

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM TIRTA JATI KABUPATEN CIREBON

Tiara Citra Azzahra

Magister Administrasi Publik, Pasca Sarjana Universitas Swadaya
Gunungjati, Cirebon, Jawa Barat, Indonesia
Email: tiaracitraa43@gmail.com



DOI: 10.33603/reformasi.v8i1.10906

Diterima: 11 Agustus 2023; Direvisi: 20 September 2023; Dipublikasikan: Oktober 2023

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami dampak dari Kualitas Layanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini dilakukan di Perusahaan Daerah Umum Air Minum Tirta Jati yang berada di Kabupaten Cirebon pada tahun 2023. Responden dalam studi ini ialah pelanggan dari Perusahaan Daerah Umum Air Minum Tirta Jati di Kabupaten Cirebon, dengan total peserta yang ditetapkan sebanyak 100 orang melalui metode pengambilan sampel survei yang bertujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebelumnya (penelitian pengujian). Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dan statistik yang dibantu oleh sistem SPSS. Temuan dari penelitian ini menunjukkan bahwa: Ada pengaruh yang signifikan antara variabel kualitas layanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) pada Perusahaan Umum Daerah Air Minum Tirta Jati Kabupaten Cirebon.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, PDAM Kertajati Kab.Cirebon, SPSS

PENDAHULUAN

Kebutuhan akan air bersih adalah hal yang sangat fundamental untuk kehidupan manusia agar dapat berlanjut. Air menjadi elemen penting bagi semua makhluk hidup di planet ini. Dengan tersedianya air, segala kebutuhan harian seperti minum dan keperluan lainnya dapat terpenuhi, sehingga penting untuk melestarikan dan menjaga keberadaan air bersih agar kebutuhan tersebut dapat dipenuhi. Ketersediaan air bersih juga esensial untuk kelangsungan hidup. Dalam Pasal 33 ayat (3) Undang-Undang Dasar Republik Indonesia disebutkan bahwa "bumi dan air serta sumber daya alam yang ada di dalamnya berada di bawah kendali negara dan digunakan untuk sebesar-besarnya kemakmuran". Mengacu pada pasal ini, bumi, air, dan sumber daya alam yang ada harus dikuasai oleh negara dan

dimanfaatkan untuk kesejahteraan rakyat. PDAM umumnya merupakan Badan Usaha Milik Daerah yang dimiliki oleh Pemerintah Daerah di seluruh Indonesia. Sebagai BUMD, PDAM bertanggung jawab kepada pemerintah pusat dan daerah dalam memberikan pelayanan publik. Pelayanan publik adalah wujud tugas dan fungsi pemerintah dalam melaksanakan kewajiban umum bagi masyarakat.

PDAM Tirta Jati Kabupaten Cirebon adalah perusahaan yang berfokus pada penyediaan air bersih, dengan tugas utama untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan air bersih serta berusaha meningkatkan kualitas, jumlah, dan kesinambungan dalam penyediaan air bersih secara merata. PDAM Jati Kabupaten Cirebon memiliki visi untuk menjadi penyedia air bersih yang profesional dengan mengutamakan

kepuasan melalui layanan berkualitas tinggi kepada masyarakat. Untuk itu, PDAM Tirta Jati Kabupaten Cirebon dituntut terus menerus untuk meningkatkan mutu layanan dengan cara meningkatkan kinerja secara profesional dan optimal guna memberikan kepuasan kepada para pelanggan.

Kualitas layanan sangat berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Perusahaan yang memiliki tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi juga menawarkan layanan pelanggan yang berkualitas. Jika kualitas layanan dikelola dengan baik, hal itu akan berdampak positif terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan. Hubungan emosional seperti ini memungkinkan perusahaan memahami harapan serta kebutuhan pelanggan dengan lebih baik. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan menarik lebih banyak pelanggan dengan cara memaksimalkan pengalaman positif dan mengurangi atau menghilangkan pengalaman negatif. Kualitas layanan sangat bergantung pada tiga faktor, yaitu sistem, teknologi, dan sumber daya manusia.

Dampak kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan dijelaskan sebagai berikut. Kualitas layanan yang diterima pelanggan dapat dibedakan antara harapan dan kenyataan yang didapatkan. Menurut Tjiptono dalam Affandi et al. (2017:299), kualitas layanan adalah suatu aktivitas yang harus diutamakan. Oleh karena itu, dapat diketahui bahwa bentuk layanan yang diberikan oleh PDAM mencakup penanganan keluhan dari pelanggan yang mengajukan komplain. Berdasarkan fenomena yang ada, masalah yang muncul adalah adanya berbagai keluhan dari pelanggan PDAM yaitu: Seringnya air tidak mengalir kepelanggan, sehingga pelanggan memilih membeli jasa air seperti penjualan air dengan menggunakan air galon

Tagihan air meningkat sedangkan konsumsi air sedikit yang disebabkan karena adanya kebocoran pipa didalam instalasi sesudah meteran, sehingga tanpa sepengetahuan konsumen air tetap mengalir.

Adanya batas waktu yang ditentukan untuk penggunaan air terhadap konsumen atau pelanggan, ini menjadi suatu pengaruh kualitas pelayanan terhadap pelanggan PDAM Tirta

Jati Kabupaten Cirebon

Rumusan Masalah

Mengacu pada penjelasan sebelumnya mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apa saja aspek Kualitas Pelayanan Publik dan tingkat Kepuasan Pelanggan di Perusahaan Umum Daerah Air Minum (PERUMDA) Tirta Jati di Kabupaten Cirebon?
2. Seberapa besar pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan perusahaan serta karyawan, untuk menjaga kepercayaan pelanggan? Dalam hal ini mengacu pada Pelanggan di Perusahaan Umum Daerah Air Minum (PERUMDA) Tirta Jati Kabupaten Cirebon.

Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan, tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk memahami Kualitas Pelayanan Publik dan Kepuasan Pelanggan di Perusahaan Umum Daerah
2. Air Minum (PERUMDA) Tirta Jati Kabupaten Cirebon.
3. Untuk mengevaluasi seberapa besar dampak Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di Perusahaan Daerah Umum Air Minum Tirta Jati Kabupaten Cirebon.

Manfaat Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat menambah pemahaman dan pengetahuan mengenai pelayanan publik di sektor-sektor dan unit yang berfokus pada pelayanan kepada masyarakat. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu administrasi, khususnya ilmu administrasi publik dan organisasi di Universitas Swadaya Gunung Jati berkaitan dengan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Selain itu, penelitian ini dapat dijadikan sebagai referensi untuk acuan dalam penelitian yang akan datang.

TINJAUAN PUSTAKA

Pelayanan Publik

Pelayanan publik adalah serangkaian aktivitas yang

bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelayanan sesuai dengan hukum yang berlaku bagi seluruh warga negara dan penduduk, terkait barang, jasa, dan/atau layanan administrasi yang ditawarkan oleh penyelenggara pelayanan publik. Terdapat empat elemen dalam pelayanan publik (Riani, 2021: 224), yang diartikan sebagai semua jenis kegiatan layanan umum yang dijalankan oleh lembaga pemerintah baik di tingkat pusat maupun daerah, serta di lingkungan BUMN/BUMD dalam bentuk barang dan/atau jasa untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Selain itu, pengertian yang saat ini dijadikan acuan utama dalam pelaksanaan pelayanan publik terangkum dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang Pelayanan Publik, yang menyatakan bahwa pelayanan publik adalah serangkaian aktivitas yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan pelayanan sesuai dengan peraturan perundang-undangan bagi setiap warga negara dan penduduk atas barang, jasa, dan/atau pelayanan administratif yang diberikan oleh penyelenggara layanan publik.

Penyelenggaraan pelayanan publik merupakan usaha negara dalam memenuhi kebutuhan dasar dan hak sipil setiap warga negara atas barang, jasa, dan layanan administratif yang diberikan oleh penyelenggara layanan publik. Di dalam Undang-Undang Nomor 25 Tahun 2009 tentang pelayanan publik, pasal 15 membahas kewajiban penyelenggara untuk memberikan pelayanan yang berkualitas sesuai dengan prinsip-prinsip penyelenggaraan layanan publik, serta melaksanakan pelayanan yang sesuai dengan standar yang telah ditetapkan.

Kualitas Pelayanan Publik

Dalam pengertian yang umum, kualitas sering kali diartikulasikan sebagai karakteristik langsung sebuah produk, yang mencakup kinerja, keandalan, kemudahan penggunaan, dan estetika. Sedangkan dalam definisi yang lebih strategis, kualitas didefinisikan sebagai segala hal yang dapat memenuhi harapan atau kebutuhan pelanggan dan masyarakat (Sinambela, 2006:6).

Kualitas pelayanan menjadi elemen penting yang perlu diperhatikan dalam konteks pelayanan publik, di mana istilah kualitas pelayanan publik tidak dapat dipisahkan dari pandangan mengenai kualitas layanan itu sendiri. Kualitas pelayanan juga merupakan tindakan dan perilaku yang dilakukan oleh pelaku usaha atau perusahaan untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, serta kemampuan dalam menciptakan dan menyediakan produk barang atau jasa yang memberikan manfaat sesuai dengan harapan dan keinginan pelanggan.

Pelayanan berkualitas sangat ditentukan oleh berbagai faktor, termasuk bagaimana cara penyelenggaraannya, dukungan dari sumber daya manusia, serta kelembagaan yang ada. Dari penjelasan di atas, bisa disimpulkan bahwa kualitas pelayanan publik merupakan totalitas dari layanan yang dilakukan secara optimal. Untuk menyediakan produk atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan harapan masyarakat, diperlukan usaha untuk memahami sikap dan perubahan minat publik itu sendiri. (Hardiyansyah, 2011:86)

Dimensi Kualitas Pelayanan Publik

Dimensi kualitas pelayanan yang diungkapkan oleh Tjiptono dalam (Nurdin, 2019:20) menyebutkan bahwa ada lima aspek dalam menilai kualitas layanan, yaitu:

1. Tangibles; tercermin dari sarana

fisik, peralatan, staf, dan bahan komunikasi.

2. Realibility; kemampuan untuk memberikan layanan yang dijanjikan dengan dapat dipercaya dan tepat waktu.

3. Responsiveness; kesiapan untuk membantu pelanggan dan memberikan layanan yang sesuai.

4. Assurance; pengetahuan dan kemampuan pegawai untuk membangun kepercayaan serta menjaga kerahasiaan.

5. Empathy; perhatian khusus yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan.

Untuk lebih memahami harapan dan kebutuhan pelanggan, kita perlu mengenali dimensi kualitas yang ada dalam produk tersebut. Ada delapan dimensi menurut Garvin dalam Permana (2020:302), yaitu:

1. Kinerja (performance), yang merupakan karakteristik utama dari produk.

2. Ciri atau fitur tambahan (features), yaitu karakteristik sekunder sebagai pelengkap.

3. Keandalan (reliability), yaitu kemungkinan kecil adanya kerusakan atau kegagalan saat digunakan.

4. Kesesuaian dengan spesifikasi (conformance to specification), yaitu sejauh mana desain dan karakteristik operasional memenuhi standar yang telah ditetapkan.

5. Daya tahan (durability), yang berkaitan dengan lamanya produk dapat digunakan.

6. Serviceability, meliputi kecepatan dalam pelayanan, kompetensi, kenyamanan, kemudahan dalam perbaikan, serta penanganan keluhan dengan baik.

7. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap indra manusia.

8. Kualitas yang dipersepsikan (perceived quality), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terkait produk

tersebut.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan mencerminkan emosi positif atau negatif yang dialami oleh konsumen setelah mereka membandingkan pengalaman dengan apa yang mereka harapkan dan kenyataan yang ada. Menurut Sumarsid dan Paryanti (2022:77), kepuasan pelanggan merupakan tingkat di mana penilaian kinerja suatu produk sejalan dengan harapan yang dimiliki oleh pembeli dan juga pandangan pelanggan terhadap layanan atau produk yang memenuhi ekspektasi serta kebutuhan mereka. Kepuasan pelanggan adalah emosi bahagia atau kecewa yang dialami individu setelah menilai kinerja produk dan harapan yang dimiliki.

Kepuasan konsumen merupakan perasaan puas atau tidak puas yang dirasakan seseorang setelah mereka membandingkan hasil yang dirasakan dengan performa yang diharapkan. Situasi ini ditunjukkan oleh konsumen saat mereka mengetahui bahwa kebutuhan dan keinginan mereka dipenuhi dengan baik. Mewujudkan kepuasan pelanggan dapat memberikan keuntungan, di antaranya menciptakan hubungan yang baik antara pelanggan dan perusahaan, memberikan motivasi untuk pembelian ulang, membangun loyalitas pelanggan, serta menciptakan rekomendasi dari mulut ke mulut yang semuanya menguntungkan bagi perusahaan (Damayanti et al. 2019:23).

Berdasarkan Tjiptono (2011: 453), meski terdapat beragam metode untuk menilai kepuasan pelanggan, terdapat setidaknya enam konsep inti mengenai objek yang diukur, sebagai berikut:

1. Kepuasan Pelanggan. Cara paling sederhana untuk mengetahui kepuasan pelanggan adalah dengan menanyakan langsung kepada mereka sejauh mana kepuasan terhadap produk atau layanan tertentu. Umumnya, ada dua langkah dalam proses pengukuran ini. Pertama, mengukur tingkat kepuasan pelanggan

terhadap produk atau layanan dari perusahaan yang bersangkutan. Kedua, mengevaluasi dan membandingkan dengan tingkat kepuasan keseluruhan dari produk dan/atau layanan pesaing.

2. Dimensi Kepuasan Pelanggan. Berbagai penelitian mengelompokkan kepuasan pelanggan menjadi beberapa komponen. Proses ini umumnya terdiri dari empat langkah. Pertama, mengidentifikasi dimensi kunci kepuasan pelanggan. Kedua, meminta pelanggan untuk menilai produk atau layanan berdasarkan kriteria tertentu, seperti kecepatan pelayanan, sarana yang disediakan, atau keramahan staf. Ketiga, meminta pelanggan untuk menilai produk atau jasa yang ditawarkan pesaing berdasarkan kriteria yang sama. Keempat, meminta pelanggan untuk menentukan dimensi mana yang paling penting dalam menilai kepuasan secara keseluruhan.

3. Konfirmasi Harapan. Dalam konsep ini, kepuasan tidak diukur secara langsung, tetapi dinilai berdasarkan kesesuaian atau ketidaksesuaian antara apa yang diharapkan dan kinerja nyata produk dari perusahaan dalam sejumlah atribut penting.

4. Minat untuk Pembelian Ulang. Kepuasan pelanggan dapat diukur secara perilaku dengan cara menanyakan apakah pelanggan akan mengulangi pembelian atau menggunakan layanan dari perusahaan tersebut di masa depan.

5. Kesiediaan untuk Memberikan Rekomendasi. Dalam situasi produk yang pembeliannya jarang terjadi atau hanya satu kali (seperti membeli mobil, memilih broker rumah, asuransi jiwa, perjalanan keliling dunia, dan sejenisnya), seberapa besar keinginan pelanggan untuk merekomendasikan produk kepada orang lain menjadi indikator penting untuk dianalisis dan ditindaklanjuti.

6. Ketidakpuasan Pelanggan. Berbagai aspek yang dianalisis untuk mengetahui ketidakpuasan pelanggan meliputi keluhan, pengembalian produk, biaya garansi, penarikan produk dari pasar, penyebaran informasi negatif, dan

konsumen yang beralih ke pesaing.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Beberapa jenis faktor yang seperti yang dijelaskan oleh Meithiana (2019:87) yang dianggap oleh konsumen agar tetap loyal pada suatu perusahaan, antara lain:

1. Layanan. Layanan adalah aspek fundamental dalam bentuk jasa yang bertujuan untuk membina hubungan yang baik dan memperkuat interaksi antara produsen dengan konsumen. Salah satu aspek yang cukup penting dalam layanan adalah mendengarkan berbagai keluhan atau masukan dari pelanggan untuk mencari solusi yang tepat sehingga produk menjadi lebih baik dan menarik bagi konsumen.

2. Kualitas Barang. Setelah menerima umpan balik yang positif, kualitas barang menjadi sangat krusial, karena kualitas mencerminkan harapan konsumen terhadap produk yang dihasilkan oleh produsen. Beberapa faktor kunci untuk memastikan kualitas produk mencakup kesesuaian yang dibutuhkan, daya tahan produk yang harus diperhatikan, keunggulan dari barang yang diproduksi, serta keandalan produk yang akan memengaruhi minat konsumen. Di sinilah kepercayaan atau loyalitas muncul untuk terus membeli produk dari produsen.

3. Harga. Penentuan harga sangatlah penting dalam setiap usaha, karena harga yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen menjadi ukuran dari produk itu sendiri. Harga dapat memengaruhi permintaan di pasar. Oleh karena itu, sebaiknya memilih harga berdasarkan tingkat biaya bahan baku, alat yang digunakan dan tingkat kesulitan pembuatan sebagai

acuan untuk nilai harga produk.

4. Promosi dan Strategi Pemasaran yang Efektif. Promosi adalah cara kita memberikan informasi untuk menawarkan produk, meningkatkan penjualan ke tingkat yang lebih tinggi, dan menciptakan loyalitas konsumen terhadap produk. Aktivitas ini bertujuan untuk memengaruhi konsumen agar memilih menggunakan jasa atau produk yang akan membuat mereka merasa puas.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan positif atau negatif yang dialami konsumen saat menilai ekspektasi atau pengalaman mereka dengan hasil sebuah produk. Kepuasan tersebut merupakan evaluasi dari pembeli, di mana opsi yang mereka pilih setidaknya memberikan hasil yang sama atau bahkan melebihi harapan mereka. Menurut Yandri dan Nio (2019:3) tentang aspek-aspek kepuasan pelanggan, terdapat beberapa hal, yaitu:

1. Harapan. Faktor yang memengaruhi kepuasan konsumen dimulai sebelum mereka melakukan pembelian, yaitu saat konsumen membentuk harapan tentang apa yang akan didapat dari produk. Umumnya harapan konsumen adalah perkiraan atau keyakinan mereka mengenai apa yang akan mereka terima setelah melakukan pembelian atau menggunakan suatu produk. Sebagai contoh, harapan konsumen mengenai kualitas air dari penyedia jasa air bersih dalam hal rasa dan kejernihan tidak sesuai dengan kenyataan, seperti air yang berwarna coklat.

2. Kinerja. Selama proses penggunaan, konsumen merasakan kinerja dan manfaat produk secara langsung berdasarkan kepentingan mereka. Misalnya, ketika pelanggan

melakukan pembayaran di loket, layanan yang diberikan oleh petugas administrasi selama proses pembayaran sangat baik dan sopan.

3. Perbandingan. Setelah menggunakan produk, konsumen akan membandingkan antara harapan mereka sebelum membeli dan kinerja produk yang mereka alami. Misalnya, harapan konsumen mengenai kualitas air dari penyedia jasa air bersih sebelum dan setelah menggunakan produk tersebut tidak sesuai dengan apa yang diharapkan.

4. Konfirmasi atau Penolakan (Penegasan). Ini berkaitan dengan sejauh mana harapan yang dimiliki konsumen sebelum membeli sesuai atau tidak dengan pengalaman mereka saat membeli. Sebagai contoh, harapan dan persepsi konsumen mengenai pelayanan serta kualitas air dari penyedia layanan air bersih sering kali tidak sejalan dengan kenyataan, seperti kurangnya respons dari petugas layanan saat memperbaiki meteran air yang tidak mencerminkan jumlah pemakaian yang sebenarnya.

4. Ketidaksesuaian. Perbedaan dalam tingkat kinerja dapat mengidentifikasi adanya ketidaksesuaian. Ketidakpuasan konsumen meningkat ketika kinerja aktual lebih rendah dari yang diharapkan, hal ini dikenal sebagai *disconfirmation* negatif. Misalnya, pelayanan dari petugas penyedia air bersih tidak memuaskan dan tidak sesuai dengan janji yang telah diucapkan oleh perusahaan. Hal ini terlihat dari kurangnya responsivitas petugas dalam menangani keluhan dari para pelanggan.

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas layanan menurut Kotler dan Armstrong yang dijelaskan dalam Meithiana (2019:61) adalah keseluruhan keunggulan dan sifat-sifat dari produk

atau layanan yang mendukung kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan baik secara langsung maupun tidak langsung. Produk dan layanan yang berkualitas memiliki peran yang signifikan dalam menciptakan kepuasan bagi pelanggan. Semakin tinggi kualitas produk dan layanan yang ditawarkan, semakin besar pula kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan. Ketika kepuasan pelanggan meningkat, hal ini bisa menghasilkan keuntungan bagi perusahaan. Salah satu strategi utama untuk mempertahankan perusahaan jasa adalah dengan memberikan layanan berkualitas lebih tinggi dibandingkan pesaing secara konsisten dan memenuhi harapan pelanggan.

Kualitas dapat dianggap bagus jika penyedia layanan memberikan apa yang diharapkan oleh pelanggan. Dengan demikian, mencapai kepuasan pelanggan memerlukan keseimbangan antara apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan apa yang diberikan. Menurut Kotler dan Keller dalam Suyono et. al (2020 :74), kepuasan adalah perasaan bahagia atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara persepsi mereka terhadap kinerja produk dan ekspektasi yang dimiliki.

Seperti yang dinyatakan oleh Kotler dalam kutipan Tjiptono (2011:315), terdapat beberapa metode untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggan serta pelanggan dari pesaing. Kotler mengidentifikasi empat cara untuk menilai kepuasan pelanggan, yaitu:

1. Sistem Keluhan dan Saran. Perusahaan yang berorientasi pada pelanggan akan memberikan banyak kesempatan bagi pelanggan untuk mengajukan saran dan keluhan, misalnya dengan menyediakan kotak saran, kartu komentar, dan lainnya. Informasi dari pelanggan ini akan menjadi masukan dan ide untuk perusahaan agar cepat dan responsif dalam menyelesaikan masalah yang muncul. Dengan demikian,

perusahaan akan mengetahui keluhan pelanggan dan segera melakukan perbaikan. Metode ini berfokus pada identifikasi masalah dan pengumpulan saran langsung dari pelanggan.

2. Ghost Shopping (Mystery Shopping). Salah satu cara untuk mendapatkan informasi tentang kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang ghost shoppers yang berpura-pura sebagai calon pelanggan. Mereka akan bertindak sebagai pembeli potensial untuk produk perusahaan serta produk dari pesaing.

3. Lost Customer Analysis. Perusahaan akan menghubungi atau mencari informasi tentang pelanggan yang telah berhenti membeli produk atau berpindah ke pemasok lain, untuk memahami alasannya. Peningkatan tingkat kehilangan pelanggan dapat menunjukkan bahwa perusahaan gagal dalam memuaskan pelanggan.

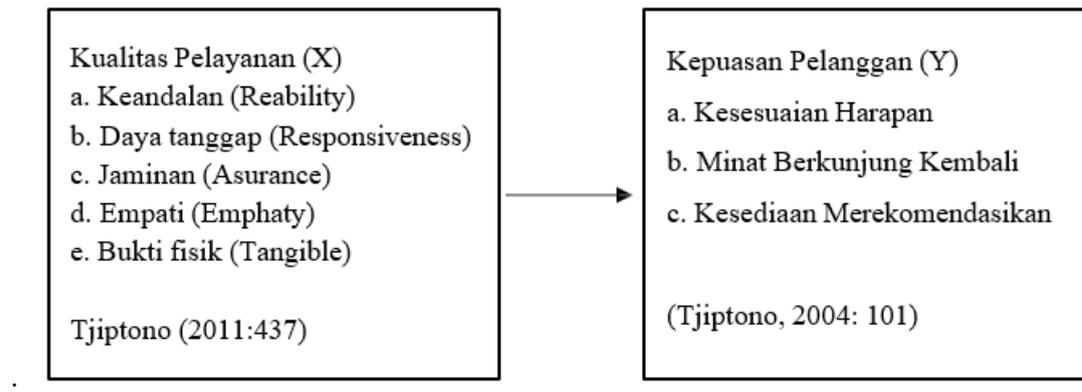
5. Survei Kepuasan Pelanggan. Sebagian besar penelitian tentang kepuasan pelanggan dilakukan melalui survei, baik melalui pos, telepon, email, website, maupun wawancara langsung. Melalui survei ini, perusahaan akan mendapatkan umpan balik langsung dari pelanggan dan juga akan memberikan kesan yang positif kepada mereka.

Kerangka Pikiran

Untuk menilai sejauh mana pelanggan merasa puas, belum ada pedoman yang baku yang bisa dijadikan acuan, karena kepuasan itu bersifat relatif dan harapan serta pemahaman tiap pelanggan juga bervariasi. Namun, jika PDAM Tirta Jati Kabupaten Cirebon dapat menggambarkan lima dimensi tersebut dalam metode pelayanannya, maka pencapaian kepuasan pelanggan akan lebih mudah dicapai. Dengan kata lain, ekspektasi pelanggan untuk mendapatkan pelayanan yang memuaskan dari PDAM Tirta Jati Kabupaten Cirebon akan menjadi lebih realistis. Suatu pelayanan dinyatakan berkualitas apabila pelanggan merasakan kepuasan, baik saat terjadi interaksi pelayanan dalam situasi tertentu atau dalam

penilaian pasca pembelian. Kepuasan pelanggan dapat dianalisis oleh perusahaan melalui pengamatan lima dimensi kualitas pelayanan yang meliputi: keandalan, jaminan, daya tanggap, bukti fisik, dan empati. Pelanggan PDAM Tirta Jati Kabupaten Cirebon dianggap puas apabila ada keselarasan antara harapan pelanggan setelah mengevaluasi produk dengan

layanan yang mereka terima. Ketidakpuasan akan muncul jika harapan dan kebutuhan pelanggan tidak sejalan dengan standar pelayanan yang diberikan. Secara sistematis, pola pikir dalam penulisan ini dapat disajikan sebagai berikut



Berdasarkan uraian dalam latar belakang, kajian teori, dan kerangka pemikiran, hipotesis yang diajukan untuk diuji kebenarannya dalam penelitian ini adalah: Ho: Tidak Ada Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Umum Air Minum Tirta Jati Kabupaten Cirebon

karena data yang diperoleh berupa angka dan analisis dilakukan dengan menggunakan statistik, sebagaimana dikemukakan oleh Sugiyono dalam Hermawan (2019:29). Tujuan penggunaan pendekatan kuantitatif adalah untuk memperoleh data yang lebih tepat dan ringkas dengan jumlah sampel yang lebih besar, di mana penelitian ini juga didukung oleh sistem SPSS.

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

H1: Terdapat Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pengguna Perusahaan Daerah Umum Air Minum Tirta Jati Kabupaten Cirebon.

Populasi dan sampel

Dalam penelitian ini, teknik yang digunakan adalah Purposive Sampling, yang merupakan cara untuk menentukan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu dari peneliti. Untuk menentukan jumlah sampel minimal, digunakan rumus Slovin, agar sampel yang diambil representatif dan hasil penelitian dapat berlaku umum. Perhitungan ini tidak memerlukan tabel untuk jumlah sampel, melainkan dapat dilakukan melalui rumus dan perhitungan sederhana. Berikut adalah rumus Slovin untuk menentukan sampel:

METODE PENELITIAN

Untuk menyelesaikan penelitian ini, peneliti menerapkan pendekatan kuantitatif. Metode ini dianggap sebagai metode ilmiah karena memenuhi prinsip-prinsip keilmuan seperti konkret, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis. Disebut metode kuantitatif

sebagai berikut:

Keterangan:

n = ukuran sampel/ jumlah

responden N = ukuran populasi

e = Presentase kelonggaran ketidak telitian / derajat toleransi

Dalam rumus Slovin terdapat ketentuan

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dengan jumlah besar.

Nilai e = 0,2 (20%) untuk populasi dengan jumlah kecil.

Jadi rentang sampel yang dapat

diambil dari teknik Slovin yaitu antara 10-1-20% dari populasi penelitian.

Dalam penelitian ini, digunakan presentase 10% sebagai batas kesalahan pengambilan sampel, sehingga dengan mengikuti perhitungan tersebut dapat diketahui sebagai berikut :

$$n = \frac{40972}{1+40972 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{40972}{41072}$$

$$n = 99,957 \text{ dibulatkan} = 100$$

HASIL PENELITIAN

Uji Validitas

Peneliti melaksanakan pengujian validitas terhadap 29 pernyataan dari

kuesioner mengenai kualitas pelayanan yang berprestasi, yang diambil dari enam indikator. Pengujian validitas digunakan untuk menentukan apakah kuesioner dapat diterima atau tidak. Validasi ini dilakukan dengan cara mengukur hubungan antara skor setiap butir pernyataan dan skor keseluruhan, di mana hubungan yang tinggi menunjukkan bahwa butir tersebut memiliki validitas yang sangat baik. Kriteria minimum agar dianggap valid adalah jika $r \geq 0,195$, sehingga jika hubungan antara item dengan skor total berada di bawah 0,3, maka item dalam instrumen tersebut akan dinyatakan tidak valid. Dari hasil pengujian validitas, ditemukan bahwa dari 29 pernyataan tersebut, semua pernyataan dianggap valid. Pengolahan data menggunakan SPSS menunjukkan bahwa pernyataan yang valid dapat dilihat lebih lengkap pada tabel berikut ini:

No	Indikator	rhitung	rtabel	Keterangan
1	Kehandalan			
	- Indikator 1	0.603	0,195	Valid
	- Indikator 2	0.786	0,195	Valid
	- Indikator 3	0.724	0,195	Valid
2	Daya Tanggap			
	- Indikator 1	0.687	0,195	Valid
	- Indikator 2	0.852	0,195	Valid
	- Indikator 3	0.694	0,195	Valid
3	Jaminan			
	- Indikator 1	0.741	0,195	Valid
	- Indikator 2	0.807	0,195	Valid
	- Indikator 3	0.754	0,195	Valid
4	Empati			
	- Indikator 1	0.779	0,195	Valid
	- Indikator 2	0.686	0,195	Valid
	- Indikator 3	0.617	0,195	Valid
5	Bukti Fisik			
	- Indikator 1	0.710	0,195	Valid
	- Indikator 2	0.787	0,195	Valid
	- Indikator 3	0.795	0,195	Valid

	- Indikator 4	0.694	0,195	Valid
6	Kepuasan Pelanggan			
	- Indikator 1	0.875	0,195	Valid
	- Indikator 2	0.909	0,195	Valid
	- Indikator 3	0.879	0,195	Valid

Dasar penentuan keputusan dalam pengujian validitas adalah jika nilai r hitung lebih tinggi dibandingkan rtabel. Dengan demikian, item-item yang terdapat dalam kuesioner dianggap memiliki hubungan signifikan dengan skor total yang diperoleh, yang berarti item tersebut dapat dianggap valid. Namun, jika nilai r hitung tidak melebihi rtabel, maka item-item dalam kuesioner tidak menunjukkan hubungan yang signifikan dengan skor total, sehingga item tersebut dianggap tidak valid. Pada tabel tersebut, tercantum bahwa semua indikator yang digunakan untuk mengevaluasi variabel-variabel dalam penelitian ini memiliki nilai korelasi

yang lebih besar dari 0,195. Hasil ini menunjukkan bahwa semua indikator tersebut valid.

Uji Reabilitas

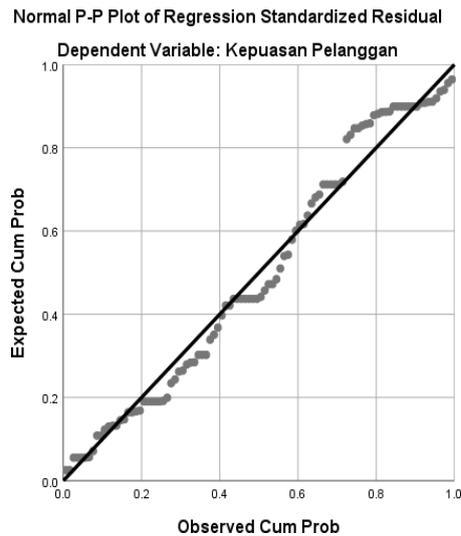
Suatu kuesioner dianggap dapat diandalkan jika respon dari individu terhadap setiap pernyataan tetap konsisten atau tidak berubah. Metode yang dipakai untuk pengujian adalah cronbach alpha. Sebuah konstruk atau variabel dinyatakan andal jika memberikan nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,60 (Dewi dan Surdayanto, 2011:75), dan dalam penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan rumus Cronbach Alpha. Hasil dari pengujian reliabilitas untuk variabel kualitas layanan dan variabel kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel berikut ini:

No	Variabel	Alpha	Keterangan
1	Keandalan (<i>Reability</i>)	0.667	Reliabel
2	Daya tanggap (<i>Responsiveness</i>)	0.724	Reliabel
3	Jaminan (<i>Asurance</i>)	0.703	Reliabel
4	Empati (<i>Emphaty</i>)	0.620	Reliabel
5	Bukti fisik (<i>Tangible</i>)	0.736	Reliabel
6	Kepuasan Pelanggan	0.859	Reliabel

Pada penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan melalui analisis Alpha Cronbach. Jika suatu variabel memiliki nilai Alpha Cronbach lebih dari 0,60, maka variabel tersebut dianggap dapat diandalkan atau konsisten dalam pengukurannya. Hasil dari uji reliabilitas yang tercantum pada tabel 22 di atas menunjukkan bahwa seluruh variabel yang berhubungan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki koefisien Alpha yang cukup tinggi, dengan keduanya menunjukkan nilai Alpha Cronbach lebih dari 0,60, sehingga dapat disimpulkan bahwa semua konsep pengukuran untuk masing-masing variabel dalam kuesioner adalah dapat diandalkan.

Uji Asumsi Klasik

- Uji Normalitas
- Pengujian ini mencakup uji normalitas, uji multikolinieritas, serta uji heteroskedastisitas. Agar bisa memperoleh model regresi yang berkualitas, penting bahwa distribusi data bersifat normal atau setidaknya mendekati normal. Apabila data tidak mengikuti distribusi normal, maka transformasi data harus dilakukan terlebih dahulu. Selanjutnya, model regresi yang ideal adalah model yang bebas dari multikolinieritas, heteroskedastisitas, dan autokorelasi (Padilah dan Adam,



- :119).
- Pengujian normalitas dilakukan pada residual regresi. Metode pengujian ini menggunakan grafik P-P Plot. Data dapat dianggap normal jika titik-titik yang ada

2019

tidak terlalu jauh dari garis diagonal. Dari analisis regresi linier yang dilakukan dengan grafik normal P-P Plot terhadap kesalahan residu model regresi, diperoleh bahwa pola grafik menunjukkan normalitas, yaitu terdapat sebaran titik yang berada tidak jauh dari garis diagonal.

- Uji Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas dilaksanakan dengan memanfaatkan nilai VIF. Tanda-tanda adanya multikolinearitas pada suatu variabel dapat dikenali dari tingginya nilai VIF (Variance Inflation Factor) pada variabel-variabel independen dalam sebuah model regresi. Berikut adalah nilai VIF dari variabel independen dalam model regresi:

Tabel Uji Multikolinear

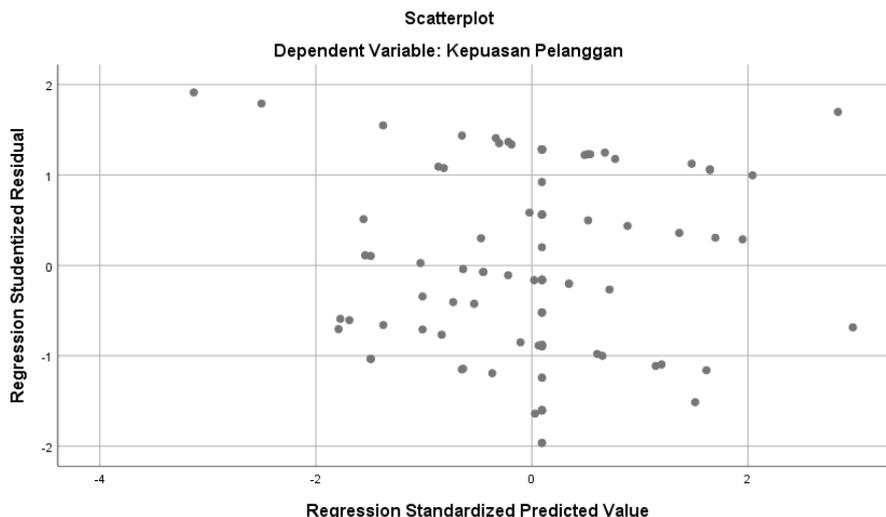
Variabel	VIF	Keterangan
Bukti Fisik	1.901	Tidak terjadi multikolinear
Kehandalan	2.220	Tidak terjadi multikolinear
Daya Tanggap	2.154	Tidak terjadi multikolinear
Jaminan	2.211	Tidak terjadi multikolinear
Empati	2.235	Tidak terjadi multikolinear

Hasil dari pengujian menunjukkan bahwa nilai VIF untuk semua variabel independen berada di bawah 10. Ini mengindikasikan bahwa variabel-variabel yang diteliti tidak mengalami masalah multikolonieritas dalam model regresi.

- Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari uji ini adalah untuk mengecek apakah terdapat perbedaan varian residual antar pengamatan dalam model regresi. Jika

varian residual antar pengamatan cenderung sama, maka ini disebut homokedastisitas. Sebaliknya, jika ada perbedaan pada varians, kondisi ini dinamakan heterokedastisitas. Model regresi yang baik seharusnya bebas dari heterokedastisitas. Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk mengetahui apakah ada perbedaan varians dari nilai residual antara satu pengamatan dengan yang lain. Berikut adalah hasil dari uji heteroskedastisitas.:



Gambar Hasil Uji Heteroskedasitas

Berdasarkan temuan tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi menunjukkan karakteristik Heteroskedasitas karena data yang Uji Hipotesis - Uji T

diperoleh tidak sesuai dengan pola yang diharapkan.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.371	2.943		1.485	.141
	Kehandalan (Reability)	1.663	.550	.238	3.026	.003
	Daya Tanggap (Responsiveness)	1.680	.433	.308	3.882	.000
	Jaminan (Asurance)	1.524	.504	.221	3.026	.003
	Empati (Emphaty)	1.385	.668	.164	2.074	.041
	Bukti Fisik (Tangible)	1.410	.592	.187	2.382	.019

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Gambar Hasil Uji T

Untuk menentukan signifikansi model regresi untuk setiap variabel secara terpisah, dapat dilakukan dengan menggunakan uji t. Berikut ini akan dijelaskan pengujian setiap variabel satu per satu.

1. Variabel Kehandalan (*reliability*)

Diketahui bahwa nilai Signifikansi untuk pengaruh dari kualitas pelayanan indikator kehandalan (X1) adalah 0,003

yang lebih kecil dari 0,05, sehingga kita dapat menyimpulkan bahwa Jaminan memiliki pengaruh positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Semakin tinggi Jaminan yang diberikan oleh perusahaan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan. Sebaliknya, jika daya tanggap perusahaan semakin rendah, maka kepuasan pelanggan juga akan menurun.

4. Variabel Empati

Nilai Signifikansi untuk pengaruh kualitas pelayanan indikator empati (X4) adalah 0,041, yang lebih besar dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa H4 ditolak. Ini berarti tidak ada pengaruh yang signifikan dari kualitas pelayanan indikator empati (X4) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Arah koefisien regresi yang positif menunjukkan bahwa empati memiliki dampak positif yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Apabila tingkat empati di perusahaan meningkat, maka kepuasan konsumen juga akan meningkat. Sebaliknya, jika daya

tanggap perusahaan menurun, maka kepuasan konsumen juga akan ikut menurun.

5. Variabel Bukti Fisik

Diketahui bahwa nilai Signifikansi untuk pengaruh kualitas pelayanan indikator berwujud (X5) adalah 0,019.

- Uji F

Hasil perhitungan regresi secara bersama-sama diperoleh pada t tabel berikut ini :

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	950.388	5	190.078	26.348	.000 ^b
	Residual	678.122	94	7.214		
	Total	1628.510	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Bukti Fisik (Tangible), Jaminan (Assurance), Kehandalan (Reability), Empati (Emphaty), Daya Tanggap (Responsiveness)

Gambar Hasil Uji F

Berdasarkan hasil yang ditunjukkan di atas, dapat disimpulkan bahwa tingkat signifikansi untuk dampak dari kualitas layanan yang mencakup keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan aspek fisik secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh dari perhitungan statistik yang menunjukkan nilai F hitung sebesar 26,348 dengan tingkat signifikansi

0,000.

- Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel- variabel bebas memiliki pengaruh terhadap variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai adjusted R square

Gambar Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.764 ^a	.584	.561	2.686

a. Predictors: (Constant), Bukti Fisik (Tangible), Jaminan (Assurance), Kehandalan (Reability), Empati (Emphaty), Daya Tanggap (Responsiveness)

58,4%. sedangkan sisanya kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel- variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Dari output diatas didapatkan nilai Adjusted R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,584 yang artinya pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y) sebesar

PEMBAHASAN

Secara keseluruhan, penelitian ini memperlihatkan hasil yang memuaskan. Analisis deskriptif mengindikasikan bahwa mutu pelayanan yang diberikan oleh Kantor PDAM Tirta Jati di Kabupaten Cirebon pada umumnya sudah baik. Hal ini terlihat dari banyaknya umpan balik positif yang tinggi dari responden mengenai kondisi masing-masing variabel yang diteliti.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa variabel respons memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bukti empiris ini menunjukkan bahwa respons dari penyedia layanan, yang tercermin dari kesediaan staf untuk membantu, memberikan informasi, serta kecepatan dalam memberikan respons dan menyelesaikan masalah, akan berkontribusi pada terbentuknya kepuasan pelanggan dalam aspek kualitas pelayanan.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa variabel empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini memberikan bukti bahwa perhatian dari penyedia layanan dalam bentuk perhatian yang konsisten, keterampilan komunikasi yang baik, kemampuan untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, serta memahami kondisi pelanggan dapat meningkatkan pandangan yang positif terhadap kualitas pelayanan.

Kualitas pelayanan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan, di mana dimensi atau indikator kualitas pelayanan menjadi ukuran seberapa baik layanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan. Sering kali, kualitas ini diasosiasikan dengan layanan, yang lebih fokus pada istilah pelanggan, pelayanan, kualitas, dan tingkat pelayanan. Layanan yang berkualitas tinggi ditujukan untuk memenuhi harapan pelanggan secara optimal.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan hasil yang cukup memuaskan. Analisis deskriptif mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh Kantor PDAM Tirta Jati di Kabupaten Cirebon pada umumnya sudah baik.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil diskusi yang telah dilakukan di bab sebelumnya, kesimpulan berikut dapat diambil:

1. Dari 100 orang responden, banyak yang berpendapat bahwa layanan dari Perusahaan Umum Daerah Air Minum Tirta Jati di Kabupaten Cirebon berada dalam kondisi yang baik, dan para pelanggan merasa cukup puas dengan layanan yang diberikan oleh perusahaan tersebut.
2. Terdapat pengaruh yang signifikan antara aspek kualitas layanan (X) dengan kepuasan pelanggan (Y) di Perusahaan Umum Daerah Air Minum Tirta Jati Kabupaten Cirebon. Hasil analisis statistik menunjukkan nilai F yang dihitung sebesar 35,391. Hal ini diperkuat oleh hasil Uji F yang menunjukkan nilai signifikansi pengaruh dari kualitas pelayanan yang meliputi keandalan, responsivitas, jaminan, empati, dan aspek fisik secara bersamaan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 0,000.

SARAN

Berdasarkan analisis dan kesimpulan yang telah dipresentasikan, peneliti ingin memberikan beberapa rekomendasi yang diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang terlibat dalam penelitian ini. Berikut adalah beberapa rekomendasi yang dapat diberikan:

1. Peneliti berharap agar kualitas layanan di Perusahaan Umum Daerah Air Minum Tirta Jati Kabupaten Cirebon dapat ditingkatkan, dan pihak perusahaan perlu memperbaiki aspek-aspek dalam dimensi pelayanan seperti keandalan, jaminan, elemen fisik, empati, dan responsif dalam memberikan layanan kepada pelanggan.
2. Bagi pihak lainnya, disarankan untuk melakukan penelitian dengan jumlah sampel yang lebih besar agar data yang dianalisis lebih variatif, sehingga memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai kondisi objek yang diteliti, serta sebaiknya mengeksplorasi objek yang berbeda dari penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. R. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif. Aswaja Pressindo, Yogyakarta.
- Affandi, H., Zaki, M., & Azmeri, A. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Teknik Sipil*, 6(3), 297-308.
- Against Public Satisfaction Levels In Sub Ompo District Of Lalabata Soppeng Regency. *Jurnal Mirai Management*, 1(2), 426-445.
- Amanda, E. A., Budiwibowo, S., & Amah, N. (2017). Pengaruh Budaya Organisasi Terhadap Kinerja Karyawan Di Pdam Tirta Taman Sari Kota Madiun. *Assets: Jurnal Akuntansi Dan Pendidikan*, 6(1), 1-12.
- Arief, Muhtosim. 2006. Pemasaran Jasa Dan Kualitas Pelayanan. Malang: Bayumedia Publishing.
- Arief. 2007. Pemasaran Jasa & Kualitas Pelayanan. Malang: Bayumedia Publishing.
- Arini, D., Hamiyati, H., & Tarma, T. (2016). Pengaruh Dukungan Sosial Keluarga Terhadap Kualitas Hidup Lansia Di Pantia Werdha Ria Pembangunan Jakarta Timur. *Jkjp (Jurnal Kesejahteraan Keluarga Dan Pendidikan)*, 3(2), 68-73.
- Damayanti, L. D., Suwena, K. R., & Haris, I. A. (2019). Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Pelayanan Publik Berdasarkan Indeks Kepuasan Masyarakat (Ikm) Kantor Kecamatan Sawan Kabupaten Buleleng. *Jurnal Pendidikan Ekonomi Undiksha*, 11(1), 21-32.
- Darma, B. (2021). Statistika Penelitian Menggunakan Spss (Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Regresi Linier Sederhana, Regresi Linier Berganda, Uji T, Uji F, R2). Guepedia.
- Daryanto. (2014). Pendekatan Pembelajaran Saintifik Kurikulum 2013. Yogyakarta: Gava Media.
- Gusril, H. (2016). Studi Kualitas Air Minum Pdam Di Kota Duri Riau. *Jurnal Geografi*, 8(2), 190-196.
- Hardiyansyah. (2011). Kualitas Pelayanan Publik: Konsep, Dimensi, Indikator, Dan Implementasinya. Yogyakarta: Gava Media.
- Hermanto, H. (2019). Faktor Pelayanan, Kepuasan Dan Loyalitas Pelanggan.
- Indrasari, M. (2019). Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan: Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan. Unitomo Press
- Irawan, B., & Laksono, S. S. M. (2020). Analisis Kualitas Pelayanan Publik, Profesionalisme, Kinerja Pegawai Sebagai Upaya Kepuasan Masyarakat (Studi Pada Kelurahan Turi Kecamatan Sukorejo Kota Blitar). *Revitalisasi: Jurnal Ilmu Manajemen*, 8(1), 28-37.
- Khaeruman, & Saefullah, E. (2017). Analisis Lokasi Usaha Terhadap Penjualan Pedagang Buah-Buahan Di Sepanjang Jalan Ciptayasa Serang. *Jurnal Sains Manajemen*
- Kotler & Keller. 2007. Marketing Management. Jakarta: Pt. Indeks.
- Kriyantono, Rachmat. 2008. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Mahira, M., Hadi, P., & Nastiti, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome. *Konferensi Riset Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 2(1), 1267-1283.
- Mardiatmoko, G. (2020). Pentingnya Uji Asumsi Klasik Pada Analisis Regresi Linier Berganda (Studi Kasus Penyusunan Persamaan Allometrik Kenari Muda [*Canarium Indicum L.*]). *Barekeng: Jurnal Ilmu Matematika Dan Terapan*, 14(3), 333-342.
- Munparidi, M. (2012). Pengaruh Kepemimpinan, Motivasi, Pelatihan, Dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Pada

- Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Musi Kota Palembang. Orasi Bisnis: Jurnaotoatmojo. (2012). Metode Penelitian Kl Ilmiah Administrasi Niaga, 7(1).
esehatan. Jakarta: Rineka Cipta.
- Nurdin, I. (2019). Kualitas Pelayanan Publik (Perilaku Aparatur Dan Komunikasi Birokrasi Dalam Pelayanan Publik).
- Padilah, T. N., & Adam, R. I. (2019). Analisis Regresi Linier Berganda Dalam Estimasi Produktivitas Tanaman Padi Di Kabupaten Karawang. Fibonacci: Jurnal Pendidikan Matematika Dan Matematika, 5(2), 117-128.
- Permana, J. D. (2020). Perancangan Pengembangan Produk Air Mineral Dalam Kemasan (Amdk) Merk "Xyz" 600 Ml Berdasarkan Model. Journal Of Applied Business And Economics (Jabe), 6(4), 300-311.
- Prasetyono, U. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pasien Di Rumah Sakit Islam Sultan Agung Semarang. Vol. 15 (3). 1, 20
- Priyatno, Duwi. 2012. Cara Kilat Belajar Analisis Data Dengan Spss 20. Yogyakarta: CV. Andi Offset.
- Purwanto, E. A., Tyastiyanti, D., Taufiq, A., & Novianto, W. (2016). Pelayanan Publik, Modul Pendidikan Dan Pelatihan Dasar Kader Pns. Jakarta: Lembaga Administrasi Negara.
- Putra, M. B. (2020, November 29). Mengenal Pelayanan Publik. Ombudsman Republik Indonesia.
- Raharjo, S. (2014, Juli 5). Uji Regresi Sederhana Dengan Spss. Retrieved April 18, 2022
- Raharop, S. (2014, Mei 6). Uji Analisis Korelasi Dengan Program Spss. Retrieved April 18, 2022,
- Ramadhan, M. (2021). Metode Penelitian. Cipta Media Nusantara.
- Riani, N. K. (2021). Strategi peningkatan pelayanan publik. Jurnal Inovasi Penelitian, 1(11), 2443-2452.
- Rosita, E., Hidayat, W., & Yuliani, W. (2021). Uji Validitas Dan Reliabilitas Kuesioner Perilaku Prosocial. Fokus (Kajian Bimbingan & Konseling Dalam Pendidikan), 4(4), 279-284.
- Sarwono, Jonathan, (2006). Analisis Data Penelitian Menggunakan Spss 13, Andi Offset, Yogyakarta.
- Suyono, S., Halim, M. P., Mukhsin, M., & Akri, P. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Di MCDonald's Pekanbaru. Kurs: Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis, 5(1), 70-84.
- Sawir, M. (2020). Birokrasi Pelayanan Publik Konsep, Teori, Dan Aplikasi. Deepublish.
- Selvi Rianti, Z. R., & Yuliani, F. (2019). Kualitas Pelayanan Publik. Jiana (Jurnal Ilmu Administrasi Negara), 17(2), 412-419.
- Setiawan, H. (2012). Pengaruh Orientasi Pasar, Orientasi Teknologi Dan Inovasi Produk Terhadap Keunggulan Bersaing Usaha Songket Skala Kecil Di Kota Palembang. Orasi Bisnis: Jurnal Ilmiah Administrasi Niaga, 8(2).
- Setyawan, R. A., & Atapukan, W. F. (2018). Pengukuran Usability Website ECommerce Sambal Nyoss Menggunakan Metode Skala Likert. Jurnal Compiler, 7(1).
- Sigit Hermawan, S. E., & Amirullah, S. E. (2021). Metode Penelitian Bisnis: Pendekatan Kuantitatif & Kualitatif. Media Nusa Creative (Mnc Publishing)
- Sinambela, Lijan Poltak. 2006. Reformasi Pelayanan Publik. Jakarta: Bumi Aksara. Solikha, S., & Suprpta, I. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt. Go-Jek). Jurnal Ekobis: Ekonomi Bisnis & Manajemen, 10(1), 67-81.

- Sriningsih, M., Hatidja, D., & Prang, J. D. (2018). Penanganan Multikolinearitas Dengan Menggunakan Analisis Regresi Komponen Utama Pada Kasus Impor Beras Di Provinsi Sulut. *Jurnal Ilmiah Sains*, 18-24.
- Sugiyono, 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, Pt. Alfabeta: Bandung.
- Sugiyono, P. D. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suharismi, A. (2009). *Prosedur Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Alfabeta.
- Sumarsid, & Paryanti, A. B. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfoof (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi). *Jurnal Ilmiah M-Progress*.
- Suriyani, A., & Adytha, N. (2020). *Kualitas Pelayanan Publik*. Jakarta: Institut Ilmu Sosial Dan Manajemen Stiarni.
- Syahbana, D. (2016). Pengaruh Lima Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Anggota Koperasi Susu Warga Mulya Purwobinangun Pakem. *Jurnal Pendidikan Dan Ekonomi*, 5(3), 198-204.
- Tamsah, H. (2016). *The Effect Of Five Dimensions Of Quality Of Public Services*
- Tjiptono, F. (2005). *Strategi Pemasaran Edisi Ii*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy, 2004. *Prinsip – Prinsip Total Quality Service (Tqs)*, Yogyakarta: Andi
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, Fandy. 2011. *Pemasaran Jasa*. Bayumedia. Malang.
- Widarjono, Agus. 2010. *Analisis Statistika Multivariat Terapan*. Yogyakarta: Unit Penerbit Dan Percetakan.
- Widiyanto, Joko. 2012. *Spss For Windows*. Surakarta: Badan Penerbit-Fkip Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Wijaya, F. Z., & Supriyanto, D. (2018, March). Pengaruh Linieritas Pendidikan Formal Guru Terhadap Kompetensi Pedagogik Di Madrasah Ibtidaiyah Salafiyah Syafi'iyah 1 Sooko Mojokerto. In *Proceeding: The Annual International Conference On Islamic Education (Vol. 3, No. 2, Pp. 96-107)*.
- Yandri, I. H., & Nio, S. R. (2019). Hubungan Kepuasan Konsumen Terhadap Brand Loyalty Pada Atlet Futsal Pengguna Sepatu Specs. *Jurnal Riset Psikologi*, 2019(4).
- Yuliara, I. M. (2016). *Modul Regresi Linier Sederhana*. Bandung: Fmipa Universitas Udayana.