

ABSTARAK

Ahmat Sapri Yani, (2026) Judul: **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. KARIAS CONNECT VISION DI AMUNTAI**. Di bawah Bimbingan Dosen Ibu Eka Santi Agustina, S.Sos, MM.

PT. Karias Connect Vision senantiasa menempatkan kualitas pelayanan sebagai pilar utama dalam menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan setianya. Hal ini diwujudkan melalui penyediaan infrastruktur jaringan yang stabil guna memastikan kualitas siaran televisi yang jernih dan bebas gangguan teknis bagi seluruh pengguna. Selain aspek teknis, perusahaan juga menekankan pada *responsivitas* layanan pelanggan, di mana setiap keluhan maupun kebutuhan instalasi ditangani secara cepat dan profesional oleh teknisi yang ahli dalam bidangnya. Tujuan penelitian ini Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Karias Connect Vision Di Amuntai.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan tipe penelitian deskriptif kuantitatif. Prosedur pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *non-probability* dengan teknik *purposive sampling* yang dimana populasi yang digunakan sebanyak 2.205 pelanggan aktif yang kemudian di tarik menjadi sampel yang digunakan adalah sebanyak 100 responden, Skala yang digunakan adalah Skala Likert.

Berdasarkan hasil penelitian menggunakan *Partial Least Square* (PLS) melalui aplikasi SmartPLS 4, Diketahui dari hasil Uji T, Bisa dilihat t hitung sebesar 22.033 dan t tabel sebesar (1,96), sehingga t hitung > t tabel Kualitas Pelayanan yang memiliki nilai sebesar 22.033 diatas dari nilai signifikan sebesar (1,96) dan nilai P Value 0.000 pada penelitian ini kurang dari 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan yang digunakan dalam penelitian ini memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Nilai *R-Square* Kualitas Pelayanan juga memiliki kontribusi yang sangat kuat dan dominan dalam memengaruhi Kepuasan Pelanggan sebesar 72%, sedangkan sisanya sebesar 28% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dan diikutsertakan dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Ahmat Sapri Yani, (2026) Title: **THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION AT PT. KARIAS CONNECT VISION IN AMUNTAI**. Under the guidance of Lecturer Mrs. Eka Santi Agustina, S.Sos, MM .

PT. Karias Connect Vision consistently prioritizes service quality as a key pillar in maintaining the trust and satisfaction of its loyal customers. This is realized through the provision of a stable network infrastructure to ensure clear television broadcasts and free from technical glitches for all users. In addition to technical aspects, the company also emphasizes responsive customer service, where every complaint and installation need is handled quickly and professionally by expert technicians. The purpose of this study was to determine the effect of service quality on customer satisfaction at PT. Karias Connect Vision in Amuntai.

This study employed a quantitative descriptive method. The sampling procedure used in this study was non-probability sampling using a purposive sampling technique. The population used was 2,205 active customers, who were then drawn into a sample of 100 respondents. The scale used was a Likert scale.

Based on the results of the study using Partial Least Square (PLS) through the SmartPLS 4 application, it is known from the results of the T Test, it can be seen that the calculated t is 22,033 and the t table is (1.96), so that the calculated $t > t$ table of Service Quality which has a value of 22,033 above the significant value of (1.96) and the P Value of 0.000 in this study is less than 0.05 so it can be concluded that the Service Quality used in this study has a positive and significant influence on Customer Satisfaction. The R-Square value of Service Quality also has a very strong and dominant contribution in influencing Customer Satisfaction by 72%, while the remaining 28% is influenced by other variables that are not studied and included in this study. This shows that the better the quality of service provided, the higher the level of satisfaction felt by customers.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction