

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PDAM TIRTA DHARMA KABUPATEN

Idealisa Aprisiyahudin¹, Slamet Muchsin², Suyeno³

*Program Studi Administrasi Publik, Fakultas Ilmu Administrasi, Universitas Islam Malang,
Jl. MT Haryono 193 Malang, 65144, Indonesia
Email: Idealis.aph07@gmail.com*

ABSTRAK

Kualitas pelayanan yang diberikan untuk melayani para konsumen/pelanggan dengan memperhatikan tingkat kepuasan pelanggan oleh pegawai PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan, maka kualitas pelayanan menjadi sesuatu yang wajib dilakukan perusahaan agar mampu bertahan dan tetap mendapat kepercayaan konsumen. Berdasarkan hal tersebut, peneliti terdorong untuk melakukan sebuah penelitian dengan tujuan untuk mengetahui kualitas pelayanan. Penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif, data kualitas pelayanan dikumpul dengan menggunakan instrument berupa kuesioner. Data tersebut dianalisis secara deskriptif kuantitatif dengan menggunakan SPSS. Populasi dalam penelitian ini sebanyak 1000 pelanggan dan sampel penelitian sebanyak 91 pelanggan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berada dalam kategori kurang baik. Dalam meningkatkan kualitas pelayanan di perusahaan, beberapa keluhan masyarakat pelanggan PDAM yang semakin meningkat diharapkan ada respon yang cepat dari pihak PDAM sendiri, dan perlu memperbaiki aspek-aspek yang menjadi komponen kualitas pelayanan agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan menjadi yang lebih baik

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan

Pendahuluan

Kelangsungan hidup manusia bergantung pada Air tanpa air kehidupan di Bumi tidak akan mungkin terjadi. Tubuh manusia 65% terdiri dari air. Anon (2020) menegaskan bahwa “karena air bersih mempunyai dampak yang signifikan terhadap kehidupan banyak orang, maka air bersih harus diprioritaskan. Berbagai strategi dapat dilakukan untuk menyalurkan air bersih, tergantung pada infrastruktur dan fasilitas yang tersedia.”

“Manusia memerlukan air bersih, di Indonesia, Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) bertanggung jawab atas distribusi air. “PDAM merupakan pelayanan yang memberi air minum Indonesia dengan harapan dapat mengembangkan layanannya dalam mengisi kepuasan pelanggannya. dalam Keputusan No.492/MENKES/ PER/IV/2010 tentang Persyaratan Kualitas Air Minum Dengan Rahmat Tuhan Yang Maha Esa Menteri Kesehatan Republik Indonesia, “Kehadiran dan pertumbuhan perusahaan bergantung pada kualitas layanannya,” menurut Rambat Lupiyoadi dan Hamdani (2016).

Jelas dari komentar para ahli bahwa memuaskan dan memahami kebutuhan konsumen merupakan langkah penting dalam meningkatkan kualitas layanan. Prasarana dan fasilitas pendukung ialah hal yang berguna pada peningkatan dalam melayani konsumen, sehingga memerlukan pengelolaan yang baik mulai dari input hingga output. Sektor jasa

menangani berbagai perilaku konsumen. Oleh karena itu, untuk menjaga kebahagiaan pelanggan, penyedia layanan harus terus memahami dan memuaskan kebutuhan klien. Mempertahankan hubungan dan komunikasi pelanggan yang positif sangat penting untuk kelangsungan operasi layanan. Penting juga untuk merancang ruang yang memberikan kenyamanan dan kemudahan bagi pelanggan. Misalnya, sebagai pusat dunia usaha dan industri, PDAM Tirta Dharma di Kabupaten Pasuruan sangatlah penting. Pertumbuhan ekonomi dan industri didorong oleh pertumbuhan penduduk yang pesat dan peningkatan aktivitas masyarakat sehingga meningkatkan kebutuhan akan kebutuhan seperti air bersih.

Di lain sisi, peningkatan penggunaan air terkendala oleh semakin terbatasnya sumber air yang ada,” menurut Intan Rurieta Anggarawati pada tahun 2021. Namun hal tersebut akan mengganggu penyediaan layanan kebutuhan air yang berkualitas.

Pemerintah telah melakukan investasi besar untuk menyediakan air bersih dan sehat yang bebas sampah, termasuk limbah industri dan domestik. Salah satu PDAM yang bertugas menyediakan air bersih kepada warga Kabupaten Pasuruan yang tersebar baik di kecamatan maupun desa adalah PDAM Kabupaten Pasuruan. Tugas pengelolaan ini cukup menantang karena meskipun PDAM Kabupaten Pasuruan merupakan organisasi yang mempunyai tujuan mencari keuntungan (fungsi

bisnis), namun Pemerintah Kabupaten telah menugaskan organisasi tersebut untuk memberikan pelayanan kepada masyarakat di semua kelas sosial agar dapat memperoleh manfaat. Air murni yang memenuhi peraturan kesehatan dan harga terjangkau bagi masyarakat miskin (fungsi sosial).

Kecenderungan umum kepuasan pelanggan terhadap sistem pelayanan perpipaan PDAM Kabupaten Pasuruan belum terpenuhi secara optimal karena pengguna layanan PDAM masih terus mengeluhkan sejumlah permasalahan, terbukti dari kondisi di lapangan yang berdampak langsung kepada pengguna, seperti belum terpenuhinya layanan perpipaan PDAM Kabupaten Pasuruan. pelayanan pelanggan.

Sesuai Ratminto dan Atik (2022), menjamin kepuasan pelanggan mencakup beberapa aspek penting. Salah satu aspek keamanan dicontohkan dengan sistem kode yang menyediakan pencatatan meteran konsumen secara akurat. Tampilan item layanan, seperti bangunan, perabotan, pakaian staf, dan cara komunikasi yang digunakan selama pemberian layanan, merupakan subjek dari objek berwujud. Kemampuan memahami keadaan pengguna jasa melalui komunikasi yang efektif, saling menghormati, percaya, dan penuh perhatian merupakan tanda empati. Dalam menanggapi kebutuhan pengguna jasa, layanan PDAM sering kali menunjukkan kurangnya respon terhadap kekhawatiran pelanggan. Kepuasan pelanggan juga sangat dipengaruhi oleh kekhawatiran terhadap kualitas udara yang seringkali berbau busuk dan tidak bersih selama musim hujan.

Yela Ardila Puspitasari, Slamet Muchsin, dan Roni Movinganto (2019) menyatakan “pada awal tahun 1990an masyarakat banyak memberikan tekanan kepada pemerintah untuk meningkatkan kualitas pelayanan publik”.

Walaupun layanan pada klien terlihat dengan jelas, tetapi penerima jasa mampu merasakannya melalui seberapa sering mereka menggunakan jasa perusahaan dan betapa mudahnya mereka menyelesaikan tugasnya. Masyarakat menjadi tertarik dengan perubahan dan peningkatan layanan perusahaan air minum selama bertahun-tahun. Hal ini terlihat dari ketatnya persaingan antar penyedia air minum dalam hal kualitas layanan, biaya, dan pemasaran.

Kebahagiaan pelanggan harus menjadi fokus utama bagi seluruh pengelola usaha PDAM, karena hal ini selalu dikaitkan dengan kualitas layanan yang diberikan. Namun, mengevaluasi kualitas suatu layanan kadang-kadang bisa menjadi tantangan karena sejumlah alasan, seperti fakta bahwa beberapa layanan menyertakan item fiktif, responden enggan menilai layanan tersebut, atau bahwa penilaian yang diberikan oleh responden berbeda dengan penilaian mereka. pengalaman aktual menggunakan layanan ini. layanan, dan

pendapat responden mungkin berbeda secara signifikan dari kebenaran.

“Kualitas baik pada satu pelanggan mungkin dianggap kualitas buruk bagi konsumen lainnya,” ungkap Ratminto dan Atik (2022).

Berdasarkan alasan dalam penjelasan beberapa ahli, diambil kesimpulan mengenai pelanggan akan senang jika pelayanannya sesuai dengan harapannya, begitupun sebaliknya. Oleh karena itu, untuk meningkatkan strategi, meningkatkan kualitas layanan, dan memenuhi kebutuhan dan kekhawatiran pelanggan, PDAM Kabupaten Pasuruan harus senantiasa menilai kepuasan pelanggan. Untuk mencapai hal ini, PDAM Kabupaten Pasuruan perlu:

- 1) menerima pelanggan baru yang memenuhi persyaratan,
- 2) memberikan layanan pelanggan yang luar biasa,
- 3) cepat menangani keluhan pelanggan,
- 4) mengganti meter air yang sudah habis masa berlakunya
- 5) memberikan informasi yang jelas dan transparan tentang layanan mereka.

Dalam implementasinya, PDAM Kabupaten Pasuruan senantiasa berupaya memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat. Selain itu, perusahaan berupaya memenuhi kebutuhan air minum masyarakat yang terus meningkat dengan meningkatkan kapasitas produksi.

Mewujudkan keunggulan layanan melibatkan pemenuhan atau melampaui harapan pelanggan, memenuhi keinginan dan keinginan klien, dan memenuhi persyaratan tersebut. Oleh karena itu, setiap PDAM yang beroperasi saat ini perlu segera menyesuaikan diri dengan keadaan ini dan memenuhi permintaan pelanggan. PDAM Kabupaten Pasuruan membawahi pengelolaan pelayanan air bersih. Secara umum, PDAM Kabupaten Pasuruan serupa dengan PDAM di daerah lain dan masih menghadapi permasalahan, seperti kualitas air di bawah standar.

Adapun permasalahan yang di hadapi di lapangan dari riset awal yang di temukan di lapangan antara lain : 1. Rendahnya kualitas air, dimana masih banyak keluhan air yang keruh, pipa bocor dan yang dirasakan oleh pelanggan mengenai berkurangnya ketersediaan air bersih dari hari ke hari, disebabkan karena akibat dari kerusakan sungai , debit sungai menjadi tidak stabil pada musim hujan debit sungainya besar, sedangkan musim kemarau debit sungainya kecil sehingga mempengaruhi suplai PDAM dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. 2. Rendahnya kualitas pelayanan yang ada seperti, kurang puasnya pelanggan dengan kualitas jasa atau produk yang diberikan oleh perusahaan dan berskhir pada pelanggan yang merasa kecewa akibat tidak kesesuaian produk tersebut. 3. Kurangnya pengguna PDAM pada

masayarakat Kabupaten Pasuruan yang sebagian besar masih menggukon sumur atau bor.

Dari penjelasan latar belakang tersebut, peneliti mengambil studi riset tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan”**.

Permasalahan

1. Rendahnya Kualitas produk air yang diterima oleh pelanggan seperti keruhnya air.
2. Rendahnya kualitas pelayanan terhadap respon keluhan – keluhan pelanggan.
3. Kurangnya pengguna PDAM di Kabupaten Pasuruan.

Tujuan Penelitian

Dari penjelasan latar belakang masalah serta rumusan masalah, tujuan yang diharapkan ialah **“Untuk Mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan”**.

Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis: Dengan berfokus pada bagaimana kualitas air dan pelayanan mempengaruhi kebahagiaan pelanggan di PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan, peneliti berharap dapat memajukan pemahaman dan menambah khazanah ilmu pengetahuan di bidang ekonomi.
2. Manfaat Praktis: Di PDAM Tirta Dharma, Kabupaten Pasuruan, penelitian memberikan wawasan kepada praktisi tentang keterkaitan diantara kualitas air serta kualitas layanan dan dampaknya terhadap kepuasan konsumen.
3. Referensi Penelitian Masa Depan: Penelitian ini dapat digunakan sebagai panduan untuk penelitian terkait di masa depan.

Tinjauan Pustaka

Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan Setiap organisasi didirikan dengan tujuan untuk memuaskan masyarakat. Hal ini dapat dianggap berhasil jika tujuan yang ditentukan tercapai. Untuk mencapai tujuan tersebut, diperlukan layanan berkualitas tinggi. Karena pemerintah dapat mencapai tujuan tersebut dengan bantuan pelayanan prima. Setiap masyarakat memahami pentingnya pelayanan karena semakin tinggi kualitas layanan dapat semakin kuat kepercayaan masyarakat terhadap pemerintah pemberi pelayanan.

Berdasarkan teori tersebut, penulis dapat menyimpulkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan yang ditawarkan perusahaan merupakan ukuran kualitas layanan. Mencapai kualitas layanan melibatkan pemenuhan permintaan dan preferensi pelanggan dan secara akurat memenuhi atau melampaui harapan mereka.

1. Faktor-Faktor Kualitas Pelayanan

Lovelock yang dirujuk dalam Fandy Tjiptono (2016) menekankan bahwa jasa dapat berfungsi sebagai produk utama atau berfungsi sebagai pelengkap khusus terhadap barang berwujud

Pada setiap peluncuran produk, ia mengenali delapan kategori fitur layanan tambahan yang ia sebut sebagai **“Bunga Layanan”**.

1. Informasi: informasi penting mengenai harga produk, yang dirinci secara lengkap untuk memberikan gambaran yang jelas kepada pelanggan. Selain itu, terdapat jadwal pengiriman produk yang direncanakan dengan cermat untuk memastikan barang sampai tepat waktu. Panduan lengkap untuk mencapai lokasi produsen juga disertakan, memberikan petunjuk arah yang detail agar pelanggan dapat menemukan lokasi dengan mudah.
2. Konsultasi: berbagai layanan konsultasi yang ditawarkan oleh perusahaan, yang dirancang untuk membantu klien dalam berbagai aspek manajemen dan pengambilan keputusan. Salah satu layanan utama adalah pemberian nasihat. Melalui layanan ini, para ahli memberikan panduan strategis dan rekomendasi yang didasarkan pada analisis mendalam dan pengalaman industri, membantu klien membuat keputusan yang lebih baik dan mengoptimalkan operasi mereka.
3. Pengambilan Pesanan: layanan yang ditawarkan oleh perusahaan untuk memudahkan pelanggan dalam melakukan pemesanan dan reservasi. Salah satu layanan utama adalah layanan berbasis kualifikasi, di mana perusahaan memastikan bahwa setiap permintaan atau pesanan diproses berdasarkan kriteria dan persyaratan tertentu yang telah ditetapkan.
4. Perhotelan: Meliputi makanan dan minuman, ruang ganti, ruang tunggu, transit, dan keamanan.
5. Caretaking: layanan penting yang ditawarkan oleh perusahaan dalam hal pengawasan dan pengamanan harta milik klien, yang merupakan bagian integral dari tanggung jawab mereka. Layanan ini dirancang untuk memberikan ketenangan pikiran kepada klien dengan memastikan bahwa aset mereka dijaga dengan aman dan dilindungi dari segala ancaman atau kerugian. Proses pengawasan melibatkan pemantauan yang terus-menerus terhadap harta milik klien melalui teknologi canggih dan sistem keamanan yang handal.
6. Pengecualian: aspek penting dari layanan pelanggan yang disediakan oleh perusahaan untuk memastikan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Salah satu

- elemen utama dalam layanan ini adalah jaminan terhadap kegagalan produk. Perusahaan berkomitmen untuk memberikan produk yang berkualitas tinggi, dan jika terjadi kegagalan produk, pelanggan dapat mengandalkan jaminan yang ditawarkan untuk mendapatkan perbaikan atau penggantian yang diperlukan
7. Penagihan: aspek yang terkait dengan layanan penagihan yang disediakan oleh perusahaan untuk memastikan transparansi dan efisiensi dalam pengelolaan keuangan pelanggan. Salah satu layanan utama yang disediakan adalah penagihan transaksi individual. Layanan ini memungkinkan setiap transaksi pelanggan dicatat dan ditagih secara terperinci, memberikan kejelasan dan akurasi dalam setiap pembayaran yang dilakukan
 8. Pembayaran: aspek penting dari layanan perusahaan yang berkaitan dengan pembayaran, termasuk beberapa elemen kunci yang dirancang untuk mempermudah proses bagi pelanggan. Salah satu layanan utama adalah pemotongan otomatis dari rekening klien. Selain itu, perusahaan juga menjaga komunikasi yang terbuka dan jelas antara pelanggan dan karyawan mengenai pembayaran
2. Indikator Kualitas Pelayanan
- Kirom (2019) menyatakan sejauh mana persepsi pelanggan terhadap kinerja suatu perusahaan atau suatu produk memenuhi harapan atau keinginannya dapat dijelaskan dalam skala kualitas layanan adalah bagaimana kualitas layanan diukur. Rambat dan Hamdani (2018) mencantumkan lima indikator Servqual, diantaranya:
1. Nyata: Ini menggambarkan kapasitas bisnis untuk tampil di hadapan pihak luar. Hal ini mencakup kemampuan dan penampilan infrastruktur fisik dan fasilitas, yang dipengaruhi oleh keadaan lingkungan di sekitarnya. Bangunan, gudang, mesin, teknologi, dan penampilan staf adalah beberapa contohnya.
 2. Keandalan: aspek penting dalam memberikan layanan pelanggan yang luar biasa, yang bertujuan untuk tidak hanya memenuhi tetapi juga melebihi harapan klien. Salah satu elemen kunci adalah ketepatan waktu. Menyediakan layanan dengan cepat dan sesuai jadwal memastikan bahwa klien merasa dihargai dan bahwa kebutuhan mereka terpenuhi tanpa penundaan yang tidak perlu. Selain itu, layanan yang bebas kesalahan adalah esensial. Ini berarti setiap detail diperhatikan dan setiap langkah dalam

proses layanan dilaksanakan dengan teliti, sehingga meminimalkan kemungkinan terjadinya kesalahan yang dapat mengganggu kepuasan klien.

3. Daya tanggap: Kesan negatif terhadap kualitas layanan sering kali dipicu oleh reaksi yang buruk dari pihak penyedia layanan. Respons yang kurang responsif, tidak ramah, atau lambat dalam menanggapi kebutuhan atau masalah pelanggan dapat menyebabkan pengalaman yang tidak memuaskan. Pelanggan yang merasa diabaikan atau tidak didengarkan cenderung memiliki pandangan negatif pada kualitas pelayanan.
4. Jaminan: Hal ini terdiri keahlian, perilaku, serta kapasitas anggota staf untuk membangun kepercayaan klien terhadap bisnis. Komunikasi, kepercayaan, keamanan, kompetensi, dan kesopanan termasuk di antara unsur-unsurnya.
5. Empati: Hal ini mencakup mengetahui apa yang diinginkan klien untuk memberikan mereka perhatian yang tulus dan disesuaikan. Bisnis harus mengenal kliennya, menyadari permintaan unik mereka, dan menyediakan jam operasional yang nyaman..

Kepuasan Pelanggan

Sesuai Kamus Besar Bahasa Indonesia, istilah “puas” merujuk pada perasaan senang, dan dari sinilah kata kepuasan berasal. Sedangkan kepuasan diartikan sebagai perasaan lega, gembira, dan puas. Keputusan Menteri Nomor Kep/25/M/Pan/M.2014 menyatakan bahwa opini penyelenggara pelayanan publik dan penilaian terhadap kinerja pelayanannya menentukan kepuasan pelayanan. Secara garis besar, kepuasan pelanggan dapat didefinisikan sebagai hasil kinerja aktual dengan harapan produk atau pelayanan. Apabila pelayanan publik yang diterimanya sesuai atau melebihi harapannya, maka masyarakat sebagai konsumen dan pelanggan akan merasa puas, begitu pula sebaliknya. Berdasarkan penjelasan yang telah dibahas sebelumnya, kepuasan masyarakat merupakan derajat emosi yang dihasilkan dari penilaian masyarakat terhadap kinerja pelayanan publik setelah dibandingkan dengan harapan masyarakat

Tujuan utama pemasaran adalah untuk menciptakan dan mempertahankan hubungan yang kuat dengan pelanggan. Melalui pemasaran yang efektif, perusahaan dapat mengenali kebutuhan dan keinginan konsumen, serta menyediakan produk atau layanan yang memenuhi ekspektasi mereka. Selain itu, pemasaran bertujuan untuk meningkatkan kesadaran merek dan membangun loyalitas pelanggan dengan strategi komunikasi yang tepat sasaran. Pemasaran yang baik juga membantu perusahaan mengidentifikasi peluang pasar baru, sehingga memungkinkan perusahaan untuk

memperluas jangkauan dan meningkatkan pangsa pasar. Pada akhirnya, tujuan pemasaran ialah menghasilkan nilai untuk konsumen serta menghasilkan keuntungan yang berkelanjutan bagi perusahaan.

Daftar Faktor Yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan Tahun 2022 Atik dan Ratminto Dalam menilai tingkat kepuasan pelanggan, kepuasan harus mempertimbangkan lima faktor utama;

1. **Kualitas Produk:** Ketika segala sesuatu diproduksi atau disediakan sesuai dengan standar yang ketat, hal ini cenderung meningkatkan kepuasan pelanggan. Dalam konteks investasi, pembeli yang berpikiran rasional selalu mengutamakan kualitas yang dapat meningkatkan nilai barang yang mereka beli. Mereka mencari produk atau layanan bukan saja mengisi harapan konsumen, tetapi memberikan nilai tambah yang signifikan.
2. **Kualitas Pelayanan:** Dalam industri jasa, memberikan layanan yang luar biasa dan sesuai dengan standar sangat krusial dalam menjaga kepuasan pelanggan. Jika konsumen merasa puas pelayanan yang diterima, mereka condong untuk merekomendasikan perusahaan kepada orang lain dan kembali untuk menggunakan layanan tersebut di masa mendatang. Hal ini bukan hanya tentang memenuhi harapan pelanggan, tetapi juga melebihi ekspektasi mereka dengan pengalaman yang positif dan memuaskan.
3. **Kepuasan Emosional:** Ketika orang mengenali dan menghormati penggunaan merek tertentu oleh pelanggan, pelanggan merasa bangga dan percaya diri, yang meningkatkan tingkat kepuasan emosional mereka. Nilai sosial yang melekat pada produk dan merek berkontribusi terhadap kepuasan ini selain kualitas produk.
4. **Nilai Harga:** Pelanggan cenderung menghargai produk yang menawarkan nilai lebih baik, yaitu produk dengan kualitas sebanding namun dengan harga yang bersaing di pasar. Konsep nilai dalam konteks ini tidak hanya mencakup aspek harga, tetapi juga kualitas produk serta manfaat atau kegunaan yang diberikan kepada pelanggan. Ketika sebuah produk memberikan nilai yang baik, artinya produk tersebut mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan pelanggan sehubungan dengan kualitasnya, sementara tetap tersedia dengan harga yang bersaing di pasar.
5. **Kenyamanan :** Konsumen cenderung merasa lebih puas ketika barang atau jasa yang mereka inginkan tersedia dengan mudah dan tanpa memerlukan biaya atau tenaga ekstra untuk memperolehnya. Kemudahan aksesibilitas ini mencakup segala hal mulai dari ketersediaan produk di tempat yang nyaman, proses pembelian yang sederhana dan cepat, hingga

pelayanan yang efisien dan responsif dari pihak penjual.

1. Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator pengukuran kepuasan konsumen antara lain yang dikemukakan oleh Zeithaml dan Bitner dalam Daryanto (2010).:

1. **Kesesuaian dengan harapan:** Memahami dan menyesuaikan diri dengan harapan pelanggan adalah kunci utama dalam menjaga loyalitas dan meningkatkan citra positif perusahaan di pasar. Ketika sebuah perusahaan dapat secara efektif mengidentifikasi dan memenuhi harapan yang diinginkan oleh pelanggannya, hal ini tidak hanya menciptakan kepuasan pelanggan yang tinggi tetapi juga membangun hubungan jangka panjang yang kuat. Niat untuk kembali: Untuk menilai tingkat kepuasan pelanggan, pendekatan yang diterapkan ialah dengan menanyakan kepada mereka apakah mereka bersedia untuk membeli kembali barang atau menggunakan layanan dari bisnis tersebut.
2. **Kesediaan untuk merekomendasikan:** Untuk mengukur tingkat kepuasan pelanggan, seseorang dapat menanyakan apakah mereka akan menyarankan suatu barang atau jasa kepada teman, keluarga, atau kenalan lainnya..

2. Prinsip-Prinsip Dasar Kepuasan Pelanggan

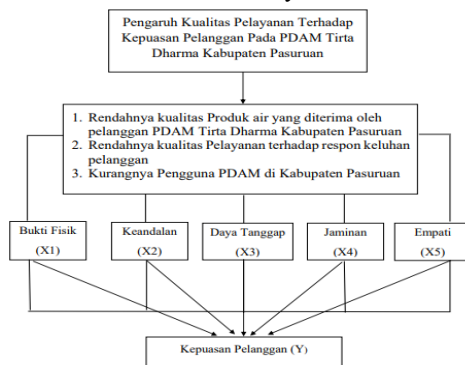
Harapan dan persepsi konsumen memiliki dampak signifikan pada kepuasan konsumen. Sebuah bisnis harus menyadari sejumlah variabel yang mempengaruhi cara pelanggan melihat dan mengantisipasi produk. Tjiptono (2019) Berikut beberapa faktor yang mempengaruhi fundamental kebahagiaan dengan pembuatan air minum: Kebutuhan dan keinginan: ini terkait dengan pengalaman pelanggan saat mencoba bertransaksi dengan bisnis. Pelanggan akan memiliki ekspektasi yang tinggi terhadap kualitas barang dan jasa perusahaan.

- 1) **Pengalaman konsumen di masa lalu dengan barang dan jasa dari bisnis dan pesaingnya** dapat memainkan peran krusial dalam pembentukan preferensi dan keputusan pembelian mereka di masa depan. Pengalaman yang baik atau buruk dapat mempengaruhi loyalitas konsumen terhadap merek tertentu dan memengaruhi persepsi mereka terhadap nilai produk atau layanan yang ditawarkan oleh perusahaan
- 2) **Ulasan dari teman klien mengenai kualitas barang dan jasa yang ditawarkan.** ulasan negatif dapat mempengaruhi citra bisnis dan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen

- 3) Persepsi yang dihasilkan dari kampanye iklan dan pemasaran citra yang direncanakan oleh perusahaan dapat sangat memengaruhi bagaimana konsumen memandang merek tersebut. Strategi komunikasi yang efektif dalam kampanye iklan dapat membentuk citra positif, meningkatkan kesadaran merek, dan mempengaruhi preferensi konsumen. Oleh karena itu, perencanaan yang cermat dalam merancang pesan dan memilih saluran komunikasi yang tepat menjadi kunci dalam membangun hubungan yang kuat antara merek dan konsumen

Kerangka Konseptual

Harapan pelanggan inilah yang mendorong konsumen untuk mencari kepuasan pada produk serta jasa yang diberi dari penyedia jasa. Jika pelayanan penyedia jasa memenuhi harapan tersebut, maka kinerja perusahaan dalam memuaskan kebutuhan pelanggan dapat dikatakan baik, begitu pula sebaliknya. Pelanggan tidak akan puas dengan kinerja perusahaan jika pelayanannya tidak memenuhi kebutuhannya..



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual

E. Hipotesis

Hipotesis adalah proposisi atau dugaan awal yang diajukan sebagai solusi atau jawaban sementara pada masalah ataupun pertanyaan penelitian. Berikut ini hipotesis yang diturunkan dari kerangka konseptual yang telah dikembangkan sebelumnya: “Di PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan, kualitas layanan pada kepuasan konsumen, hal ini terlihat dalam permasalahan yang diangkat oleh kerangka konseptual dan penelitian teoritis, maka berikut ini yang dapat dikemukakan sebagai hipotesis penelitian:

1. Pada PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan bukti nyata (X1) memiliki dampak parsial kuat pada kepuasan konsumen.
2. Pada PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan terdapat pengaruh parsial yang kuat dari Reliability (X2) pada kepuasan konsumen.
3. Daya Tanggap (X3) memiliki dampak parsial cukup besar pada kebahagiaan konsumen PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan.

4. PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan memiliki dampak parsial cukup besar diantara Jaminan (X4) pada kepuasan konsumen.
5. PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan terdapat pengaruh secara parsial Empati (X5) pada kepuasan konsumen.
6. Di PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan, terdapat hubungan yang cukup besar secara bersamaan antara kualitas layanan serta kepuasan konsumen.

Metode Penelitian

A. Jenis Penelitian

Metodologi penelitian penelitian ialah kuantitatif, artinya pengukuran dilakukan menggunakan data numerik. Tujuan metode ini ialah untuk memberi penjelasan, keterkaitan, ataupun deskripsi statistik.

Dengan menggunakan perangkat penelitian untuk pengumpulan data dan analisis statistik kuantitatif, penelitian kuantitatif ialah suatu pendekatan penelitian ilmiah yang mendapat data angka ataupun variabel kuantitatif, dan kemudian menganalisis data tersebut secara statistik untuk menjawab pertanyaan penelitian. Menguji teori-teori yang diketahui adalah tujuan utamanya. Data bersifat numerik dan tunduk pada analisis statistik dalam penelitian kuantitatif.

B. Variabel dan Pengukurannya

Pada penelitian ini memiliki dua variabel:

1. Faktor independen : variabel independen pada penelitian ialah kualitas pelayanan yang dilambangkan dengan huruf X.
2. Variabel yang terikat (variabel terikat) Variabel terikat dalam penelitian ini adalah kesenangan konsumen dilambangkan huruf Y.

Pengukurannya

Skala likert dengan nilai 1 (sangat tidak setuju), 2 (tidak setuju), 3 (netral), 4 (setuju), dan 5 (sangat setuju) digunakan untuk mengukur seluruh variabel besar. Dan mempunyai definisi ialah;

Kepuasan Pelanggan (Y): dari penilaian pelanggan pada kinerja PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan dalam memenuhi kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan, serta tanggap dalam mengatasi kekhawatiran.

1. Tangible (X1): Berdasarkan evaluasi pelanggan, kemampuan PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan dinilai dalam hal penyediaan area layanan yang memadai dan nyaman, peralatan dan pasokan berkualitas tinggi, serta protokol layanan yang konsisten bagi seluruh pemangku kepentingan, termasuk personel, fasilitas fisik, peralatan, serta media komunikasi.
2. Keandalan (X2): Berdasarkan penilaian klien terhadap kecepatan PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan dalam memberikan pelayanan, ketepatan waktu dalam menanggapi pertanyaan, dan konsistensi dalam

- memperlakukan setiap klien secara adil dan dapat diandalkan.
3. Daya Tanggap (X3): Mengevaluasi seberapa cepat PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan menjalin koneksi baru dan menanggapi keluhan dan kekhawatiran untuk menjamin penyampaian layanan tepat waktu.
 4. Jaminan (X4): Keramahan dan kesopanan PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan, penyediaan layanan komprehensif, dan komunikasi efektif yang menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan menjadi dasar penilaian
 5. Empati (X5): Berdasarkan evaluasi konsumen terhadap sikap staf PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan, keadilan interaksi pelanggan, dan perhatian khusus yang diberikan pada setiap permintaan pelanggan.

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi penelitian

Populasi mencakup seluruh entitas menjadi subjek penelitian karena karakteristik ataupun atributnya (Sudjarwo dan Basrowi, 2009: 225). Oleh karena itu, saya berpendapat bahwa istilah populasi mencakup semua subjek penelitian, seperti objek masa depan, individu, kejadian, dan fenomena. Pelanggan PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan turut serta dalam penelitian ini. PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan memiliki rata-rata 1000 konsumen per bulan, seperti yang ditunjukkan oleh data statistik.

2. Sampel Penelitian

Bagian ataupun wakil populasi penelitian disebut sampel (Arikunto, 2006:131). Peneliti menggunakan rumus Slovin tingkat kesalahan 10% untuk menentukan sampel minimum yang dibutuhkan.:

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

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = toleransi kesalahan akibat kesalahan pengambilan sampel. Dalam hal ini, toleransi sampel adalah 10%.

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

$$n = \frac{1000}{1 + 1000 \cdot 0,1^2}$$

n = 90,90 dibulatkan menjadi 91

D. Lokasi Penelitian

PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan dijadikan sebagai tempat penelitian. Rencana masa studi ditetapkan dimulai pada 1 November 2023 dan berakhir pada 31 Januari 2024.

Teknik Pengumpulan Data

Kuesioner adalah alat yang dalam mendapatkan data. Untuk mengumpulkan data

lapangan atau empiris untuk menjawab permasalahan penelitian dan tantangan prasangka, peneliti menggunakan kuesioner, yang terdiri dari serangkaian pertanyaan tertulis yang harus diisi oleh peserta penelitian “(Supardi, 2005: 127)”. Penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup, artinya setiap pertanyaan diawali dengan penjelasan, sehingga partisipan dapat memilih hanya pilihan yang sesuai dengan sudut pandang atau preferensinya” (Supardi, 2005: 133)”. Proses berikut digunakan untuk melaksanakan metode pengumpulan data: 1) Kuesioner diberikan kepada responden, 2) diberikan waktu untuk mengisi kuesioner, 3) Setelah responden selesai, tanggapannya diperiksa.

1. Uji Validitas Instrumen

Instrumen yang valid adalah instrumen yang diterapkan dalam mengumpulkan data dengan menggunakan alat ukur yang valid. Menurut Simamora (2007). Untuk menjamin validitas item ini, metodologi korelasi saat ini merupakan metode analisis yang paling umum digunakan. Untuk kelayakan, $r_{hitung} > r_{tabel}$ pada tingkat signifikansi 0,05 merupakan kriteria minimum.

2. Uji Reabilitas Instrumen

Reliabilitas menurut Sugiharto dan Sitinjak (2006) adalah ukuran konsistensi suatu instrumen pengukuran dalam menghasilkan hasil yang sama pada pengukuran berulang dalam kondisi yang sama. Jika sebuah instrumen memiliki reliabilitas tinggi, maka hasil yang diperoleh akan konsisten setiap kali pengukuran dilakukan. Hal ini penting karena konsistensi data menunjukkan bahwa instrumen tersebut bebas dari kesalahan pengukuran yang acak. Reliabilitas dapat diuji dengan berbagai metode, seperti uji ulang (test-retest), uji antar-rater, dan uji konsistensi internal. Instrumen yang reliabel memberikan keyakinan bahwa hasil pengukuran dapat diandalkan dan dapat digunakan sebagai dasar untuk analisis lebih lanjut. Menurut Ghozali (2020), reliabilitas adalah stabilitas dan ketepatan suatu alat ukur atau kuesioner dalam menghasilkan data yang konsisten. Reliabilitas sangat penting dalam penelitian karena data yang tidak konsisten dapat menyebabkan kesalahan dalam interpretasi dan analisis hasil penelitian. Dengan memastikan bahwa instrumen memiliki reliabilitas yang tinggi, peneliti dapat mengurangi variabilitas yang disebabkan oleh kesalahan pengukuran dan meningkatkan kepercayaan pada hasil penelitian mereka. Selain itu, standar penilaian validitas pertanyaan kuesioner antara lain:

jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, setiap pertanyaan *reliable*
jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, Apabila tabel uji reliabilitas sesuai dalam pengujian validitas maka item pertanyaan dianggap tidak reliabel.

Teknik Analisis Data

Metode analisis data berikut diterapkan pada penelitian ini:

1. Uji Asumsi Klasik

Model analisis regresi linier berganda merupakan pengujian asumsi tradisional yang digunakan. Terdiri dari:

a. Uji Multikolonieritas

Untuk mengidentifikasi multikolinearitas, beberapa metode dapat digunakan, (VIF) dan Tolerance. Apabila VIF variabel melebihi ambang batas tertentu, biasanya 10, maka multikolinearitas dianggap ada dan perlu ditangani. Mengatasi multikolinearitas bisa dilakukan dengan menghapus salah satu variabel yang berkorelasi tinggi atau dengan menggunakan teknik seperti Principal Component Analysis (PCA). Uji multikolinearitas sangat penting dalam analisis regresi untuk memastikan bahwa model yang dihasilkan robust dan interpretasi hasilnya valid. (Ghozali 2020).

b. Uji Heteroskedastisitas

Dikatakan homoskedastisitas jika varians dari residu atau antar pengamatan adalah konstan. Heteroskedastisitas adalah istilah ketika variannya berbeda satu sama lain. (Ghozali 2020). Dalam regresi yang ideal, residual seharusnya memiliki varians yang konstan (homoskedastisitas). Namun, jika varians residual berubah-ubah pada berbagai tingkat variabel independen, maka terjadi heteroskedastisitas. Jika heteroskedastisitas terdeteksi, langkah-langkah seperti transformasi variabel, penggunaan metode estimasi yang robust terhadap heteroskedastisitas, atau koreksi standar error dapat dilakukan untuk mengatasi masalah ini. Uji heteroskedastisitas penting untuk memastikan validitas model regresi dan keakuratan interpretasi hasil analisis.

c. Uji Normalitas Data

Uji normalitas ialah metode yang diterapkan dalam menilai distribusi residual atau data dalam sebuah model regresi mengikuti distribusi normal. Normalitas residual adalah asumsi penting dalam banyak analisis statistik, termasuk regresi linier, karena memastikan bahwa estimasi parameter regresi adalah efisien dan uji hipotesis yang dilakukan adalah valid. (Ghozali 2020).

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Uji ini berupaya dalam melihat model regresi penelitian menurut Juliandi (2013) merupakan model terbaik mampu menjelaskan angka-angka dalam model dengan menggunakan rumus:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

A = Nilai Constann

X₁ = Bukti Fisik

X₄ = Jaminan

X₅ = Empati

3. Hipotesis

Prosedur analisis berikut dapat diterapkan untuk memberikan jawaban terhadap hipotesis yang dibuat:

1) Uji Korelasi Parsial (Uji t)

Tujuan dari uji korelasi parsial (uji t) adalah dalam mengevaluasi besarnya kontribusi masing-masing variabel independen pada penjelasan variabel dependen..

2) Uji Korelasi Simultan (Uji F)

Dengan perbandingan tingkatan signifikansi (sig.F) dalam tingkatan signifikansi ($\alpha = 5\%$), maka dapat dipastikan kebermaknaan nilai.

Pembahasan

A. Gambaran Umum PDAM Tirta

Dharma Kabupaten Pasuruan

1. Batas Wilayah

Salah satu daerah Kabupaten Pasuruan merupakan salah satu kabupaten di Jawa Timur dengan batas – batas sebelah utara berbatasan dengan Kabupaten Sidoarjo, Kota Pasuruan dan Selat Madura, sebelah selatan berbatasan dengan Kabupaten Malang dan sebelah barat berbatasan dengan Kabupaten Mojokerto.

2. Lokasi PDAM

PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan berlokasi di Jl. Patimura No.7, Sidonganti, Kutorejo, Pandaan, Pasuruan, Jawa Timur 67156, dan didirikan berdasarkan PERDA Nomor 02 Tahun 1982. Pada tanggal 25 September 1982, badan usaha tersebut diberikan persetujuan oleh Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Jawa Timur dengan Nomor 344 /P Tahun 1982. Peraturan Kepala Daerah Tingkat II Pasuruan Nomor 5 Tahun 1983, yang dikeluarkan pada tanggal 15 Januari 1983, mengatur PDAM Kabupaten Pasuruan memiliki dua belas cabang.

Tabel 4.1 Daftar Cabang PDAM Kabupaten Pasuruan

No.	Daftar Cabang	No.	Daftar Cabang
1.	Cabang Bangil	7.	Cabang Tutar
2.	Cabang Prigen	8.	Cabang Purwodadi
3.	Cabang Gempol	9.	Cabang Nguling
4.	Cabang Pandaan	10.	Cabang Wonorejo
5.	Cabang Purwosari	11.	Cabang Grati
6.	Cabang Sukorejo	12.	Cabang Puspo

Sumber: Data peneliti, 2024

PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan mempekerjakan 145 orang. Tenaga kerja dibagi menjadi dua kategori utama: karyawan saat ini dan pensiunan. Karyawan saat ini

selanjutnya diklasifikasikan menjadi tiga kelompok:

- 1) Pegawai tetap
- 2) Pekerja harian

3. Kondisi Geologi

Wilayah di Kabupaten Pasuruan jika ditinjau dari jenis Geologi terbagi menjadi 3 kelompok besar, yaitu : batuan permukaan, batuan sedimen dan batuan gunung api. Menunjukkan bahwa Kabupaten Pasuruan dengan banyaknya jenis batuan, maka Kabupaten Pasuruan merupakan daerah yang cukup kaya akan bahan tambang galian type C (pasir dan batu).

Dari struktur Geologi, Kabupaten Pasuruan terbagi atas 3 bagian, yaitu :

- a. Daerah pegunungan dan berbukit, dengan ketinggian antara 180 s/d 1.300 m dpl. Daerah ini membentang dibagian selatan dan barat meliputi Kec. Lumbang, Kec. Puspo, Kec. Tosari, Kec. Tukur. Kec. Purwodadi, Kec. Prigen dan Kec. Gempol
- b. Daerah dataran rendah dengan ketinggian antara 6 s/d 91 m dpl. Dataran rendah ini berada dibagian tengah merupakan daerah yang subur.
- c. Daerah pantai, dengan ketinggian antara 2 m s/d 8 m dpl yang membentang dibagian utara meliputi Kec. Nguling, Kec. Rejoso, Kec. Rejoso, Kec. Kraton dan Kec. Bangil.

4. Hidrologi

Di Kabupaten Pasuruan juga terdapat banyak

sumber air tanah, ditandai dengan adanya beberapa mata air yang memiliki debit cukup besar, antara lain mata air Umbulan debit airnya mencapai 4.500 I/dtk (diperkirakan pada penghitungan maksimal), Banyu Biru debitnya > 500 I/dtk dan lain – lainnya.

Sedangkan sumber air permukaan umumnya berasal dari beberapa sungai yang mengalir di wilayah Kabupaten Pasuruan, yang terdiri dari 7 (tujuh) sungai yang bermuara di Selat Madura yaitu :

- a. Sungai Laweyan : bermuara di Desa Penunggul - Kecamatan Nguling
- b. Sungai Rejoso : bermuara di wilayah Kecamatan Rejoso
- c. Sungai Gembong : bermuara di wilayah Kota Pasuruan
- d. Sungai Welang : bermuara di Desa Pulokerto – Kecamatan Kraton
- e. Sungai Masangan : bermuara di Desa Raci – Kecamatan Bangil
- f. Sungai Kedung Larangan : bermuara di Desa Kali
- g. Sungai Petrung : bermuara di Kec. Kraton.

5. Jumlah dan Kepadatan Penduduk

Jumlah penduduk di Kabupaten Pasuruan tercatat 1,63 juta jiwa data per 2023. Untuk data terakhir ini, jumlah penduduk mengalami kenaikan. Dibandingkan dengan lima tahun sebelumnya, rata-rata pertumbuhan tahunan (CAGR) wilayah ini tercatat lebih rendah. Adapun pertumbuhan lima tahun terakhir, tercatat diangka 0,21%.

B. Deskripsi Data Responden

91 pelanggan PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan menerima kuesioner sebagai bagian dari penelitian ini. Berikut ini diuraikan cara pengelompokan responden berdasarkan beberapa klasifikasi untuk memudahkan analisis dan memberikan gambaran umum mengenai pelanggan yang menjadi peserta penelitian..

1. Identitas Responden

Tabel berikut menyajikan hasil survei terkait topik ini.

Berikut informasi yang peneliti kumpulkan mengenai profil responden:

Tabel 4. 2 Klasifikasi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Pria	30
Wanita	61
Jumlah	91

Sumber: Data primer yang telah diolah

Ke-91 responden tersebut, seperti terlihat pada Tabel 4.2 di atas, Berdasarkan tabel di atas total responden yang merupakan pelanggan PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan berjumlah 91 orang, terdapat responden laki-laki sebanyak 30 dan didominasi oleh responden perempuan sebanyak 61 pelanggan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pelanggan perempuan lebih banyak dibandingkan dengan pelanggan lak-laki.

Penulis penelitian ini mengelompokkan responden berdasarkan usianya, seperti terlihat pada tabel 4.3 di bawah ini:

Tabel 4. 3 Klasifikasi responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah
≤ 25 tahun	30
26 ≤ 40 tahun	46
>40 tahun	15
Jumlah	91

Sumber: Data primer yang telah diolah

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa 30 dari 91 responden berusia di bawah 25 tahun, 46 orang berusia antara 26 dan 40 tahun, dan 15 orang berusia di atas 40 tahun.

Tabel 4. 4 Klasifikasi Responden Berdasarkan Pendidikan

Pendidikan	Jumlah
S2	4
S1	19
D3	17
SMA	41
Jumlah	91

Sumber: Data primer yang telah diolah

Tabel 4.4 di atas menggambarkan bagaimana 91 responden dikategorikan berdasarkan pendidikan

terakhir mereka: 4 orang mempunyai gelar master (S2), 19 orang mempunyai gelar sarjana (S1), 20 orang mempunyai diploma (17 orang (D3), 41 orang tamat SMA, dan 10 orang hanya tamat SMP.

2. Uji Validitas

Menurut Ghozali (2020), Validitas memastikan bahwa data yang diperoleh melalui instrumen tersebut relevan dan dapat dipercaya dalam mewakili konstruk atau fenomena yang sedang diteliti.

Tabel 4.5 Uji Validitas untuk Variabel Bukti Fisik X1

Correlations						
	X1.1	X2.1	X3.1	X4.1	X5.1	X1.Total
X1.1 Pearson Correlation	1	-.220 [*]	.674 ^{**}	.180	.674 ^{**}	.667 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.036	.000	.088	.000	.000
N	91	91	91	91	91	91
X2.1 Pearson Correlation	-.220 [*]	1	.137	.544 ^{**}	.137	.481 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.036	.196	.000	.196	.000
N	91	91	91	91	91	91
X3.1 Pearson Correlation	.674 ^{**}	.137	1	.130	1.000 ^{**}	.852 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.000	.196	.219	.000	.000
N	91	91	91	91	91	91
X4.1 Pearson Correlation	.180	.544 ^{**}	.130	1	.130	.579 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.088	.000	.219	.219	.000
N	91	91	91	91	91	91
X5.1 Pearson Correlation	.674 ^{**}	.137	1.000 ^{**}	.130	1	.852 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.000	.196	.000	.219	.000
N	91	91	91	91	91	91
X1.Total Pearson Correlation	.667 ^{**}	.481 ^{**}	.852 ^{**}	.579 ^{**}	.852 ^{**}	1
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
N	91	91	91	91	91	91

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber : Data olah SPSS Peneliti, 2024

Correlations								
	X1.4	X2.4	X3.4	X4.4	X5.4	X6.4	X7.4	X8.4
X1.4 Pearson Correlation	1	.010	.302 ^{**}	.182	-.107	-.059	.312 ^{**}	-.176
Sig. (2-tailed)		.926	.004	.084	.313	.584	.003	.095
N	91	91	91	91	91	91	91	91
X2.4 Pearson Correlation	.010	1	.142	.370 ^{**}	.165	-.018	.186	.150
Sig. (2-tailed)		.926	.181	.000	.117	.864	.077	.155
N	91	91	91	91	91	91	91	91
X3.4 Pearson Correlation	.302 ^{**}	.142	1	.404 ^{**}	.500 ^{**}	-.112	-.186	.279 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.004	.181	.000	.000	.289	.077	.007
N	91	91	91	91	91	91	91	91
X4.4 Pearson Correlation	.182	.370 ^{**}	.404 ^{**}	1	.150	-.195	.001	.047
Sig. (2-tailed)		.084	.000	.000	.155	.064	.994	.656
N	91	91	91	91	91	91	91	91
X5.4 Pearson Correlation	-.107	.165	.500 ^{**}	.150	1	-.233 [*]	-.300 ^{**}	.125
Sig. (2-tailed)		.313	.117	.000	.155	.026	.004	.238
N	91	91	91	91	91	91	91	91
X6.4 Pearson Correlation	-.059	-.018	-.112	-.195	-.233 [*]	1	.280 ^{**}	-.067
Sig. (2-tailed)		.584	.084	.289	.064	.026	.007	.527
N	91	91	91	91	91	91	91	91
X7.4 Pearson Correlation	.312 ^{**}	.186	-.186	.001	-.300 ^{**}	.280 ^{**}	1	-.150
Sig. (2-tailed)		.003	.077	.994	.004	.007	.156	.003
N	91	91	91	91	91	91	91	91
X8.4 Pearson Correlation	-.176	.150	.279 ^{**}	.047	.125	-.067	-.150	1
Sig. (2-tailed)		.095	.155	.007	.656	.238	.527	.156
N	91	91	91	91	91	91	91	91
X4.Total Pearson Correlation	.465 ^{**}	.558 ^{**}	.702 ^{**}	.602 ^{**}	.401 ^{**}	.729	.307 ^{**}	.283 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.272	.003	.007
N	91	91	91	91	91	91	91	91

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Pernyataan dari item 1 sampai dengan item pernyataan 5 dengan nilai r hitung > 0,204 menunjukkan bahwa variabel bentuk fisik (X1) dianggap valid.

Tabel 4.6
Uji Validitas untuk Variabel Keandalan (X2)

Correlations										
	X1.2	X2.2	X3.2	X4.2	X5.2	X6.2	X7.2	X8.2	X9.2	X10.2
X1.2 Pearson Correlation	1	.000	1.000 ^{**}	-.007	.428	-.230 [*]	.328	-.260 ^{**}	-.262	.412 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.910	.000	.900	.000	.024	.001	.000	.007	.011
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X2.2 Pearson Correlation	.000	1	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Sig. (2-tailed)		.910	.910	.910	.910	.910	.910	.910	.910	.910
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X3.2 Pearson Correlation	-.007	.000	1	-.007	.428	-.230 [*]	.328	-.260 ^{**}	-.262	.412 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.910	.910	.910	.000	.024	.001	.000	.007	.011
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X4.2 Pearson Correlation	.428	.000	-.007	1	.000	.000	.000	.000	.000	.000
Sig. (2-tailed)		.910	.910	.910	.910	.910	.910	.910	.910	.910
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X5.2 Pearson Correlation	.428	.000	.000	.000	1	.000	.000	.000	.000	.000
Sig. (2-tailed)		.910	.910	.910	.910	.910	.910	.910	.910	.910
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X6.2 Pearson Correlation	-.230 [*]	.000	.000	.000	.000	1	.000	.000	.000	.000
Sig. (2-tailed)		.024	.910	.910	.910	.910	.910	.910	.910	.910
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X7.2 Pearson Correlation	.328	.000	.000	.000	.000	.000	1	.000	.000	.000
Sig. (2-tailed)		.001	.910	.910	.910	.910	.910	.910	.910	.910
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X8.2 Pearson Correlation	-.262	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1	.000	.000
Sig. (2-tailed)		.007	.910	.910	.910	.910	.910	.910	.910	.910
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X9.2 Pearson Correlation	-.262	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1	.000
Sig. (2-tailed)		.007	.910	.910	.910	.910	.910	.910	.910	.910
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91
X10.2 Pearson Correlation	.412 ^{**}	.412 ^{**}	.412 ^{**}	.412 ^{**}	.412 ^{**}	.412 ^{**}	.412 ^{**}	.412 ^{**}	.412 ^{**}	1
Sig. (2-tailed)		.011	.011	.011	.011	.011	.011	.011	.011	.011
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	91

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Data olah SPSS Peneliti, 2024

Item pernyataan 1 sampai dengan 10 memiliki nilai r hitung > 0,204 terlihat dari hasil validitas di atas. Hal ini menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dari variabel izin (X2) dianggap valid..

Tabel 4.7

Uji Validitas untuk Variabel Daya Tanggap (X3)

Correlations							
	X1.3	X2.3	X3.3	X4.3	X5.3	X6.3	X3.Total
X1.3 Pearson Correlation	1	.280 ^{**}	-.067	.143	-.329 ^{**}	-.296 ^{**}	.288 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.007	.527	.177	.001	.004	.006
N	91	91	91	91	91	91	91
X2.3 Pearson Correlation	.280 ^{**}	1	-.150	-.001	-.089	-.394 ^{**}	.249 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.007	.156	.995	.401	.000	.017
N	91	91	91	91	91	91	91
X3.3 Pearson Correlation	-.067	-.150	1	.541 ^{**}	.065	.097	.576 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.527	.156	.000	.540	.359	.000
N	91	91	91	91	91	91	91
X4.3 Pearson Correlation	.143	-.001	.541 ^{**}	1	-.146	.185	.740 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.177	.995	.000	.167	.079	.000
N	91	91	91	91	91	91	91
X5.3 Pearson Correlation	-.329 ^{**}	-.089	.065	-.146	1	-.032	.163
Sig. (2-tailed)		.001	.401	.540	.167	.767	.122
N	91	91	91	91	91	91	91
X6.3 Pearson Correlation	-.296 ^{**}	-.394 ^{**}	.097	.185	-.032	1	.335 ^{**}
Sig. (2-tailed)		.004	.000	.359	.079	.767	.001
N	91	91	91	91	91	91	91
X3.Total Pearson Correlation	.288 ^{**}	.249 ^{**}	.576 ^{**}	.740 ^{**}	.163	.335 ^{**}	1
Sig. (2-tailed)		.006	.017	.000	.000	.122	.001
N	91	91	91	91	91	91	91

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Data olah SPSS Peneliti, 2024

Butir pernyataan 1 sampai dengan 6 mempunyai nilai r hitung > 0,204, terlihat dari hasil validitas di atas menunjukkan variabel Daya Tanggap (X3) dianggap valid.

Tabel 4.8 Uji Validitas untuk Variabel Jaminan

Correlations										
	X1.4	X2.4	X3.4	X4.4	X5.4	X6.4	X7.4	X8.4	X9.4	X10.4
X1.4 Pearson Correlation	1	.010	.302 ^{**}	.182	-.107	-.059	.312 ^{**}	-.176	.465 ^{**}	
Sig. (2-tailed)		.926	.004	.084	.313	.584	.003	.095	.000	
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	
X2.4 Pearson Correlation	.010	1	.142	.370 ^{**}	.165	-.018	.186	.150	.558 ^{**}	
Sig. (2-tailed)		.926	.181	.000	.117	.864	.077	.155	.000	
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	
X3.4 Pearson Correlation	.302 ^{**}	.142	1	.404 ^{**}	.500 ^{**}	-.112	-.186	.279 ^{**}	.703 ^{**}	
Sig. (2-tailed)		.004	.181	.000	.000	.289	.077	.007	.000	
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	
X4.4 Pearson Correlation	.182	.370 ^{**}	.404 ^{**}	1	.150	-.195	.001	.047	.602 ^{**}	
Sig. (2-tailed)		.084	.000	.000	.155	.064	.994	.656	.000	
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	
X5.4 Pearson Correlation	-.107	.165	.500 ^{**}	.150	1	-.233 [*]	-.300 ^{**}	.125	.401 ^{**}	
Sig. (2-tailed)		.313	.117	.000	.155	.026	.004	.238	.000	
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	
X6.4 Pearson Correlation	-.059	-.018	-.112	-.195	-.233 [*]	1	.280 ^{**}	-.067	.129	
Sig. (2-tailed)		.584	.084	.289	.064	.026	.007	.527	.222	
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	
X7.4 Pearson Correlation	.312 ^{**}	.186	-.186	.001	-.300 ^{**}	.280 ^{**}	1	-.150	.307 ^{**}	
Sig. (2-tailed)		.003	.077	.994	.004	.007	.156	.003	.007	
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	
X8.4 Pearson Correlation	-.176	.150	.279 ^{**}	.047	.125	-.067	-.150	1	.283 ^{**}	
Sig. (2-tailed)		.095	.155	.007	.656	.238	.527	.156	.007	
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	
X9.4 Pearson Correlation	.465 ^{**}	.558 ^{**}	.703 ^{**}	.602 ^{**}	.401 ^{**}	.129	.307 ^{**}	.283 ^{**}	1	
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.272	.003	.007	
N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

(X4)

Butir pernyataan 1 sampai dengan 8 dengan nilai r hitung > 0,204 terlihat pada hasil validitas di atas, menunjukkan Jaminan (X4) dianggap valid.

Tabel 4.9 Uji Validitas untuk variabel Empati (X5)

		Correlations						
		X1.5	X2.5	X3.5	X4.5	X5.5	X6.5	X5.Total
X1.5	Pearson Correlation	1	.118	.084	.286**	.015	.286**	.528**
	Sig. (2-tailed)		.266	.430	.006	.890	.006	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91
X2.5	Pearson Correlation	.118	1	.130	.085	.062	.085	.424**
	Sig. (2-tailed)	.266		.219	.424	.561	.424	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91
X3.5	Pearson Correlation	.084	.130	1	.046	.007	.046	.379**
	Sig. (2-tailed)	.430	.219		.668	.949	.668	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91
X4.5	Pearson Correlation	.286**	.085	.046	1	.269*	1.000**	.784**
	Sig. (2-tailed)	.006	.424	.668		.010	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91
X5.5	Pearson Correlation	.015	.062	.007	.269*	1	.269*	.499*
	Sig. (2-tailed)	.890	.561	.949	.010		.010	.000
	N	91	91	91	91	91	91	91
X6.5	Pearson Correlation	.286**	.085	.046	1.000**	.269*	1	.784**
	Sig. (2-tailed)	.006	.424	.668	.000	.010		.000
	N	91	91	91	91	91	91	91
X5.Total	Pearson Correlation	.528**	.424**	.379**	.784**	.499**	.784**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Data olah SPSS Peneliti, 2024

Butir pernyataan 1 sampai dengan 6 mempunyai nilai r hitung $> 0,204$ yang menunjukkan bahwa seluruh butir pernyataan dari variabel Empati (X5) dianggap valid, sesuai dengan validitas hasil di atas..

Tabel 4.10 Uji Validitas untuk Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

		Correlations									
		Y1.1	Y2.1	Y3.1	Y4.1	Y5.1	Y6.1	Y7.1	Y8.1	Y1.Total	
Y1.1	Pearson Correlation	1	.150	-.195	.001	.047	-.018	-.148	.011	.328**	
	Sig. (2-tailed)		.155	.084	.994	.659	.868	.161	.915	.002	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	
Y2.1	Pearson Correlation	.150	1	-.233*	-.300**	.125	.168	.117	.213*	.438**	
	Sig. (2-tailed)	.155		.026	.004	.238	.111	.268	.043	.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	
Y3.1	Pearson Correlation	-.195	-.233*	1	.280**	-.097	.143	.018	-.224*	.201	
	Sig. (2-tailed)	.084	.026		.007	.527	.177	.866	.033	.055	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	
Y4.1	Pearson Correlation	.001	-.300**	.280**	1	-.150	-.001	-.292**	-.033	.152	
	Sig. (2-tailed)	.984	.004	.007		.155	.995	.005	.754	.149	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	
Y5.1	Pearson Correlation	.047	.125	-.097	-.150	1	.541**	.251*	.182	.568**	
	Sig. (2-tailed)	.658	.238	.527	.155		.000	.016	.085	.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	
Y6.1	Pearson Correlation	-.018	.168	.143	-.001	.541**	1	.118	.084	.635**	
	Sig. (2-tailed)	.868	.111	.177	.995	.000		.268	.430	.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	
Y7.1	Pearson Correlation	-.148	.117	.018	-.292**	.251*	.118	1	.130	.361**	
	Sig. (2-tailed)	.161	.268	.866	.005	.016	.268		.219	.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	
Y8.1	Pearson Correlation	.011	.213*	-.224*	-.033	.182	.084	.130	1	.440**	
	Sig. (2-tailed)	.915	.043	.033	.754	.085	.430	.219		.000	
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	
Y1.Total	Pearson Correlation	.328**	.438**	.201	.152	.568**	.635**	.361**	.440**	1	
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.055	.149	.000	.000	.000	.000		
	N	91	91	91	91	91	91	91	91	91	

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Sumber : Data olah SPSS Peneliti, 2024

Item pernyataan 1 sampai dengan 8 dengan nilai r hitung $> 0,204$ terlihat pada hasil validitas di atas, menunjukkan bahwa Kepuasan Pelanggan (Y) dianggap valid.

2. Uji Reabilitas

Menurut Ghazali (2020), reliabilitas suatu kuesioner dapat diukur sebagai alat untuk menentukan suatu variabel atau konstruk. Tingkat konsistensi, presisi, kapasitas prediktif, dan stabilitas suatu tes disebut reliabilitasnya..

Tabel 4.14 Uji Reabilitas sebagai Variabel

Jaminan (X4)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.612	8

Nilai koefisien bukti fisik dengan interpretasi reliabilitas di atas 0,612 dianggap reliabel, sesuai tabel di atas.

Tabel 4.15

Uji Reabilitas sebagai Variabel Empati (X5)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.642	6

Nilai koefisien bukti fisik dengan interpretasi reliabilitas di atas 0,642 dianggap dapat diandalkan, sesuai tabel di atas.

Tabel 4.16

Uji Reabilitas untuk Variabel Kepuasan

Pelanggan (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.604	8

Nilai koefisien bukti fisik dengan interpretasi reliabilitas di atas 0,604 dianggap reliabel, sesuai tabel di atas.

Teknik Analisis Data

1. Uji asumsi klasik

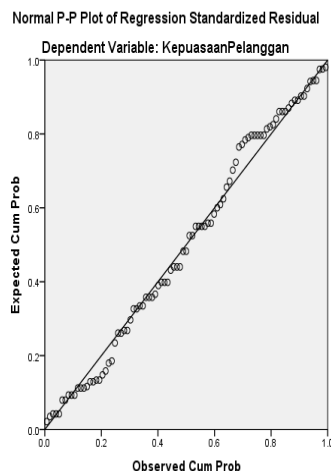
Asumsi klasik diuji melalui teknik analisis.

Secara khusus, model analisis regresi linier berganda digunakan untuk tujuan ini. Ini terdiri dari elemen-elemen berikut:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah prosedur statistik yang mengevaluasi kesesuaian data atau residu dalam analisis statistik terhadap distribusi normal. Distribusi Gaussian, juga disebut sebagai distribusi normal, simetris di sekitar mean, dengan sebagian besar data mengelompok di dekat mean dan meruncing ke arah ekstremitas. Uji normalitas sangat penting dalam konteks penelitian karena banyak metode statistik yang berasumsi bahwa data berasal dari populasi yang mengikuti distribusi normal, sehingga menjamin keandalan dan keakuratan hasil (Ghozali, 2020).

Gambar 4.1
Hasil Uji Normalitas P-Plot of Regression
Standardized Residual



Jika hasil uji normalitas dianggap normal, maka statistik Kolmogorov-Smirnov harus menunjukkan signifikansi ($\text{Asymp.sig}(2\text{-tailed}) > 0.05$). Nilai probabilitas digunakan untuk memastikan hal ini. Sebaran data kepuasan pelanggan dan kualitas pelayanan adalah normal seperti terlihat pada grafik di atas.

b. Uji Multikolonieritas

Multikolinearitas umumnya terjadi ketika variabel independen saling berkorelasi secara signifikan, yang dapat mempengaruhi keakuratan estimasi koefisien regresi dan menghasilkan standar error yang tinggi. (Ghozali 2020). Matriks korelasi digunakan uji multikolonieritas penelitian ini. Nilai Variance Inflation Factor (VIF) serta toleransinya serta nilai matriks korelasi yang dihasilkan selama pengolahan data digunakan untuk menguji gejala multikolonieritas. Dapat disimpulkan bahwa tidak ada tanda-tanda multikolonieritas pada data yang akan diperiksa jika tidak terdapat nilai matriks korelasi yang lebih besar 0,5.

Tabel 4. 5 Uji Multikolonieritas

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-1.223	1.571		-.778	.439		
	X1	.217	.045	.248	4.778	.000	.357	2.803
	X2	-.471	.062	-.707	-7.543	.000	.109	9.162
	X3	.136	.076	.101	1.799	.076	.306	3.271
	X4	.903	.073	1.060	12.302	.000	.129	7.738
	X5	.642	.077	.719	8.358	.000	.130	7.711

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

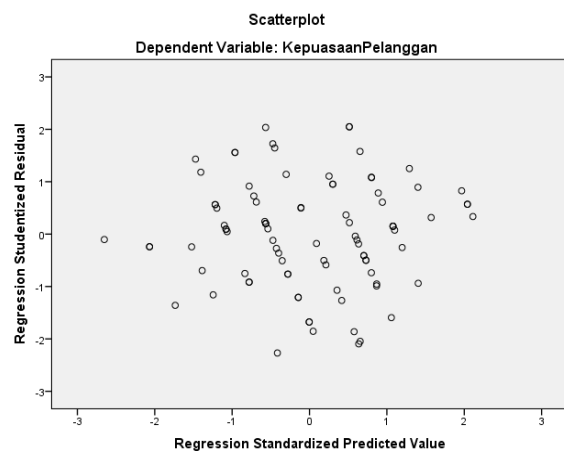
Kelima variabel independen yaitu bukti nyata, keandalan, jaminan, daya tanggap, dan empati memiliki nilai (VIF) kurang dari 10 serta nilai toleransi lebih dari 0,1 yang ditunjukkan dari hasil pengujian. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolonieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan pengujian heteroskedastisitas ialah mengetahui varians dari residual suatu model regresi bervariasi secara tidak merata antar observasi

(Ghozali 2020). Dikatakan homoskedastisitas jika varians dari residu atau antar pengamatan adalah konstan

Gambar 4.1 Uji Heteroskedastisitas



Disimpulkan bahwa heteroskedastisitas tidak terjadi jika. Berdasarkan variabel input independen seperti bukti fisik, ketergantungan, daya tanggap, jaminan, serta empati disimpulkan model regresi layak digunakan untuk mengetahui kepuasan pelanggan PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan karena tidak terjadi heteroskedastisitas di dalamnya.

2. Uji Regresi Linier Berganda

Uji ini berupaya menunjukkan apakah model regresi penelitian merupakan model yang paling tepat.

Tabel 4. 6 Uji Regresi Linier Berganda

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-1.223	1.571		-.778	.439
	X1	.217	.045	.248	4.778	.000
	X2	-.471	.062	-.707	-7.543	.000
	X3	.136	.076	.101	1.799	.076
	X4	.903	.073	1.060	12.302	.000
	X5	.642	.077	.719	8.358	.000

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Sumber : Data diolah Peneliti, 2024

Hasil ini menunjukkan bahwa berikut adalah persamaan regresi linier::

$$Y = -1,223 + 0,217 X_1 + (-0,471 X_2) + 0,136 X_3 + 0,903 X_4 + 0,642 X_5 + e$$

3. Uji Hipotesis

Prosedur analisis berikut dapat diterapkan untuk memberikan jawaban terhadap hipotesis yang dibuat.:

a. Uji Korelasi Parsial (Uji t)

Uji-t menghasilkan nilai statistik t kemudian dilakukan perbandingan nilai kritis dari distribusi t. Uji-t dapat dilakukan baik untuk sampel independen (independent t-test) maupun untuk sampel berpasangan (paired t-test), tergantung pada desain penelitian yang digunakan.

Tabel 4. 7 Uji Korelasi Parsial (Uji t)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients			t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.223	1.571	-.778	.439
	X1	.217	.045	4.778	.000
	X2	-.471	.062	-7.543	.000
	X3	.136	.076	1.799	.076
	X4	.903	.073	12.302	.000
	X5	.642	.077	8.358	.000

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Sumber : Data yang diolah Peneliti, 2024
 Kriteria uji t yang dilaksanakan ttaraf $\alpha = 5\%$ dan mencakup 2 jalur, menghasilkan nilai 1,987 untuk $n = 91 - 5 = 86$.

b. Uji Korelasi Simultan (Uji F)

Signifikansi nilai Uji F dapat diketahui dalam perbandingan tingkatan signifikansi (sig.F) dengan tingkat signifikansi ($\alpha = 5\%$).

Tabel 4. 8 Uji Korelasi Simultan (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	304.581	5	60.916	191.607	.000 ^b
	Residual	27.023	85	.318		
	Total	331.604	90			

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

b. Predictors: (Constant), X5, X4, X1, X3, X2

Mengingat $F_{tabel} = 2,32$ dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ atau $191,607 > 2,32$ maka H_0 ditolak. Hal ini menandakan bahwa PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan memberikan bukti fisik, daya tanggap, jaminan, serta empati di samping layanan tinggi lainnya.

4. Uji Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan determinan utama kontribusi bukti nyata, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati terhadap kepuasan konsumen.

Tabel 4.9 Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.958 ^a	.919	.914	.564

a. Predictors: (Constant), X5, X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

$$D = R^2 \times 100\%$$

$$D = 0,958 \times 100\%$$

$D = 0,919\%$ Perhitungan di atas menghasilkan nilai D sebesar 91,9% yang berarti bahwa 91,9% kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas pelayanan PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan, serta tersisa 8,1% disebabkan dari variabel-variabel yang tidak diperhitungkan analisis.

Kesimpulan

Berikut ini diketahui hubungan kepuasan pelanggan dengan kualitas pelayanan pada PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan. Berdasarkan hal tersebut, penulis menyimpulkan:

1. Uji Parsial adalah bagaimana Kualitas layanan di ukur dengan variable bebas yaitu Bukti Fisik

(X1), Keandalan (X2), Daya Tanggap (X3), Jaminan (X4) dan Empati (X5) dengan hasil harapan konsumen dari PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan adalah hal yang penting, hal ini memperlihatkan perlunya PDAM menangani berbagai bidang. Hal ini terdiri dari keandalan pemberian layanan, yang mencakup penyediaan informasi yang akurat dan utuh kepada konsumen, tanggung jawab atas permasalahan layanan, penyediaan solusi tepat waktu, dan kepatuhan terhadap komitmen layanan. Selain itu, PDAM mengutamakan empati pelanggan, yang mencakup perhatian yang dipersonalisasi, pemahaman keinginan pelanggan, dan penyelesaian kebutuhan pelanggan.

2. Uji Simultan adalah termasuk dalam Kepuasan konsumen atau Kualitas pelayanan pada layanan yang diberikan PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan masih harus diperbaiki. Hal ini terlihat dari rata-rata tanggapan terhadap kuesioner yang menunjukkan ketidakpuasan terhadap sistem pengaduan yang sudah ketinggalan jaman, prosedur penyampaian pengaduan yang rumit, kurangnya kontak pelanggan selama periode promosi, dan penilaian tingkatan kepuasan konsumen yang tidak teratur.
3. Berdasarkan hasil uji statistik yaitu uji asumsi klasik
 - a. Sebaran data kepuasan pelanggan dan kualitas layanan sesuai dengan distribusi normal, seperti yang ditunjukkan oleh representasi grafis di atas.
 - b. Kelima variabel independen yaitu bukti nyata, keandalan, jaminan, daya tanggap, dan empati mempunyai nilai toleransi lebih dari 0,1 dan nilai (VIF) kurang dari 10 yakni tidak adanya multikolinearitas.
 - c. Terbukti tidak terjadi heteroskedastisitas pada pemeriksaan grafik scatterplot. Model regresi layak diterapkan dalam prediksi kepuasan konsumen PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan karena tidak adanya heteroskedastisitas.
4. Kepuasan pelanggan PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan banyak dipengaruhi oleh bukti fisik yang dibuktikan dengan hasil pengujian hipotesis yang menerapkan uji t. Selain itu, signifikansi statistik dari dampak keseluruhan PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan terhadap kepuasan konsumen juga terlihat jelas. Meskipun demikian, kepuasan konsumen tidak dipengaruhi secara signifikan oleh jaminan, empati, atau daya tanggap PDAM di PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan. Analisis koefisien determinasi menunjukkan bahwa kualitas pelayanan pada PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan memberikan pengaruh sebesar 91,9% terhadap kepuasan konsumen, padahal variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian memberikan kontribusi

varian 8,1%.

Saran

Dalam rangka membantu PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan pada meningkatkan kualitas pelayanan yang pada gilirannya akan meningkatkan kepuasan konsumen di PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan, penulis memberikan saran dari hasil penelitian, pembahasan, serta kesimpulan yang dijelaskan sebelumnya. Adapun saran penelitian adalah sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan:
 - a. Disarankan untuk merespons kekhawatiran pelanggan dengan cepat karena pelayanan yang responsif dapat membantu kelancaran konsumen.
 - b. Mengingat pentingnya PDAM bagi pelanggan, maka petugas harus mudah dihubungi.
 - c. Agar dapat memenuhi kepuasan konsumen serta mengurangi beban mereka, sebaiknya petugas PDAM Tirta Dharma Kabupaten Pasuruan bertindak secara efisien dalam menangani keluhan dari pelanggan.
3. Perusahaan diharapkan terus mendorong karyawan untuk meningkatkan kinerja dan memperhatikan masukan dari pelanggan seperti menyediakan sarana seperti kotak saran, kartu komentar, dan jaminan penanganan keluhan untuk memastikan kepuasan pelanggan.

Daftar Pustaka

- Anon. 2020. "Pengaruh Harapan Pelanggan Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Kabupaten Buleleng." *Parasitology of Fishes*. 147004(1905):1–21.
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Azwar, Juliandi. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Untuk Ilmu-ilmu Bisnis*. Medan: M2000
- Dede Solikhin Al Kirom, S. Z. A., 2019. Hubungan Antara Usia, Durasi Kerja dan Gerakan Repetitif Menekan Nozzle dengan Keluhan Subyektif Carpal Tunnel Syndrome (CTS) Pada Petugas Operator Pengisi BM di Tiga SPBU Kota Yogyakarta Tahun 2019.
- Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2011. *Service, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI
- Ghozali (2020). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Intan Rurieta Anggarawati. 2021. "Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Tirta Marta Yogyakarta."
- Jurnal Indonesia Sosial Sains* 2(1):40–49. doi: 10.36418/jiss.v2i1.146.
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara RI No Kep / 25 / M / Pan / M. 2014 tentang pedoman umum penyusunan indeks kepuasan masyarakat unit pelayanan instansi pemerintah
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) (Online) <https://kbbi.web.id/puas>. diakses pada tahun 2012
- Peraturan Menteri Kesehatan RI No. 492/ MENKES/ PER/ IV/ 2010 tentang persyaratan kualitas air minum.
- Rambat Lupiyoadi dan Hamdani. 2016. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Ketiga, Jakarta, Salemba Empat.
- Ratminto dan Atik. 2022. "Kualitas Pelayanan Publik Pada Kantor Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Delta Tirta Sidoarjo." *Ilmu Administrasi Negara* 1(4):1–11.
- Simamora, Henry. 2007. *Manajemen pemasara internasional*. Jakarta: Rineka cipta. Sugiharto dan Sitinjak.
- Sudjarwo dan Basrowi, 2009, *Manajemen Penelitian Sosial*, Mandar Maju, Bandung.
- Sugiharto dan sitinjak. (2006). *Lisrel*. Yogyakarta: Graha Ilmu
- Sugiyono, 2020 "Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga,Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Perhiasan Emas Lancar Jaya Sekaran, Lamongan"
- Suharno dan Yudi Sutarso, 2010,*Marketing in Practice*. Graha Ilmu, Yogyakarta
- Supardi, 2005, *Metodologi Penelian Ekonomi Dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press.
- Tjiptono. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. Edisi 1. Yogyakarta. Andy.
- Yela Ardila Puspitasari, Slamet Muchsin, Roni Pindahanto (2019) "Evaluasi Pelaksanaan Pelayanan Kesehatan Masyarakat (Studi Pada Instalasi Rawat Inap di RSUD Dr. Saiful Anwar).
- Zeithaml,V.A., M.J. Bitner and D.D Gremler. 2013. *Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. 6e, Mc.Graw-Hill, Boston.