

Pengaruh Implementasi *Total Quality Management* (TQM), Inovasi Layanan, Dan Digitalisasi Proses Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Perumdam Among Tirta Kota Batu)**Muhammad Toriqul Ma'arif *****M. Cholid Mawardi******Ita Athia*******Email : 22201081280@unisma.ac.id****Universitas Islam Malang****Abstract**

This research seeks to examine the influence of total quality management (TQM), service innovation, and process digitalization on customer satisfaction at Perumdam Among Tirta Batu City. Improving the quality of public services has become increasingly important due to technological advancement and rising customer expectations. This research adopted a quantitative approach based on an explanatory research design. The population consisted of 21,223 active customers of Perumdam Among Tirta Batu City, while 100 respondents were selected using the Slovin formula and proportional sampling technique. Data were obtained from a structured questionnaire utilizing a five-point Likert scale and were examined through multiple linear regression analysis conducted using SPSS software. Prior to hypothesis testing, validity, reliability, normality, and classical assumption tests were conducted. The findings reveal that total quality management, service innovation, and process digitalization simultaneously have a positive and significant effect on customer satisfaction. Partially, all independent variables also have positive and significant effects, with process digitalization demonstrating the strongest influence. These findings indicate that continuous quality improvement, innovative service development, and digital transformation contribute significantly to enhancing customer experiences and meeting customer expectations. This study provides practical implications for public service organizations to strengthen quality management practices and optimize digital-based services in order to improve customer satisfaction.

Keywords: *Total Quality Management, Service Innovation, Process Digitalization, Customer Satisfaction, Public Service.*

Pendahuluan

Perkembangan teknologi dan digitalisasi mendorong organisasi publik maupun swasta untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan yang berfokus pada pemenuhan kepuasan pelanggan. Dalam sektor pelayanan publik, Perusahaan Umum Daerah Air Minum (Perumdam) memiliki peran strategis dalam menyediakan layanan air bersih yang berkualitas, berkelanjutan, serta mampu memenuhi kebutuhan masyarakat. Sebagai Badan Usaha Milik Daerah (BUMD), Perumdam Among Tirta Kota Batu dituntut tidak hanya meningkatkan efisiensi operasional, tetapi juga memberikan pelayanan yang cepat, mudah, dan responsif guna menciptakan kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam menilai keberhasilan suatu organisasi untuk memberikan pelayanan. Namun, kondisi di Perumdam Among Tirta Kota Batu menunjukkan bahwa masih terdapat berbagai keluhan pelanggan, seperti kualitas air yang keruh, gangguan distribusi, serta lambatnya penanganan pengaduan. Permasalahan tersebut juga tercermin dari rendahnya penilaian pelanggan pada *Google Maps* dengan rating 1,9. Kondisi ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan masih perlu ditingkatkan melalui penerapan strategi manajemen yang berorientasi pada pelanggan.

Salah satu metode yang bisa diterapkan adalah *total quality management* (TQM), yaitu metode manajemen yang mengedepankan komitmen serta partisipasi aktif seluruh elemen organisasi, termasuk manajemen, dalam memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara berkesinambungan (Suyono et al., 2020). Definisi praktik fokus pelanggan adalah suatu aktivitas yang melibatkan hubungan yang dibangun antara kebutuhan dan kepuasan pelanggan dengan proses internal (Athia & Basalamah, 2019). Selain itu, organisasi juga perlu melakukan inovasi layanan. Inovasi layanan merupakan sebuah upaya strategis yang dilakukan oleh organisasi untuk menghasilkan nilai tambah bagi konsumen melalui pengembangan atau perbaikan layanan (Pitaloka et al., 2025). Perumdam Among Tirta Kota Batu menyediakan layanan berbasis teknologi, seperti layanan pengaduan dan informasi pelanggan melalui *WhatsApp*, serta berbagai program pelayanan yang memberikan kemudahan bagi masyarakat. Di sisi lain, digitalisasi proses, seperti penerapan aplikasi operasional internal dan pembayaran elektronik (*e-payment*), menjadi upaya untuk meningkatkan efisiensi, kecepatan, dan transparansi pelayanan. Lisawanto et al. (2023) mengungkapkan digitalisasi berperan positif dalam meningkatkan kepuasan pelanggan karena mempermudah interaksi dan mengoptimalkan pengalaman pelanggan. Perkembangan ini memungkinkan komunikasi antar manusia menjadi tidak terbatas dan bebas hambatan, terutama dalam hal jarak (Puspitasari, Mawardi, dan Hidayati 2024).

Berbagai penelitian terdahulu menekankan bahwa *total quality management* (TQM), inovasi layanan, dan digitalisasi proses berpengaruh positif pada kepuasan pelanggan. Akan tetapi, penelitian yang menganalisis ketiga variabel tersebut secara bersamaan pada perusahaan penyedia layanan air bersih, khususnya Perumdam Among Tirta Kota Batu, masih terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Implementasi *Total Quality Management* (TQM), Inovasi Layanan, Dan Digitalisasi Proses Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perumdam Among Tirta Kota Batu, serta diharapkan dapat membantu mengembangkan penelitian manajemen pelayanan dan menjadi masukan bagi perusahaan sebagai upaya meningkatkan mutu pelayanan demi tercapainya kepuasan.

Landasan Teori Dan Pengembangan Hipotesis

Literatur Terdahulu

Penelitian terdahulu secara konsisten menunjukkan bahwa implementasi *total quality management* (TQM), inovasi layanan, dan digitalisasi proses memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Studi oleh Suyono et al. (2020) menghasilkan bahwa TQM memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan karena penerapan prinsip-prinsip manajemen mutu mampu meningkatkan kualitas pelayanan yang diterima pelanggan. Hasil tersebut diperkuat oleh Mendrofa et al. (2026) yang menemukan bahwa penerapan TQM yang semakin optimal dalam suatu organisasi akan berdampak pada meningkatnya tingkat kepuasan pelanggan. Selain itu, Agung et al. (2022) menghasilkan temuan bahwa inovasi layanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan melalui penyediaan layanan yang lebih efektif, responsif, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Selaras dengan temuan Pitaloka et al. (2025) yang menyatakan bahwa pengembangan inovasi layanan secara berkesinambungan dapat meningkatkan pengalaman pelanggan, sehingga berkontribusi terhadap peningkatan kepuasan pelanggan. Selanjutnya, Lisawanto et al. (2023) menjelaskan bahwa digitalisasi proses berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan karena mampu meningkatkan kemudahan akses, kecepatan, dan efisiensi pelayanan, yang kemudian diperkuat oleh hasil penelitian Amelia et al. (2025) yang mengungkapkan bahwa penerapan digitalisasi proses dapat meningkatkan kualitas pelayanan sehingga memberikan pengalaman layanan yang lebih baik dan berdampak pada meningkatnya kepuasan pelanggan.

Expectation Confirmation Theory (ECT)

Expectation Confirmation Theory (ECT) yang dikemukakan oleh Oliver (1980), kepuasan pelanggan muncul melalui proses evaluasi, yaitu ketika pelanggan membandingkan kinerja layanan yang diterima dengan harapan yang telah dimiliki sebelumnya. Apabila layanan yang diberikan mampu memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan, maka akan terbentuk *positive confirmation* yang berkontribusi pada terciptanya kepuasan pelanggan. Sebaliknya, apabila layanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan, akan terjadi *negative disconfirmation* yang menimbulkan ketidakpuasan. Dalam konteks pelayanan publik, penerapan *total quality management* (tqm), inovasi layanan, dan digitalisasi proses merupakan strategi untuk meningkatkan kualitas pelayanan sehingga harapan pelanggan dapat terpenuhi. Dengan demikian, semakin baik implementasi ketiga aspek tersebut, semakin besar peluang terciptanya kepuasan pelanggan.

Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon konsumen terhadap hasil atau performa layanan yang diterima, yang didasarkan pada perbandingan antara ekspektasi awal dengan realitas kinerja yang dirasakan (Chandra et al., 2020: 120). Sedangkan menurut Agung et al. (2022) kepuasan pelanggan merupakan reaksi konsumen yang muncul dari hasil penilaian atas kesenjangan antara ekspektasi awal mereka dengan performa aktual produk yang dirasakan. Kepuasan mencerminkan keberhasilan organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan ekspektasi pelanggan sehingga menjadi indikator penting dalam mengevaluasi kualitas pelayanan. Penelitian ini mengukur kepuasan pelanggan berdasarkan indikator yang dikembangkan oleh Giawa & Riski (2022), yaitu penilaian langsung, konfirmasi harapan (*confirmation of expectations*), minat menggunakan kembali (*repurchase intention*), kesediaan merekomendasikan (*willingness to recommend*), serta sistem keluhan dan saran.

Total Quality Management (TQM)

Total quality management adalah pendekatan strategis sekaligus operasional untuk mengatur organisasi yang berorientasi pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan melalui upaya perbaikan secara berkesinambungan serta memanfaatkan sumber daya yang optimal (Ibrahim & Rusdiana, 2021: 22). Menurut Suyono et al. (2020) *total quality management* merupakan suatu pendekatan manajemen yang memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan melalui penerapan sistem manajemen yang berorientasi pada kualitas. TQM tidak hanya berfokus pada kualitas produk atau jasa, tetapi juga pada penyempurnaan proses kerja, peningkatan kompetensi sumber daya manusia, serta pengambilan keputusan berdasarkan fakta. Penelitian ini mengukur implementasi TQM melalui lima indikator yang diadaptasi dari Mendrofa et al. (2026), yaitu fokus pada pelanggan, keterlibatan total karyawan, perbaikan berkelanjutan, manajemen berbasis fakta, serta pendekatan system dan proses.

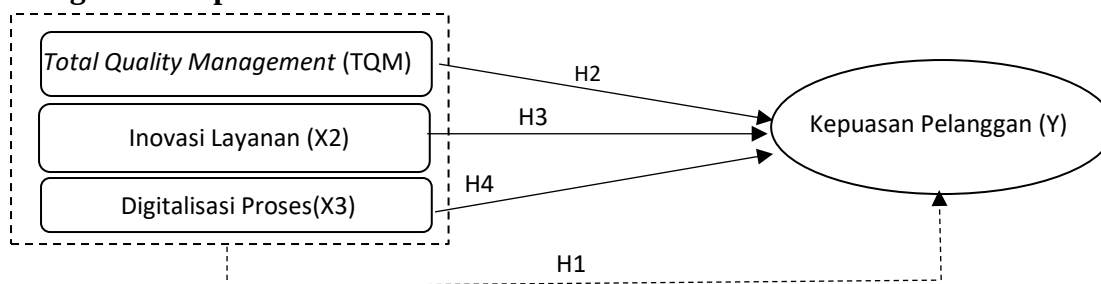
Inovasi Layanan

Inovasi layanan merupakan upaya untuk menciptakan produk layanan baru maupun meningkatkan kualitas layanan yang telah ada, yang juga mencakup perubahan pada karakteristik layanan serta penyempurnaan desain layanan agar lebih sesuai dengan kebutuhan dan harapan pelanggan (Hilmie & Kertati, 2023: 43). Menurut Pitaloka et al. (2025) inovasi layanan merupakan strategi yang diterapkan oleh organisasi untuk menciptakan nilai tambah bagi konsumen melalui pengembangan maupun penyempurnaan layanan yang diberikan. Organisasi pelayanan publik dituntut untuk terus berinovasi agar mampu menyesuaikan diri dengan perubahan kebutuhan masyarakat serta perkembangan teknologi. Berdasarkan penelitian Pitaloka et al. (2025), inovasi layanan diukur melalui lima indikator, yaitu peningkatan teknologi, peningkatan proses layanan, pengembangan layanan baru, pengalaman pelanggan (*customer experience*), dan keterlibatan pelanggan dalam inovasi layanan.

Digitalisasi Proses

Digitalisasi merupakan proses perubahan fundamental dalam cara organisasi menggunakan teknologi untuk meningkatkan kinerja, efisiensi, dan menciptakan nilai tambah bagi pelanggan (Subekti et al., 2024: 2). Menurut Lisawanto et al. (2023) Digitalisasi proses adalah upaya mengubah dan menjalankan aktivitas layanan secara manual menjadi berbasis teknologi digital untuk meningkatkan kecepatan, efisiensi, dan kualitas pelayanan kepada pelanggan. Digitalisasi tidak hanya mengubah cara organisasi memberikan layanan, tetapi juga mempercepat proses bisnis, meningkatkan akurasi informasi, dan mempermudah interaksi antara organisasi dengan pelanggan. Penelitian ini menggunakan indikator digitalisasi proses yang dikembangkan oleh Lisawanto et al. (2023), yaitu efisiensi (*efficiency*), keandalan (*reliability*), pemenuhan (*fulfillment*), keamanan (*privacy*), dan daya tanggap (*responsiveness*).

Kerangka Konseptual



Keterangan:

- : Pengaruh secara parsial
 - - - - - → : Pengaruh secara simultan

H1 : Pengaruh *total quality management* (TQM), inovasi layanan, dan digitalisasi proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H2 : Pengaruh *total quality management* (TQM) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H3 : Pengaruh inovasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H4 : Pengaruh digitalisasi proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis *explanatory research* untuk menganalisis pengaruh *total quality management* (TQM), inovasi layanan, dan digitalisasi proses terhadap kepuasan pelanggan Perumdam Among Tirto Kota Batu. Populasi penelitian berjumlah 21.223 pelanggan aktif dengan sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dan teknik *proportional sampling*. Data dikumpulkan melalui kuesioner berskala Likert lima poin serta didukung data sekunder dari perusahaan dan literatur. Variabel penelitian meliputi TQM (X1), inovasi layanan (X2), digitalisasi proses (X3), dan kepuasan pelanggan (Y). Data dianalisis menggunakan SPSS melalui uji validitas, uji reliabilitas, analisis statistik deskriptif, uji asumsi klasik, analisis regresi linier berganda, uji F, uji t, dan koefisien determinasi (Adjusted R²).

Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini terdiri atas 100 pelanggan aktif Perumdam Among Tirto Kota Batu, dengan komposisi 51% laki-laki dan 49% perempuan. Mayoritas responden berusia 21–30 tahun (55%), telah berlangganan selama 4–6 tahun (42%), dan berdomisili di Kecamatan Batu (75%), diikuti Kecamatan Junrejo (24%) dan Kecamatan Bumiaji (1%). Distribusi responden tersebut

menunjukkan bahwa sebagian besar merupakan pelanggan usia produktif yang memiliki pengalaman cukup dalam menggunakan layanan Perumdam Among Tirta Kota Batu, sehingga menghasilkan penilaian yang representatif pada kualitas pelayanan yang diterima.

Hasil Uji Instrumen Penelitian

Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Variabel	Instrumen	r Hitung	r Tabel	Sig.	Keterangan	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kepuasan Pelanggan (Y)	Y1.1	0,797	0,196	0,000	Valid	0,755	Reliabel
	Y1.2	0,700	0,196	0,000	Valid	0,755	Reliabel
	Y1.3	0,665	0,196	0,000	Valid	0,755	Reliabel
	Y1.4	0,665	0,196	0,000	Valid	0,755	Reliabel
	Y1.5	0,722	0,196	0,000	Valid	0,755	Reliabel
Total Quality Management (X1)	X1.1	0,799	0,196	0,000	Valid	0,781	Reliabel
	X1.2	0,748	0,196	0,000	Valid	0,781	Reliabel
	X1.3	0,724	0,196	0,000	Valid	0,781	Reliabel
	X1.4	0,631	0,196	0,000	Valid	0,781	Reliabel
	X1.5	0,752	0,196	0,000	Valid	0,781	Reliabel
Inovasi Layanan (X2)	X2.1	0,759	0,196	0,000	Valid	0,782	Reliabel
	X2.2	0,775	0,196	0,000	Valid	0,782	Reliabel
	X2.3	0,661	0,196	0,000	Valid	0,782	Reliabel
	X2.4	0,772	0,196	0,000	Valid	0,782	Reliabel
	X2.5	0,692	0,196	0,000	Valid	0,782	Reliabel
Digitalisasi Proses (X3)	X3.1	0,805	0,196	0,000	Valid	0,796	Reliabel
	X3.2	0,732	0,196	0,000	Valid	0,796	Reliabel
	X3.3	0,726	0,196	0,000	Valid	0,796	Reliabel
	X3.4	0,748	0,196	0,000	Valid	0,796	Reliabel
	X3.5	0,704	0,196	0,000	Valid	0,796	Reliabel

Sumber : Data Primer diolah, 2026.

Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua pernyataan pada variabel *total quality management* (TQM), inovasi layanan, digitalisasi proses, dan kepuasan pelanggan dinyatakan valid karena memiliki nilai signifikansi $< 0,05$ dan nilai r hitung lebih besar daripada r tabel. Selanjutnya, hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh variabel memiliki nilai Cronbach's Alpha di atas 0,60, yaitu kepuasan pelanggan (0,755), TQM (0,781), inovasi layanan (0,782), dan digitalisasi proses (0,796). Dengan demikian, seluruh instrumen penelitian dinyatakan valid dan reliabel sehingga layak digunakan dalam analisis selanjutnya.

Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	1,53944056
Most Extreme Differences	Absolute	0,083
	Positive	0,083
	Negative	-0,080
Kolmogorov-Smirnov Z		0,830
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,496
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Hasil uji normalitas menggunakan metode Kolmogorov–Smirnov menunjukkan nilai signifikansi yang melebihi 0,05. Hasil analisis mengindikasikan bahwa residual model regresi mengikuti distribusi normal, sehingga dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas telah dipenuhi.

Uji Multikolinearitas

Tabel 3. Hasil Uji Multikolinearitas

Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Total Quality Management (X1)	0,162	6,169	Bebas Multikolinearitas
Inovasi Layanan (X2)	0,208	4,797	Bebas Multikolinearitas
Digitalisasi Proses (X3)	0,142	7,055	Bebas Multikolinearitas

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Hasil uji multikolinearitas, seluruh variabel independen memenuhi kriteria pengujian karena memiliki nilai *tolerance* yang melebihi 0,10 serta nilai VIF yang kurang dari 10. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas pada model regresi yang digunakan.

Uji Heteroskedastisitas

Pada pengujian awal ditemukan gejala heteroskedastisitas pada variabel inovasi layanan. Oleh karena itu, dilakukan transformasi data menggunakan *absolute value transformation* sehingga model regresi memenuhi asumsi homoskedastisitas.

Tabel 4. Hasil Uji Heteroskedastisitas Setelah Dilakukan Transformasi

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,497	0,618	4,037	0,000
	X1	-0,011	0,073	-0,035	0,885
	X2	0,021	0,075	0,071	0,783
	X3	-0,079	0,057	-0,277	0,171

a. Dependent Variable: ABS_RES2

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Setelah dilakukan transformasi data pada variabel inovasi layanan (X2), hasil uji heteroskedastisitas memperlihatkan bahwa nilai signifikansi seluruh variabel independen berada di atas batas 0,05, yaitu 0,885 untuk TQM (X1), 0,783 untuk inovasi layanan (X2), dan 0,171 untuk digitalisasi proses (X3). Berdasarkan hasil tersebut, dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak menunjukkan adanya gejala heteroskedastisitas. Dengan terpenuhinya asumsi homoskedastisitas, model regresi dinilai memenuhi persyaratan untuk digunakan pada tahap analisis berikutnya..

Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 5. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,316	0,946	1,390	0,168
	X1	0,335	0,113	2,974	0,004
	X2	0,203	0,097	2,106	0,038
	X3	0,381	0,117	3,269	0,002

a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan_Y

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Hasil analisis regresi menghasilkan persamaan sebagai berikut.

$$Y = 1,316 + 0,335X_1 + 0,203X_2 + 0,381X_3$$

Persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa seluruh koefisien variabel independen bernilai positif, yang berarti *total quality management* (TQM), inovasi layanan, dan digitalisasi proses memiliki hubungan searah dengan kepuasan pelanggan. Dengan kata lain, semakin baik penerapan ketiga variabel tersebut, maka semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan Perumdam Among Tirto Kota Batu. Hasil analisis menunjukkan bahwa digitalisasi proses merupakan variabel independen dengan nilai koefisien regresi tertinggi (0,381), diikuti oleh *total quality management* (TQM) sebesar 0,335 dan inovasi layanan sebesar 0,203. Temuan ini menunjukkan bahwa digitalisasi proses merupakan faktor yang paling dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dibandingkan dengan variabel lainnya.

Pengujian Hipotesis Uji Simultan (Uji F)

Tabel 6. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	967,972	3	322,657	132,024	.000 ^b
	Residual	234,618	96	2,444		
	Total	1202,590	99			
a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan_Y						
b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1						

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Hasil analisis uji F menunjukkan bahwa model regresi memperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari tingkat signifikansi 0,05. Temuan ini membuktikan bahwa variabel *total quality management* (TQM), inovasi layanan, dan digitalisasi proses secara simultan berpengaruh positif dan signifikan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan Perumdam Among Tirto Kota Batu. Hasil ini menggambarkan bahwa kombinasi penerapan ketiga variabel tersebut mampu meningkatkan kepuasan pelanggan secara bersama-sama. Dengan demikian, model penelitian yang digunakan mampu menggambarkan hubungan antara variabel independen dan kepuasan pelanggan secara signifikan.

Uji Parsial (Uji t)

Tabel 7. Hasil Uji t

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1,316	0,946	1,390	0,168	
	X1	0,335	0,113	2,974	0,004	
	X2	0,203	0,097	2,106	0,038	
	X3	0,381	0,117	3,269	0,002	
a. Dependent Variable: Kepuasan_Pelanggan_Y						

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Hasil analisis hipotesis secara parsial menunjukkan bahwa seluruh variabel independen berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Bukti tersebut terlihat dari nilai signifikansi *total quality management* (0,004), inovasi layanan (0,038), dan digitalisasi proses (0,002) yang seluruhnya berada dibawah 0,05, sehingga H2, H3, dan H4 dinyatakan diterima.

Koefisien Determinasi

Tabel 8. Hasil Koefisien Determinasi R²

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,897 ^a	0,805	0,799	1,563
a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1				

Sumber: Data primer diolah, 2026.

Nilai Adjusted R Square sebesar 0,799 menunjukkan bahwa 79,9% variasi kepuasan pelanggan dijelaskan oleh *total quality management*, inovasi layanan, dan digitalisasi proses, sedangkan 20,1% sisanya dipengaruhi faktor lain di luar model penelitian.

Pembahasan

Pengaruh *Total Quality Management*, Inovasi Layanan, dan Digitalisasi Proses Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil studi mengindikasikan bahwa *total quality management* (TQM), inovasi layanan, dan digitalisasi proses secara bersama-sama memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Perumdam Among Tirto Kota Batu. Temuan ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan merupakan hasil sinergi antara kualitas manajemen, inovasi pelayanan, dan transformasi

digital. Selain itu, nilai Adjusted R² sebesar 79,9% mengindikasikan bahwa ketiga variabel tersebut mampu menjelaskan variasi kepuasan pelanggan dengan kategori yang sangat kuat. Temuan penelitian ini turut mendukung *expectation confirmation theory*, yang mengemukakan kepuasan pelanggan akan tercapai apabila kinerja layanan bisa memenuhi bahkan melampaui ekspektasi pelanggan melalui penyediaan layanan yang berkualitas, inovatif, serta didukung oleh penerapan teknologi digital.

Pengaruh Total Quality Management (TQM) Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil studi menunjukkan bahwa *total quality management* (TQM) memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa semakin optimal penerapan prinsip-prinsip TQM, seperti orientasi pada pelanggan, keterlibatan karyawan, pengambilan keputusan berdasarkan fakta, dan perbaikan berkelanjutan, maka semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan yang dapat dicapai. Mengacu pada *expectation confirmation theory* (ECT), peningkatan kualitas pelayanan melalui implementasi TQM mampu memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan sehingga menghasilkan *positive confirmation* yang mendorong terciptanya kepuasan. Temuan penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Suyono et al. (2020) dan Mendrofa et al. (2026) yang mengonfirmasi bahwa TQM memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Inovasi Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian membuktikan bahwa inovasi layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Temuan ini mengindikasikan adanya pengembangan layanan berbasis teknologi, khususnya layanan pengaduan melalui *WhatsApp*, mampu meningkatkan kemudahan komunikasi serta memberikan pengalaman pelayanan yang lebih cepat, mudah, dan responsif dibandingkan pelayanan konvensional. Dalam perspektif *expectation confirmation theory*, kondisi tersebut meningkatkan persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan karena layanan yang diterima mampu memenuhi harapan pelanggan sehingga mendorong meningkatnya kepuasan. Studi ini sesuai dengan temuan Agung et al. (2022) dan Pitaloka et al. (2025) yang menemukan bahwa inovasi layanan menghasilkan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Pengaruh Digitalisasi Proses Terhadap Kepuasan Pelanggan

Digitalisasi proses berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Digitalisasi proses merupakan variabel yang berkontribusi paling besar terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa penerapan layanan digital, seperti pembayaran daring dan sistem informasi perusahaan, mampu memberikan kemudahan akses, mempercepat pelayanan, serta meningkatkan efisiensi sehingga memberikan pengalaman layanan yang lebih baik bagi pelanggan. Berdasarkan *expectation confirmation theory*, kemudahan tersebut menciptakan konfirmasi positif terhadap harapan pelanggan yang berdampak pada meningkatnya kepuasan. Penelitian ini konsisten dengan hasil penelitian Lisawanto et al. (2023) dan Amelia et al. (2025) yang menunjukkan bahwa digitalisasi proses memberikan pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

Kesimpulan, Keterbatasan Dan Saran

Penelitian ini menunjukkan bahwa *total quality management* (TQM), inovasi layanan, dan digitalisasi proses berpengaruh positif dan signifikan, baik secara simultan maupun parsial, terhadap kepuasan pelanggan Perumdam Among Tirta Kota Batu, dengan digitalisasi proses sebagai variabel yang memberikan pengaruh terbesar. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,799 menunjukkan bahwa 79,9% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh ketiga variabel tersebut, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Studi ini juga mendukung *expectation confirmation theory*. Studi ini memiliki keterbatasan karena data diperoleh melalui kuesioner yang bersifat subjektif serta variabel inovasi layanan dan digitalisasi proses belum mencakup seluruh implementasi yang

diterapkan oleh Perumdam Among Tirta Kota Batu. Oleh karena itu, perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan penerapan TQM, inovasi layanan, dan digitalisasi proses, sedangkan peneliti selanjutnya disarankan memperluas objek penelitian serta menambahkan variabel lain yang berpotensi memengaruhi kepuasan pelanggan.

Referensi

- Agung, V., Widayanto, & Waloejo, H. D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Inovasi Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN (Persero) Kota Semarang. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 11(4), 694–700. <https://doi.org/10.14710/jiab.2022.35998>
- Amelia, S. N., Pranata, S., & Fauzi, F. (2025). *Pengaruh Digitalisasi Perbankan terhadap Kepuasan Nasabah Bank BCA*. 3(1), 1–9.
- Athia, I., & Basalamah, R. (2019). Analisa Strategi Customer Focus Untuk Penguatan Usaha Pelaku Umkm Yang Tergabung Menjadi Anggota Koperasi (Studi Pada Koperasi Sae-Pujon, Kab. Malang, Jawa Timur). *Jurnal Ilmu Manajemen (JIMMU)*, 4(1), 1. <https://doi.org/10.33474/manajemen.v4i1.2632>
- Chandra, T., Chandra, S., & Hafni, L. (2020). *Service Quality, Consumer Satisfaction, Dan Consumer Loyalty : Tinjauan Teoritis*.
- Giawa, M. O., & Riski, M. S. (2022). *Analisis Kepuasan Konsumen Pada Foto Copy Kurnia Jaya Sanggatta*. 18(1), 1–11.
- Hilmie, F., & Kertati, I. (2023). *Inovasi Pelayanan Publik Best Practices*.
- Ibrahim, T., & Rusdiana, A. (2021). *Manajemen Mutu Terpadu (Total Quality Management)*.
- Lisawanto, L., Mantri, Y. M., Yusuf, R., & Mohdari, M. (2023). Digitalisasi PT Pos dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan PT Pos Indonesia. *Ekonomis: Journal of Economics and Business*, 7(1), 667. <https://doi.org/10.33087/ekonomis.v7i1.1072>
- Mendrofa, D., Gea, J. B. I. J., Mendrofa, M. S. D., & Zebua, S. (2026). *Pengaruh Total Quality Management (TQM) Terhadap Kepuasan Pelanggan pada UD. Naomi*. 17(1), 207–219.
- Pitaloka, A. D. A., Nadhiroh, U., & Kurniawan, B. W. (2025). *Pengaruh Inovasi Layanan , E-WOM , Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Sate Siboen Kediri*. 5(1), 140–148.
- Puspitasari, W., Mawardi, M. C., & Hidayati, I. (2024). *Pemanfaatan Teknologi Digital Dalam Pengendalian Biaya dan Peningkatan Profitabilitas Perusahaan: Studi Pada UMKM Industri Keripik di Kota Batu Wulan*. 2(01), 306–312.
- Subekti, R., Ohhyver, D. A., Judujanto, L., Satwika, I. K. S., Umar, N., Hayati, N., Handika, I. P. S., Joosten, Migunani, Boari, Y., & Saktisyahputra. (2024). *Transformasi Digital (Teori & implementasi menuju era society 5.0)*.
- Suyono, Purwati, A. A., & Cutan, M. (2020). Peran Kualitas Pelayanan, Total Quality Management dan Promosi Terhadap Kepuasan Pelanggan. *INVEST : Jurnal Inovasi Bisnis Dan Akuntansi*, 1(1), 45–56. <https://doi.org/10.55583/invest.v1i1.36>

Muhammad Toriqul Ma'arif* adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA

M. Cholid Mawardi** adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA

Ita Athia*** adalah Dosen Tetap Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNISMA