

# PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN STUDI PADA PT. AIR MINUM MURAKATA LESTARI (PERSERODA) KECAMATAN BARABAI KABUPATEN HULU SUNGAI TENGAH

Muhammad Egi Turrahman<sup>1</sup>, Nurul Hasanah<sup>2</sup>

Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai

e-mail: [egytturrahman16@gmail.com](mailto:egytturrahman16@gmail.com), [nurularief2024@gmail.com](mailto:nurularief2024@gmail.com)

## ABSTRAK

Penelitian ini menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada PT. Air Minum Murakata Lestari (PERSERODA) di Kecamatan Barabai, Kabupaten Hulu Sungai Tengah. Ketersediaan air bersih berkualitas krusial, dan kualitas pelayanan menjadi penentu reputasi perusahaan serta kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menemukan dan menganalisis pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini melibatkan 20 responden pelanggan, menggunakan pendekatan kuantitatif. Menganalisis data menggunakan regresi linear sederhana, uji validitas, reliabilitas, normalitas, uji F, uji t, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ).

Hasil menunjukkan bahwa kualitas pelayanan secara signifikan dan positif memengaruhi kepuasan pelanggan, dengan nilai signifikansi uji regresi  $0,003 < 0,05$ ,  $F_{hitung} 64,279 > F_{tabel} 3,55$ , dan  $t_{hitung} 7,069 > t_{tabel} 1,724$ . Dengan demikian, hipotesis alternatif  $H_a$  diterima dan hipotesis  $H_o$  ditolak. Kualitas pelayanan menjelaskan 41% variasi kepuasan pelanggan. Studi ini menekankan pentingnya kualitas pelayanan dalam membentuk kepuasan pelanggan pada perusahaan penyedia air bersih, memberikan masukan strategis untuk peningkatan pelayanan yang berorientasi pada kebutuhan pelanggan.

**Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan**

## 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 ( $R^2$ ).*

*The results indicate that service quality significantly and positively influences customer satisfaction, with a regression test significance value of  $0.003 < 0.05$ ,  $F_{calculated} 64.279 > F_{table} 3.55$ , and  $t_{calculated} 7.069 > t_{table} 1.724$ . 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 : Services 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 kita 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 saingan 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, realitanya 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.

Oleh karena itu, penelitian ini mengambil judul:

“Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi pada PT. Air Minum Murakata Lestari)”.

## **METODE**

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**

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 computer 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 Statistics versi 25.

**Tabel 2 Uji Reliabilitas**

| Reliability Statistics |            | Reliability 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 Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian memiliki pola distribusi yang normal atau tidak. Dalam penelitian ini, uji normalitas diterapkan dengan menggunakan metode *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test*. Pengujian dilakukan dengan tingkat signifikansi sebesar 5% atau 0,05. Apabila hasil uji menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, maka data dianggap terdistribusi normal. Sebaliknya, jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal.

**Tabel 3 Uji Normalitas**

| One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                |  | Unstandardized Residual |
|------------------------------------|----------------|--|-------------------------|
| N                                  |                |  | 20                      |
| Normal Parameters <sup>a,b</sup>   | Mean           |  | ,0000000                |
|                                    | Std. Deviation |  | 1,13976506              |
| Most Extreme Differences           | Absolute       |  | ,159                    |
|                                    | Positive       |  | ,159                    |
|                                    | Negative       |  | -,114                   |
| Test Statistic                     |                |  | ,159                    |
| Asymp. Sig. (2-tailed)             |                |  | ,199 <sup>c</sup>       |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber : output data SPSS, 2025

Berdasarkan hasil yang diperoleh pada tabel sebelumnya, nilai signifikansi Asymp. (2-tailed) pada kolom Kolmogorov-Smirnov tercatat sebesar 0,199, yang berarti lebih dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini memiliki distribusi yang normal.

### Uji Regresi Linear Sederhana

**Tabel 4 Uji Regresi Linier Sederhana**

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |        |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                  | Regression | 245,868        | 1  | 245,868     | 64,279 | ,003 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 124,682        | 18 | 1,371       |        |                   |
|                    | Total      | 230,550        | 19 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

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.

Adapun pengambilan keputusan dari hasil uji regresi linier sederhana, yaitu sebagai berikut. Berdasarkan gambar 4.3 Di atas sudah dijelaskan apakah terdapat pengaruh yang berarti dari variabel. Kualitas Pelayanan (X) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Dari output IBM SPSS Statistics 25 tersebut terlihat bahwa nilai  $Sig < 0,05$  yang berarti model persamaan regresi linier memenuhi kategori linieritas.

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 (R<sup>2</sup>)

Tabel 5 Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

| Model Summary |                   |          |                   |                            |
|---------------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| Model         | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
| 1             | ,638 <sup>a</sup> | ,407     | ,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 Square* (koefisien determinan) menunjukkan angka 0,407 atau 40,7% (41%).

### Uji Hipotesis

#### Uji Simultan (Uji F)

**Tabel 6 Uji Simultan (Uji F)**

| ANOVA <sup>a</sup> |            |                |    |             |        |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | df | Mean Square | F      | Sig.              |
| 1                  | Regression | 245,868        | 1  | 245,868     | 64,279 | ,003 <sup>b</sup> |
|                    | Residual   | 124,682        | 18 | 1,371       |        |                   |
|                    | Total      | 230,550        | 19 |             |        |                   |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan

Sumber : output data SPSS, 2025

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen.

Dalam pengambilan keputusan, peneliti melihat nilai F pada tabel ANOVA untuk membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$  pada tingkat signifikansi 0,05.

Apabila nilai  $F_{hitung}$  lebih besar daripada  $F_{tabel}$ , maka peneliti menolak  $H_0$  dan menerima  $H_a$ , yang berarti variabel independen secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Namun, jika  $F_{hitung}$  lebih kecil dari  $F_{tabel}$ , maka peneliti menerima  $H_0$  dan menolak  $H_a$ , yang menunjukkan bahwa variabel independen tidak memberikan pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Besaran  $F_{tabel}$  diperoleh dengan mencari nilai  $df = 20$  ( $df = N - 2$  untuk  $N = 18$ ) yaitu 3,55. Dari hasil perhitungan  $F_{hitung}$  sebesar 64,279 lebih besar dibandingkan  $F_{tabel}$  yaitu 3,55. Jadi  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya variabel independen memiliki pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen.

### Uji Parsial (Uji t)

**Tabel 7 Uji Parsial (Uji T)**

| Coefficients <sup>a</sup> |                    |                             |            |                           |       |      |
|---------------------------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                           |                    | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |      |
| Model                     |                    | B                           | Std. Error | Beta                      | t     | Sig. |
| 1                         | (Constant)         | 4,197                       | 1,320      |                           | 1,288 | ,000 |
|                           | Kualitas Pelayanan | ,538                        | ,067       | -,438                     | 7,069 | ,003 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : output data SPSS, 2025

Uji t digunakan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independent secara keseluruhan dalam menerangkan variabel dependent.

Berdasarkan nilai t : diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar  $7,069 > t_{tabel}$  1,724 (Dilihat pada distribusi nilai  $t_{tabel}$ ) nilai taraf signifikansi 0,05  $df = 20$  yaitu 1,724. sehingga dapat disimpulkan Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).

Dapat disimpulkan hasil perhitungan nilai sig sebesar  $0,026 < 0,05$ , dan hasil perhitungan  $t_{hitung}$  sebesar  $7,069 > t_{tabel}$  1,724 ( $df = 20$ ) adalah 1,724 pada tingkat signifikansi 0,05, sehingga  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ , maka hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_0$ ) ditolak. Dengan kata lain, kita menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) dan menerima hipotesis alternatif ( $H_a$ ). artinya Terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).



## Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis yang telah diuraikan diatas dapat dilihat bahwa hasil uji validitas memenuhi syarat  $r_{hitung} > r_{tabel}$  sehingga seluruh item pernyataan yang digunakan valid. Selain itu, didukung oleh hasil uji reliabilitas yang memenuhi syarat koefisien reliabilitas  $> 0,7$  sehingga dua variabel yang digunakan sudah reliabel.

Berdasarkan analisis regresi linier sederhana, nilai signifikansi yang ditemukan adalah 0,003. Dimana nilai tersebut memenuhi syarat atau kriteria yaitu  $0,003 < 0,05$  sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Hal ini dibuktikan dengan hasil perhitungan uji t atau  $t_{hitung}$  sebesar 7,069, sedangkan nilai  $t_{tabel}$  ialah 1,724 pada taraf signifikansi 5% atau 0,05 dengan syarat yang terpenuhi yaitu  $t_{hitung}$  lebih dari  $t_{tabel}$ , maka dapat disimpulkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, sehingga dapat dipastikan bahwa kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) pada PT. Air Minum Muarakata Lestari (PERSERODA) Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah.

Berdasarkan hasil pengujian koefisien determinasi ( $R^2$ ), didapatkan nilai 41%, yang menunjukkan bahwa terdapat pengaruh dari variabel kualitas layanan (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) yaitu sebesar 41% sedangkan 59% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi atau variabel yang tidak diteliti. Penelitian ini secara tegas menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Bukti ini diperkuat oleh nilai signifikansi dari uji regresi linier sederhana yang sangat kecil, yakni 0,003, yang berada di bawah ambang batas 0,05, sehingga menegaskan adanya hubungan pengaruh antara kedua variabel tersebut. Lebih lanjut, uji F simultan turut mendukung temuan ini dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 64,279 yang jauh melampaui  $F_{tabel}$  3,55, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara bersama-sama memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Tidak hanya itu, uji t parsial juga mengkonfirmasi pengaruh signifikan secara individual, terlihat dari nilai  $t_{hitung}$  7,069 yang lebih besar dari  $t_{tabel}$  1,724, yang pada akhirnya membawa pada penerimaan hipotesis alternatif  $H_a$  dan penolakan hipotesis nol  $H_0$ .

Secara definitif membuktikan bahwa kualitas pelayanan (X) pada PT. Air Minum Murakata Lestari (PERSERODA) Kecamatan Barabai Kabupaten Hulu Sungai Tengah secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan (Y). Besaran pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan juga terukur jelas, yakni sebesar 41%, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ). Angka ini mengindikasikan bahwa 41% variasi dalam tingkat kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan, sementara sisanya sebesar 59% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar lingkup penelitian ini. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan PT. Air Minum Murakata Lestari merupakan faktor krusial yang secara signifikan membentuk tingkat kepuasan pelanggannya.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan dan positif terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada PT. Air Minum Murakata Lestari (PERSERODA). Didasarkan pada analisis data yang komprehensif, di mana persepsi responden terhadap kualitas pelayanan variabel (X) secara keseluruhan berada pada kategori

"Sangat Baik" dengan rata-rata skor 84, demikian pula, tingkat kepuasan pelanggan variabel (Y) juga berada pada kategori "Sangat Baik" dengan rata-rata skor 81. Seluruh item pertanyaan yang digunakan untuk mengukur kedua variabel tersebut terbukti valid nilai  $r_{hitung}$  seluruh item  $> r_{tabel}$  0,468) dan reliabel (nilai Cronbach's Alpha di atas 0,7, yaitu 0,838 untuk variabel X dan 0,767 untuk variabel Y), menjamin akurasi dan konsistensi data. Data penelitian juga menunjukkan distribusi normal dengan nilai signifikansi asymp sebesar 0,199 (0,05). Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan nilai signifikansi sebesar  $0,003 < 0,05$ , secara jelas mengindikasikan adanya pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Lebih lanjut, uji F dengan nilai  $F_{hitung}$  sebesar 64,279  $F_{tabel}$  3,55 dan uji t dengan nilai  $t_{hitung}$  sebesar 7,069  $t_{tabel}$  1,724 secara konsisten menegaskan bahwa kualitas pelayanan secara signifikan memengaruhi kepuasan pelanggan. Terakhir, nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 41% menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X) berkontribusi sebesar 41% dalam menjelaskan variasi kepuasan pelanggan (Y), sementara 59% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain di luar dari penelitian ini.

## 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-Element 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].