **Manajemen dan Strategi Kepuasan Konsumen.** Yogyakarta: CV Andi Offset.

Gerson, R. F. (2008). **Mengukur Kepuasan Pelanggan: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.** Diterjemahkan oleh Yenita. Jakarta: PPM.

Gerson, R. F. (2021). **Mengukur Kepuasan Pelanggan: Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan.** Diterjemahkan oleh Yenita. Jakarta: PPM.

Gledis, L. (2022). **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM).**

Gutosudomo, I. (2017). **Manajemen Pemasaran.** Yogyakarta: BPFE.

Harjanto, R. N. (2010). **Analisis Pengaruh Harga, Produk, Kebersihan, dan Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus restoran**

- Mamamia cabang Mrican**). Skripsi, Universitas Diponegoro Semarang.
- Keller. (2010). **Brand Utility. Telaah Manajemen**, Vol 1, Edisi 2, Semarang.
- Kotler, P. (2000). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Prenhallindo.
- Kotler, P. (2015). **Manajemen Pemasaran. Jilid II. Edisi Kesebelas**. Alih Bahasa Benyamin Molan. Jakarta: Indeks.
- Kotler, P. (2016). *Marketing Management. America: Global Edition*.
- Kotler, P. (2017). *Marketing Management. Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall*.
- Lita, R. P. (2010). **Pengaruh Implementasi Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Proses Keputusan Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata Di Kota Padang**. 2(2), 91–99
- Lupiyoadi, R. (2001). **Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik**. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2013). **Manajemen Pemasaran Jasa (Praktik dan Teori)**. Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R. (2019). **Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktik**. Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, A. (2006). **Manajemen Pemasaran Jasa**. Jakarta: PT. Salemba Empat.

Martono, N. (2017). **Metode Penelitian Kuantitatif**. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.

McKinsey & Company. (2022). **Customer Experience: Trends and Insights**.
McKinsey & Company.

Mulyadi. (2007). **Manajemen dan Kewirausahaan**. Jakarta: Salemba Empat.
Muri Yusuf. (2019). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan. Jakarta: PRENADAMEDIA GROUP.

Nam, J., Ekinci, Y., & Whyatt, G. (2020). *Understanding customer satisfaction: A study on service quality and customer retention*. *International Journal of Hospitality Management*, 85, 102-115.

Nazir, M. (2005). **Metode Penelitian**. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Pakpahan, D. K. (2023). **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penyediaan Air Bersih Berkualitas Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Muan Na Tio Tapanuli Utara**.

Paradhita, D., Wahyuni, L., Putri, S., & Liensky, G. (2022). **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang IKK Borongloe di Kabupaten Gowa**.

Putri, L. W., et al. (2023). **Pengaruh CRM, Nilai Pelanggan, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Kota Kediri**.

Priansa, D. J. (2017). **Prilaku Konsumen Dalam Persaingan Bisnis Kontemporer**. Bandung: Alfa Beta.

Putro, S. W. (2014). **Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya**. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(5).

Radiarti, S. (2023). **Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Air Bersih Terhadap Kepuasan Masyarakat Pada PDAM Surya Sembada Kota Surabaya**.

Sangadji, E. M., & Sopiah. (2013). **Perilaku Konsumen**. Yogyakarta: CV. Andi Offset.

Santoso, R., Shinta, R., & Fianto, A. Y. A. (2019). **Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Keputusan Berkunjung Ke Wisata Bahari Jawa Timur**. *Jurnal MEBIS (Manajemen Dan Bisnis)*, 4(2), 73–86.
<https://doi.org/10.33005/mebis.v4i2.56>

Sarwono, J. (2006). **Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif**. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Siregar, S. (2017). **Metode Penelitian Kuantitatif**. Jakarta: Kencana.

Sugiyono. (2017). **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D**. Bandung: Alfabeta.

Supranto, J. (2006). **Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk**

Menaikkan Pangsa Pasar. Jakarta: Penerbit Rineka Cipta.

Supratno, J. (2017). **Pengantar Statistik Untuk Berbagai Bidang Ilmu.** Jakarta: PT. Grafindo Persada.

Suryadi, D. (2011). **Promosi Efektivitas Menggugah Minat dan Layanan Pelanggan.** Jakarta: PT. Suka Buku.

Suryaningtiyas, H., Harahab, N., & Riniwati, H. (2023). *The impact of service quality on customer satisfaction: Evidence from PDAM. Journal of Service Management*, 34(1), 123-140.

Tirra, A. (2017). **Pengaruh Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Donat Madu (Studi Pada Konsumen CV Donat Madu Cihanjung-Pekanbaru).** *Jurnal Jom FISIP*, 4(2).

Tjiptono, F. (2002). **Manajemen Pemasaran.** Jakarta: Johnny Andrean.
Tjiptono, F. (2005). Manajemen Jasa. Yogyakarta: Andi.

Yamit, Z. (2010). **Manajemen Kualitas Produk dan Jasa.** Yogyakarta: Penerbit Ekonisia.

Zendesk. (2022). *Customer Service Trends and Insights.* Zendesk.

LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuisisioner

A. Kuisisioner Khusus Petunjuk

Berilah tanda centang (√) sesuai pendapat anda.

Keterangan:

STB/STP : Sangat Tidak Baik/ Sangat Tidak Puas

TB/TP : Tidak Baik/Tidak Puas

CB/CP : Cukup Baik/Cukup Puas

B/P : Baik/Puas

SB/SP : Sangat Baik/Sangat Puas

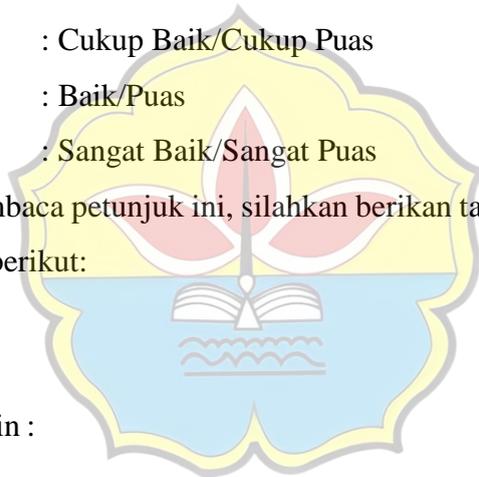
Setelah membaca petunjuk ini, silahkan berikan tanggapan anda pada setiap pernyataan berikut:

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

Alamat :



1. Kualitas Pelayanan

No	Pernyataan	Kategori				
		STB (1)	TB (2)	CB (3)	B (4)	SB (5)
Keandalan						
1	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru Menyediakan sistem pembayaran yang andal dan efisien.					
	Menangani dan menyelesaikan masalah pelanggan dengan tepat waktu dan akurat.					
Tanggapan						
2	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru Tanggap dan siap membantu pelanggan dengan cepat.					
	Memberikan layanan dengan respons yang cepat dan efisien.					
	Menanggapi pertanyaan dan permintaan pelanggan dengan tanggap dan segera memberikan solusi yang memuaskan.					
Jaminan dan Kepastian						
3	Memberikan jaminan akan kualitas dan keandalan layanan.					
	Karyawan memiliki pengetahuan yang cukup untuk memberikan layanan yang berkualitas.					
	Menyediakan garansi atau jaminan atas kualitas produk atau layanan yang diberikan kepada pelanggan.					
	Menjamin bahwa layanan disediakan sesuai dengan standar dan regulasi yang berlaku.					
Empati						
4	Memberikan perhatian yang personal kepada setiap pelanggan, memahami kebutuhan dan preferensi mereka.					
	Berempati dan mengakomodasi kebutuhan pelanggan dengan memperhatikan situasi mereka.					
	Mengadaptasi solusi sesuai dengan kebutuhan dan preferensi setiap pelanggan.					
Tampilan Fisik Pelayanan						
5	Menyediakan perlengkapan dan fasilitas yang diperlukan untuk memberikan layanan yang berkualitas.					
	Menyediakan sarana komunikasi yang efektif bagi pelanggan untuk mengakses informasi dan mendapatkan bantuan.					

	Menjaga kebersihan dan keteraturan lingkungan pelayanan untuk memberikan pengalaman yang nyaman bagi pelanggan.					
	Menjamin ketersediaan stok produk yang cukup untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.					
	Mengupdate teknologi dan infrastruktur secara berkala untuk memastikan layanan yang terus berkualitas dan efisien.					



2. Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	Kategori				
		STP (1)	TP (2)	CP (3)	P (4)	SP (5)
6	Harapan					
	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru selalu memastikan layanan diberikan sesuai dengan waktu yang dijadwalkan					
	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru selalu menyediakan jadwal layanan yang jelas dan diikuti dengan tepat waktu.					
	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru selalu menjamin bahwa setiap layanan diselesaikan dalam waktu yang telah diperkirakan.					
7	Kinerja					
	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru memberikan akses mudah bagi pelanggan untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan.					
	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru menyediakan proses pelayanan yang mudah diakses dan dipahami oleh pelanggan.					
	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru menyediakan proses pemasangan yang efisien dan mudah bagi pelanggan baru.					
8	Perbandingan					
	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru memberikan layanan dengan sikap yang ramah dan bersahabat.					
	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru menjamin bahwa setiap pelanggan menerima layanan yang sama baiknya setiap saat.					
	Penegasan					
9	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru menetapkan harga yang sesuai dan terjangkau bagi pelanggan.					
	PDAM Tirta Muaro Jambi Unit Tangkit Baru menyediakan informasi harga yang jelas dan transparan tanpa biaya tersembunyi.					

Lampiran 2

Dokumentasi

