

Influence of Service Quality Towards Customer Satisfaction Level Study At PT. Murakata Lestari Air Minum (Perseroda) Barabai District, Hulu Sungai Tengah Regency

Nurul Hasanah^{1*}, Ary Yudianto², Haris Fadillah³, Muhammad Egi Turahman⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Administrasi Bisnis Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai, Indonesia

*Corresponding Author: nurularief2024@gmail.com

Submitted: 10/01/2026; Accepted: 18/04/2026; Published: 30/04/2026

Abstract: *This research analyzes the influence of service quality on customer satisfaction at PT. Air Minum Murakata Lestari (PERSERODA) in Barabai District, Hulu Sungai Tengah Regency. The availability of quality clean water is crucial, and service quality determines the company's reputation and customer satisfaction. The study aims to identify and analyze the impact of service quality on customer satisfaction. Employing a quantitative approach with a survey method, this research involved 20 customer respondents. Data were analyzed using simple linear regression, validity, reliability, normality tests, F-test, t-test, and determination (R²). The results indicate that service quality significantly and positively influences customer satisfaction, with a regression test significance value of $0.003 < 0.05$, $F_{\text{calculated}} 64.279 > F_{\text{table}} 3.55$, and $t_{\text{calculated}} 7.069 > t_{\text{table}} 1.724$. Thus, the alternative hypothesis H_a is accepted, and the null hypothesis H_o is rejected. Service quality explains 41% of the variation in customer satisfaction. This study emphasizes the importance of service quality in shaping customer satisfaction for clean water providers, offering strategic input for service improvement tailored to customer needs*

Keywords: *Service Quality, Customer Satisfaction*

PENDAHULUAN

Kualitas pelayanan memegang peranan penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terutama dalam sektor jasa seperti penyediaan air bersih. PT. Air Minum Murakata Lestari (PERSERODA) sebagai penyedia layanan publik harus memberikan layanan yang andal, responsif, dan sesuai dengan yang diinginkan pelanggan. Ketersediaan air bersih yang berkualitas sangat krusial, terutama mengingat tantangan geografis dan musim yang memengaruhi pasokan. Rendahnya kualitas pelayanan dapat berdampak langsung pada kepuasan pelanggan dan citra perusahaan.

Kualitas menjadi suatu hal yang penting bagi citra perusahaan yang menawarkan layanan khusus kepada pelanggan dalam bentuk barang dan jasa, yang bergantung terhadap kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan yang telah disebutkan serta yang belum diungkapkan. Layanan yang baik selalu harus fokus pada kebutuhan pelanggan agar dapat menghasilkan kepuasan bagi mereka. Baik kepuasan maupun ketidakpuasan pelanggan menjadi isu yang banyak dibahas baik di tingkat global, nasional, industri, maupun perusahaan. Karena itu, jaminan mutu menjadi aspek yang sangat krusial daya saing kini menjadi tolok ukur utama bagi perusahaan untuk mengevaluasi seberapa baik mereka bersaing di pasar.. Kualitas dapat didefinisikan sebagai tolok ukur seberapa efektif layanan yang diberikan dapat memenuhi ekspektasi konsumen. Ini berarti, mutu pelayanan ditentukan oleh seberapa jauh suatu lembaga atau perusahaan dapat menyediakan permintaan yang sejalan dengan ekspektasi atau keinginan konsumen. (Lewis and Mitchell, 1990).Kepuasan adalah perasaan



positif atau negatif yang muncul setelah seseorang mengalami setelah menilai antara anggapan tentang kinerja produk tidak mencapai apa yang biasanya diharapkan oleh konsumen cenderung merasa kurang puas. Sebaliknya, jika hasil produk memenuhi anggapan, pelanggan akan merasa bahagia. Tetapi, jika mutu produk melebihi harapan, kebahagiaan pelanggan akan sangat besar (Kotler, 2009). Penilaian terhadap kepuasan pelanggan dilakukan setelah pembelian, di mana pandangan mengenai kinerja produk yang diterima setidaknya memenuhi ekspektasi pelanggan (Tjiptono, 2014).

Pelayanan merupakan serangkaian kegiatan yang tidak tampak, yang muncul dari hubungan antara pelanggan dengan karyawan.. Sebuah PDAM di Indonesia perlu merancang dan mengembangkan layanan yang diinginkan oleh pelanggan. Layanan ini juga harus efektif untuk bersaing. Keberhasilan suatu perusahaan yang beroperasi di bidang layanan berada pada peningkatan layanan yang memberikan nilai tambah dan meningkatkan kualitas (Ismatulloh, 2005).

Air adalah komponen penting yang esensial untuk keberlangsungan hidup manusia. Selama manusia ada, kebutuhan akan air akan terus ada. Meskipun Indonesia memiliki iklim tropis dengan dua musim utama, yaitu hujan dan kemarau, kondisi ini seharusnya bisa menjamin ketersediaan air bersih secara melimpah. Namun, realitasnya justru menunjukkan sebaliknya. Saat musim kemarau, pasokan air bersih sering mengalami penurunan, sedangkan pada musim hujan, banjir justru memperparah krisis air bersih. Dampaknya, masyarakat di sejumlah kota harus membeli air bersih dalam jerigen dengan harga mahal, meskipun jumlahnya belum mencukupi kebutuhan harian mereka. Situasi ini muncul karena manusia belum mampu mengelola, menjaga, dan memanfaatkan sumber daya air secara optimal. Selain itu, ekspansi wilayah di daerah perkotaan juga mempengaruhi ketersediaan air. Banyak lahan hijau dan area lembap yang diubah menjadi permukiman penduduk, sehingga mengurangi wilayah resapan air secara signifikan (Martuti, Rahayuningsih and Sidiq, 2021). Air yang bersih dan aman untuk diminum merupakan hal yang sangat krusial dan Memberikan pengaruh yang signifikan terhadap masyarakat. maka dari itu, menjaga mutu air sangatlah penting bersih serta pengelolaannya yang harus dilakukan oleh para profesional. Maka dari itu, dibutuhkan peran serta pemerintah dalam upaya memperbaiki kesehatan umum nampaknya, pemerintah Indonesia sedang berupaya menyediakan air bersih yang aman untuk diminum sangat peka terhadap kebutuhan akan pasokan air bersih demi keberlangsungan hidup warganya. Ini bisa dilihat melalui pembentukan perusahaan-perusahaan yang menyediakan layanan air bersih, di mana pengelolaannya dipercayakan kepada setiap daerah tingkat II atau Kabupaten. (Anam and Qiram, 2022). Sama seperti perusahaan di sektor layanan lainnya, untuk meraih keuntungan dan kesuksesan dalam bisnis, diperlukan usaha yang keras serta peningkatan kesuksesan perusahaan sangat bergantung pada bagaimana mereka berupaya memenuhi kepuasan pelanggan, mana yang merupakan hasil dari kualitas pelayanan yang diberikan akibat dari evaluasi yang mereka lakukan terhadap harapan mereka setelah membeli dan memanfaatkan sebuah produk atau layanan. Dalam Perusahaan yang beroperasi di sektor layanan, peningkatan mutu layanan adalah aspek yang sangat krusial. Ketika harapan pelanggan sejajar atau bahkan lebih rendah dari kinerja produk atau layanan, hal itu berdampak positif pada tingkat kepuasan mereka. Ini adalah aspek penting bagi perusahaan layanan yang diberikan, pelanggan tersebut pelanggan akan merasa senang jika performa produk sesuai atau lebih baik dari harapan mereka, sebaliknya, mereka akan kecewa bila kinerja produk di bawah ekspektasi

Dengan terus bertambahnya jumlah konsumen di PT. Air Minum Murakata Lestari (PERSERODA), perusahaan tentunya perlu memperbaiki mutu layanan agar konsumen merasa senang dan puas dengan apa

yang mereka terima sesuai dengan ekspektasi mereka. Tingkat kepuasan layanan tidak hanya perlu dianalisis dari sisi perusahaan, namun juga perlu dipertimbangkan dari perspektif konsumen lain. Maka dari itu, ketika merancang strategi dan program layanan, perusahaan perlu mengutamakan kepentingan konsumen dengan memberikan perhatian khusus pada mutu layanan. Kualitas pelayanan yang rendah dapat berdampak langsung pada tingkat kepuasan pelanggan. Dalam industri jasa, kepuasan pelanggan ialah hasil dari penilaian terhadap kepuasan pelanggan muncul dari kesesuaian antara apa yang pelanggan harapkan dan layanan yang sesungguhnya mereka terima. Apabila pelayanan telah memenuhi atau bahkan melampaui harapan tersebut, konsumen akan merasa puas. Sebaliknya, jika kinerja layanan di bawah ekspektasi, maka ketidakpuasan akan muncul dan dapat mempengaruhi reputasi perusahaan.

Memahami betapa pentingnya kualitas pelayanan dalam memengaruhi kepuasan pelanggan, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji pengaruh mutu layanan terhadap kepuasan konsumen di PT. Air Minum Murakata Lestari (PERSERODA). Hasil studi ini juga diharapkan dapat memberikan masukan strategis bagi perusahaan untuk mengembangkan program peningkatan layanan yang lebih berfokus pada kebutuhan pelanggan. Penelitian ini berupaya menyelesaikan permasalahan utama terkait tingkat kepuasan pelanggan PT. Air Minum Murakata Lestari (PERSERODA) yang dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan. Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk menjawab apakah kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. Air Minum Murakata Lestari (PERSERODA) berpengaruh secara signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggannya di Kecamatan Barabai, Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Permasalahan ini penting untuk diselesaikan karena kepuasan pelanggan merupakan indikator kunci keberhasilan suatu perusahaan jasa, terutama dalam konteks penyediaan kebutuhan dasar seperti air bersih. Memahami pengaruh kualitas pelayanan akan membantu perusahaan mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Beberapa isu penting yang terkait dengan permasalahan penelitian ini meliputi pentingnya kualitas pelayanan dalam sektor jasa publik, di mana aspek teknis dan non-teknis sama-sama krusial dan rendahnya kualitas pada salah satu aspek dapat menurunkan kepuasan pelanggan. Isu lain adalah ekspektasi pelanggan yang beragam, yang menjadi tantangan bagi PT. Air Minum Murakata Lestari dalam mengidentifikasi dan merespons kebutuhan spesifik dari berbagai segmen pelanggannya. Selain itu, dampak kualitas pelayanan terhadap citra perusahaan dan keberlanjutan bisnis juga menjadi perhatian, karena kepuasan pelanggan yang rendah dapat merusak reputasi dan berpotensi pada hilangnya pelanggan, sementara kepuasan tinggi dapat meningkatkan reputasi dan mendukung keberlanjutan operasional. Tantangan geografis dan musiman dalam penyediaan air, yang dapat memengaruhi pasokan dan persepsi kualitas pelayanan, serta peran pemerintah daerah sebagai pemegang saham PERSERODA dalam efisiensi, regulasi, dan dukungan infrastruktur, juga merupakan isu-isu yang relevan.

TINJAUAN PUSTAKA

Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat dari suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau yang tersirat. Definisi tersebut mencerminkan kualitas yang berpusat pada konsumen. "Seorang penjual atau sebuah perusahaan dapat disebut sebagai perusahaan berkualitas jika hampir selalu memuaskan kebanyakan kebutuhan konsumennya, dimana pelayanan yang diberikan memenuhi atau melebihi harapan konsumen" (Kotler, 2002). Konsumen ingin berhubungan



dengan perusahaan yang mengetahui dan menerapkan cara pemenuhan kebutuhan serta harapannya secara memuaskan. Pelayanan yang memuaskan terdiri atas beberapa komponen yang mencerminkan citra perusahaan, yaitu kualitas produk dan layanan yang dihasilkan, cara perusahaan memberikan layanan tersebut serta hubungan antar pribadi yang terbentuk melalui pelayanan tersebut (Supranto, 2006).

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapannya (Supranto, 2006). Jadi, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan, apabila kinerja di bawah harapan maka pelanggan akan kecewa, bila kinerja sesuai dengan harapan pelanggan akan puas, sedangkan bila kinerja melebihi harapan dengan pelanggan maka sangat puas (Supranto, 2020). Pengertian Kepuasan, Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang sebagai hasil dari perbandingan antara prestasi atau produk yang dirasakan dan yang diharapkannya (Kotler dalam Rangakuti, 2006:23). Jadi, Pengertian kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilaksanakan di kantor PT. Air Minum Murakata Lestari (PERSERODA) yang terletak di Jalan Merdeka, Desa Mandingin, Kecamatan Barabai, Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Peneliti menggunakan pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif melalui cara survei. Tipe penelitian yang dilakukan adalah deskriptif kuantitatif. dan *eksplanatori*. Pemilihan pendekatan kuantitatif didasarkan pada tujuan untuk menguji hipotesis mengenai hubungan antar variabel yang dinyatakan dalam bentuk angka, seperti kualitas layanan dan kepuasan konsumen. Populasi dalam penelitian ini terdiri dari sebagian pelanggan PT. Air Minum Murakata Lestari (PERSERODA) yang datang secara langsung sebanyak 20 responden dipilih sebagai contoh menggunakan metode pengambilan sampel kebetulan. Penentuan ukuran sampel merujuk pada pedoman Roscoe dalam Sugiyono (2013), yang menyatakan bahwa untuk analisis multivariat seperti korelasi atau regresi, sebaiknya jumlah sampel tidak kurang dari 10 kali jumlah variabel. Hal ini dikarenakan penelitian ini melibatkan dua variabel, yaitu independen dan dependen, maka $10 \times 2 = 20$ responden dianggap memenuhi syarat.

Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan, yang diukur berdasarkan nilai kuesioner dari persepsi responden. Apabila skor persepsi pelayanan lebih tinggi dibandingkan harapan, maka kualitas layanan dinilai tinggi. Lima dimensi digunakan untuk mengukur variabel ini, yaitu *Tangibles* (aspek fisik), keandalan (*reliability*), ketanggapan (*responsiveness*), jaminan (*assurance*), dan empati (*empathy*). Sementara itu, variabel terikat (Y) adalah Kepuasan Pelanggan, yang juga diukur melalui kuesioner berdasarkan selisih antara persepsi aktual dan ekspektasi pelanggan.

Teknik pengumpulan data meliputi observasi langsung di lapangan untuk mendapatkan gambaran nyata mengenai pelayanan, penyebaran kuesioner berupa pernyataan tertulis kepada responden, serta dokumentasi berupa data tertulis dari perusahaan. Peneliti menggunakan skala *Likert* dalam menentukan skor jawaban, dengan rentang nilai dari 5 untuk "Sangat Setuju" hingga 1 untuk "Sangat Tidak Setuju". Analisis data dilakukan melalui pengujian validitas dan reliabilitas instrumen memanfaatkan perangkat lunak SPSS. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan Uji Normalitas, Regresi Linear Sederhana, Koefisien Determinasi (R^2), Uji F (simultan), dan Uji t (parsial).



HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengevaluasi keandalan kuesioner yang digunakan. Jika terdapat korelasi substansial antara setiap pertanyaan pada kuesioner, kuesioner tersebut dianggap valid. Selain itu, uji validitas membantu menentukan apakah item kuesioner harus dihilangkan atau diubah karena dianggap tidak diperlukan. Tabel berikut ini menampilkan hasil uji validitas variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) penelitian:

Tabel 1. Uji Validitas

Variabel	Item	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Kualitas Pelayanan (X)	X.1	0,564	0,468	Valid
	X.2	0,536	0,468	Valid
	X.3	0,777	0,468	Valid
	X.4	0,644	0,468	Valid
	X.5	0,551	0,468	Valid
	X.6	0,716	0,468	Valid
	X.7	0,591	0,468	Valid
	X.8	0,573	0,468	Valid
	X.9	0,588	0,468	Valid
	X.10	0,655	0,468	Valid
	X.11	0,724	0,468	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y.1	0,604	0,468	Valid
	Y.2	0,595	0,468	Valid
	Y.3	0,526	0,468	Valid
	Y.4	0,624	0,468	Valid

Sumber : output data SPSS, 2025

Uji validitas menunjukkan sejauh mana ketetapan dan kecermatan suatu alat ukur dalam menentukan fungsi ukurannya. Dalam penelitian untuk menguji valid tidaknya pernyataan menggunakan program komputer SPSS Statistis 25. Kriteria yang diterapkan untuk menilai valid tidaknya pernyataan dalam penelitian ini adalah. $(df) = N - 2 = 20 - 2 = 18$, di dapat $r_{tabel} = 0,468$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dan r positif, maka butir pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Hasil uji validitas untuk seluruh item pertanyaan pada variabel Kualitas Pelayanan (X) dan Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan bahwa semuanya dinyatakan valid. Semua item Kualitas Pelayanan (X.1 hingga X.11) memiliki nilai r_{hitung} yang berkisar antara 0,536 hingga 0,777, di mana nilai-nilai ini secara konsisten lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,468. Hal serupa juga terjadi pada item-item Kepuasan Pelanggan (Y.1 hingga Y.4), dengan nilai r_{hitung} antara 0,526 hingga 0,624, yang juga melampaui r_{tabel} 0,468. Keseluruhan temuan ini menegaskan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini telah sah dan mampu mengukur variabel-variabel yang diteliti dengan akurat.

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas diterapkan pada item pertanyaan yang sebelumnya telah dinyatakan valid. Sebuah variabel dianggap reliabel atau dapat dipercaya apabila respons yang diberikan terhadap pertanyaan menunjukkan konsistensi. Koefisien reliabilitas instrumen bertujuan untuk menilai sejauh mana konsistensi jawaban responden terhadap setiap pernyataan yang diajukan. Pengukuran reliabilitas dilakukan dengan memanfaatkan rumus *Cronbach's Alpha*. Proses perhitungan ini dibantu melalui aplikasi IBM SPSS Statistis versi 25.

Tabel 2. Uji Reliabilitas

Reability Statistics		Reability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of items	Cronbach's Alpha	N of items
,838	11	,767	4

Sumber : output data SPSS, 2025

Uji reliabilitas dilakukan pada item pertanyaan yang sudah teruji validitasnya. Sebuah variabel dianggap dapat diandalkan jika tanggapan terhadap pertanyaan selalu stabil. Dari hasil pengujian keandalan, diperoleh nilai *Cronbach's Alpha* sebesar 0,838 dan 0,767. Nilai-nilai tersebut lebih tinggi daripada ambang batas minimal *Cronbach's Alpha* 0,7, sehingga bisa disimpulkan bahwa variabel penelitian yang digunakan, yaitu variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel kepuasan pelanggan (Y) dapat diandalkan.

Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 3. Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.197	1320		1.288	.000
Kualitas Pelayanan	.538	.067	-.438	7.069	.003

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : output data SPSS, 2025

Uji regresi linier digunakan untuk memprediksi seberapa besar pengaruh variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Persamaan regresi linier sederhana dalam penelitian ini dirumuskan sebagai $Y = a + bX$. Nilai signifikansi hasil uji kemudian dibandingkan dengan batas signifikansi 0,05. Apabila nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa variabel X memiliki pengaruh terhadap variabel Y. Sebaliknya, jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka variabel X tidak memberikan pengaruh terhadap variabel Y. Selain itu, perbandingan antara nilai *hitung* dan *ttabel* juga digunakan sebagai acuan. Jika nilai *t hitung* lebih besar daripada *ttabel*, maka variabel X dianggap berpengaruh terhadap variabel Y. Namun jika nilai *thitung* lebih kecil dari *ttabel*, maka variabel X dinyatakan tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Berdasarkan hasil perhitungan pada tabel sebelumnya, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,003 lebih kecil dari 0,05. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) memiliki pengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 4. Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.638 ^a	.704	.547	1.571

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber : output data SPSS, 2025



Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kontribusi variabel independen terhadap variabel dependen. Nilai dari koefisien ini berada dalam rentang antara 0 hingga 1. Berdasarkan hasil analisis, dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayanan (X) memberikan pengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 41%. Sementara itu, sisanya yaitu 59% dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang digunakan dalam model regresi atau variabel yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil ini sejalan dengan penghitungan yang dilakukan menggunakan aplikasi IBM SPSS Statistika 25, di mana nilai r^2 (koefisien determinan) menunjukkan angka 0,704 atau 40,7% (41%).

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana, penelitian ini membuktikan secara empiris bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada PT. Air Minum Murakata Lestari (PERSERODA) di Kecamatan Barabai. Temuan ini didukung oleh nilai signifikansi sebesar 0,003, yang berada jauh di bawah ambang batas 0,05. Selain itu, hasil uji t menunjukkan nilai t_{hitung} sebesar 7,069, yang lebih besar dari t_{tabel} sebesar 1,724, sehingga hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak.

Secara deskriptif, persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan berada pada kategori "Sangat Baik" dengan rata-rata skor 84. Hal ini selaras dengan tingkat kepuasan pelanggan yang juga mencapai kategori "Sangat Baik" dengan skor rata-rata 81. Konsistensi antara kualitas pelayanan dan kepuasan ini menunjukkan bahwa dimensi pelayanan yang mencakup *tangibles* (fisik), *reliability* (keandalan), *responsiveness* (ketanggapan), *assurance* (jaminan), dan *empathy* (empati) telah diimplementasikan dengan efektif oleh perusahaan. Hal ini sejalan dengan teori Lewis dan Mitchell (1990) yang menyatakan bahwa mutu pelayanan ditentukan oleh sejauh mana penyedia layanan mampu menyediakan permintaan yang sesuai dengan ekspektasi atau keinginan konsumen.

Hasil pengujian koefisien determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 0,704 atau 41%. Angka ini memberikan gambaran bahwa kualitas pelayanan berkontribusi sebesar 41% dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan di PT. Air Minum Murakata Lestari. Namun, terdapat 59% faktor lain di luar variabel kualitas pelayanan yang memengaruhi kepuasan pelanggan namun tidak diteliti dalam model ini. Mengingat PT. Air Minum Murakata Lestari bergerak di sektor penyediaan air bersih, faktor 59% tersebut kemungkinan besar berkaitan dengan kondisi teknis dan lingkungan yang sempat disinggung dalam konteks operasional perusahaan. Sebagaimana dijelaskan dalam latar belakang, tantangan geografis dan musim sangat memengaruhi pasokan air; misalnya, penurunan pasokan saat musim kemarau atau risiko kekeruhan air saat musim hujan. Selain itu, faktor kualitas fisik produk (kejernihan dan keamanan air untuk diminum) serta efisiensi infrastruktur merupakan isu krusial yang turut menentukan kepuasan pelanggan di sektor pelayanan publik seperti ini.

Temuan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan (41%) menegaskan bahwa aspek administratif dan hubungan antar manusia antara karyawan dan pelanggan merupakan pilar penting bagi keberhasilan bisnis jasa. Sesuai dengan pandangan Kotler (2009), pelanggan akan merasa bahagia jika hasil produk memenuhi anggapan mereka, dan akan sangat puas jika mutu pelayanan melebihi harapan. Mengingat PT. Air Minum Murakata Lestari merupakan perusahaan daerah (PERSERODA) yang melayani kebutuhan dasar di Kecamatan Barabai, peningkatan kualitas pelayanan harus dilakukan secara berkelanjutan untuk menjaga citra perusahaan dan memenuhi ekspektasi pelanggan yang beragam. Perusahaan perlu memperhatikan efisiensi dan regulasi



serta dukungan infrastruktur agar sisa pengaruh sebesar 59% (faktor di luar pelayanan administratif) dapat dikelola dengan baik, sehingga kepuasan pelanggan tetap terjaga di tengah tantangan lingkungan yang ada

KESIMPULAN

Pengaruh Positif dan Signifikan: Berdasarkan hasil uji t dan uji F, kualitas pelayanan terbukti memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PT. Air Minum Murakata Lestari. Hal ini diperkuat dengan nilai signifikansi sebesar 0,003 yang lebih kecil dari 0,05. Kinerja Pelayanan dan Kepuasan: Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan berada pada kategori "Sangat Baik" dengan skor rata-rata 84, dan tingkat kepuasan pelanggan juga masuk dalam kategori "Sangat Baik" dengan skor rata-rata 81. Besaran Kontribusi (R^2): Kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 41% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan 59% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Validitas dan Reliabilitas: Seluruh instrumen penelitian yang digunakan dinyatakan valid (karena $r_{hitung} > r_{tabel}$ 0,468) dan reliabel ($Cronbach's\ Alpha > 0,7$), sehingga data yang dihasilkan konsisten dan dapat dipercaya. Pentingnya Pelayanan Publik: Sebagai penyedia kebutuhan dasar (air bersih), kualitas pelayanan di PT. Air Minum Murakata Lestari merupakan faktor krusial yang menentukan reputasi perusahaan dan kepuasan masyarakat di Kecamatan Barabai.

DAFTAR PUSTAKA

- Anam, M.K. and Qiram, I. (2022) 'Konservasi Sumber Mata Air Dilem di Desa Papring Kelurahan Kalipuro Kabupaten Banyuwangi', *TEKIBA: Jurnal Teknologi dan Pengabdian Masyarakat*, 2(2), pp. 1–6.
- Dewi, S. K., & Ummah, D. M. (2019). Perbaikan Kualitas Pada Produk Genteng Dengan Metode Six Sigma. *J@ti Undip : Jurnal Teknik Industri*, 14(2), 87. <https://doi.org/10.14710/jati.14.2.87-92>
- Hamdani, A. and Lupiyoadi, R. (2009) 'Manajemen pemasaran jasa', *Jakarta: Salemba Empat* [Preprint].
- Ismatulloh, I. (2005) 'Sistem pelayanan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kota Bogor Dalam Perspektif Good Corporate Governance'. Fakultas Ilmu Dakwah Dan Ilmu Komunikasi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Kotler, P. (2002) 'Manajemen Pemasaran edisi milenium', *Jakarta: Prenhallindo* [Preprint].
- Kotler, P. (2009) *Marketing management*. Pearson Education India.
- Lewis, B.R. and Mitchell, V.W. (1990) 'Defining and measuring the quality of customer service', *Marketing intelligence & planning*, 8(6), pp. 11–17.
- Lupiyoadi, R. (2001) 'Manajemen pemasaran jasa: Teori dan praktek'.
- Martuti, N.K.T., Rahayuningsih, M. and Sidiq, W.A.B.N. (2021) 'Kajian pemetaan potensi mata air di Kota Semarang', *Jurnal Riptek*, 15(2), pp. 1–7.
- Munthe, R. N., Damanik, E. O., Napitu, R., & Sriwiyanti, E. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lokasi terhadap Kepuasan Pengunjung Hotel Grand Palm pada Masa Pandemi di Kota Pematangsiantar. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 7(1), 238. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i1.390>.
- Sugiyono, 2017 (2017) 'Pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado', *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 5(2).
- Sugiyono dalam Harbani Pasolong, (2016:99) (2016) 'Kualitas pelayanan kartu tanda penduduk elektronik di Kecamatan Cisarua Kabupaten Bogor', *Jurnal Governansi*, 2(1), pp. 35–44.

- Sugiyono, R. dalam (2013) 'Pengaruh Elemen-Elemen Brand Equity terhadap Keputusan Pembelian Notebook Toshiba', *Jurnal Segmen*, 9(1), pp. 1–9.
- Supranto, J. (2020) 'Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan', pp. 1–2.
- Supranto, J. (2006). (2006) 'Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar.', *Jakarta: PT Asdi Mahasatya*, 3(1), pp. 171–177.
- Talahatu, T. M., Pellokila, M. R., & Kallau, J. N. (2020). ANALISIS WILLINGNESS TO PAY PELANGGAN AIR BERSIH PDAM DI KOTA KUPANG (Analysis of Willingness to Pay Clean Water Customers of PDAM in Kupang City). *Jurnal Manusia Dan Lingkungan*, 25(1), 18. <https://doi.org/10.22146/jml.25875>.
- Tjiptono, F. (1995) 'Manajemen Jasa. Yogyakarta: Majalah Info Bisnis.' Andi offset.
- Tjiptono, F. (2014) 'Strategi Pemasaran, ed. 3, Andi Offset'. Yogyakarta.
- Zikmund, W.G. (2003) 'Business research methods 7th ed., Thomson/South-Western', *Appendices* [Preprint].