**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN,**

**DAN PEMULIHAN LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN YANG BERIMPLIKASI PADA LOYALITAS PELANGGAN PERUSAHAAN DAERAH**

**AIR MINUM DI CIAYUMAJAKUNING**

**Jeammy Nolen**

**169010037**

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui, menganalisis, dan mengkaji kondisi dan besaran pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, serta pemulihan layanan terhadap kepuasan pelanggan yang berimplikasi pada loyalitas pelanggan PDAM di Ciayumajakuning.

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif dan verifikatif. Teknik analisis data yang diterapkan yaitu analisis *structural equation modelling*, sedangkan teknik sampling yang diaplikasikan adalah *stratified random sampling.* Populasi dalam penelitian mencakup pelanggan yang berada di Kota Cirebon, Kabupaten Cirebon, Kabupaten Indramayu, Kabupaten Majalengka, dan Kabupaten Kuningan dan telah berlangganan air minimal selama dua tahun. Jumlah sampel secara keseluruhan sebanyak 400 responden.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kondisi kualitas produk, kualitas pelayanan, pemulihan layanan, kepuasan pelanggan, dan loyalitas pelanggan pada PDAM di Ciayumajakuning berada pada kategori cukup baik dan mengarah ke lebih baik. Lebih jauh, hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, pemulihan layananberpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan kepuasan pelanggan berpengaruh signifikan terhadap loyalitas pelanggan PDAM di Ciayumajakuning. Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan pemulihan layanansecara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Variabel kualitas produk, kualitas pelayanan, dan pemulihan layanan merupakan variabel dominan yang membentuk kepuasan pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Pemulihan Layanan, Kepuasan Pelanggan, Loyalitas Pelanggan

**RINGKESAN**

Ulikan ieu miboga tujuan pikeun mikanyaho, nganalisis, jeung nalungtik kaayaan jeung gedéna pangaruh kualitas produk, kualitas palayanan, jeung pamulihan palayanan kana kasugemaan nasabah anu implikasi kana kasatiaan nasabah PDAM di Cayumajakuning.

Panalungtikan dilaksanakeun ngagunakeun métode déskriptif jeung verifikasi. Téhnik analisis data anu digunakeun nya éta analisis modeling persamaan struktural, sedengkeun téhnik sampling anu digunakeun nya éta stratified random sampling. Populasi dina ieu panalungtikan ngawengku palanggan anu aya di Kota Cirebon, Kabupatén Cirebon, Kabupatén Indramayu, Kabupatén Majalengka, jeung Kabupatén Kuningan sarta geus ngalanggan cai sahenteuna salila dua taun. Jumlah sampelna aya 400 réspondén.

Hasilna nétélakeun yén kondisi kualitas produk, kualitas palayanan, recovery palayanan, kasugemaan nasabah, jeung kasatiaan nasabah di PDAM di Ciayumajakuning aya dina katégori anu cukup alus sarta ngarah kana hadé. Satuluyna hasil panalungtikan nuduhkeun yén kualitas produk miboga pangaruh anu signifikan kana kasugemaan palanggan, kualitas palayanan miboga pangaruh anu signifikan kana kasugemaan palanggan, pamulihan jasa boga pangaruh anu signifikan kana kasugemaan palanggan, sedengkeun kasugemaan palanggan mangaruhan kana kasatiaan palanggan PDAM. di Ciayumajakuning. Hasilna ogé nunjukkeun yén aya pangaruh anu signifikan tina kualitas produk, kualitas layanan, sareng variabel pamulihan jasa sakaligus dina kapuasan pelanggan. Variabel kualitas produk, kualitas palayanan, sareng pamulihan jasa mangrupikeun variabel anu dominan anu ngawangun kapuasan pelanggan.

Kecap Konci: Kualitas Produk, Kualitas Palayanan, Pamulihan Palayanan, Kapuasan Pelanggan, Kasatiaan Pelanggan

# *ABSTRACT*

*This study aims to measure, analyze, and comprehend the conditions and magnitude of the influence of product quality, service quality, and service recovery on customer satisfaction which has implications for customer loyalty toward the Regional Drinking Water Company in Ciayumajakuning.*

*The research was conducted using descriptive and verification methods. The data analysis technique applied was structural equation modeling analysis, while the sampling technique employed was stratified random sampling. The population of the study comprised of customers in Cirebon City, Cirebon Regency, Indramayu Regency, Majalengka Regency, and Kuningan Regency, and they had subscribed to the Regional Drinking Water Company for at least two years. Overall, the sample size was 400 respondents.*

*The results indicate that the conditions of product quality, service quality, service recovery, customer satisfaction, and customer loyalty of the Regional Drinking Water Company in Ciayumajakuning are in the good enough category and lead to better. Furthermore, the results demonstrate that product quality, service quality, and service recovery have a significant effect on customer satisfaction, and this satisfaction, in the end, fosters a salient effect on customer loyalty toward the Regional Drinking Water Company in Ciayumajakuning. The results also show that there is a significant influence of the variables of product quality, service quality, and service recovery simultaneously on customer satisfaction. The variables of product quality, service quality, and service recovery are the dominant variables that shape customer satisfaction.*

*Keywords: Product Quality, Service Quality, Service Recovery, Customer Satisfaction, Customer Loyalty*

1. **PENDAHULUAN**

Pembangunan Nasional merupakan rangkaian upaya pembangunan yang berkesinambungan dan meliputi seluruh aspek kehidupan masyarakat, bangsa dan negara yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan rakyat. Dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat, pemerintah terus melakukan pembangunan disegala bidang baik fisik maupun non fisik dengan harapan dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Kegiatan tersebut harus dilakukan diseluruh wilayah Indonesia dan menjangkau seluruh lapisan masyarakat. Pelayanan umum dapat ditingkatkan apabila ada kegiatan pembangunan dan sebaliknya pembangunan akan berjalan baik dan apabila pelayanan umum dilakukan secara berdayaguna dan berhasil guna untuk mendorong partisipasi masyarakat dalam pembangunan nasional.

Seperti diketahui bahwa air merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi keberlangsungan kehidupan makhluk hidup. Air bersih merupakan elemen penting bagi makhluk hidup untuk kelangsungan aktivitasnya. Kebutuhan air dapat digolongkan menjadi tiga macam, yaitu kebutuhan air untuk rumah tangga (domestik), industri, dan pertanian.

Penggunaan air bersih yang paling menonjol yaitu untuk keperluan rumah tangga karena digunakan untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Kebutuhan manusia akan kebutuhan air selalu meningkat dari waktu ke waktu, bukan saja karena meningkatnya jumlah manusia yang memerlukan air tersebut, melainkan juga karena meningkatnya intensitas dan ragam dari kebutuhan akan air.

Menurut Suparmoko & Irawan dalam Anggela et al., (2020), air merupakan sumber daya alam yang dikategorikan sebagai barang publik dan keberadaannya berada didalam campur tangan pemerintah agar dapat diperoleh lokasi dan distribusi yang optimal yang mengutamakan efisiensi dan keadilan.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa untuk kepentingan manusia dan kepentingan komersil lainnya, ketersediaan air dari segi kualitas dan kuantitas mutlak diperlukan. Mengingat pentingnya air bagi kehidupan manusia, Pemerintah menjamin kebutuhan air warga negaranya seperti yang tertuang dalam Pasal 5 BAB I Undang-undang Republik Indonesia No. 7 tahun 2004. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945 Pasal 33 ayat 1. bahwa bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh negara dan dipergunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat.

Di Indonesia, pengelolaan atau pendistribusian air bersih sebagian besar dikelola oleh PDAM (perusahaan daerah air minum yang merupakan salah satu unit usaha milik daerah, mengingat bahwa ada juga pendistribusian air bersih dikelola oleh koperasi dan pemerintah desa seperti di daerah pegunungan atau daerah yang dekat dengan mata air, dan juga pendistribusian air bersih dilakukan oleh pihak swasta dalam kawasan bisnis (misalnya kawasan industri, kawasan terpadu).

Selain itu, pihak swasta yang berada di luar kawasan bisnis sebagian besar hanya berfokus kepada penyediaan air minum baik dalam bentuk kemasan botol dan cup, serta isi ulang air minum (air galon). Apabila masyarakat menggunakan produk air bersih dari pihak swasta, maka masyarakat akan mengeluarkan biaya yang sangat besar dibandingkan menggunakan air yang didistribusikan oleh PDAM. Selain itu, terkadang ketersediaan air minum di toko/ grosir/ agen terbatas dan juga keterlambatan pasokan.

Sebagian besar daerah di Indonesia memiliki PDAM, namun ada juga daerah yang tidak memiliki PDAM sehingga sumber air bersih berasal dari PDAM daerah lain dan sumber lainnya. Namun untuk wilayah Ciayumajakuning yang terdiri dari Kota Cirebon, Kabupaten Cirebon, Kabupaten Indramayu, Kabupaten Majalengka, dan Kabupaten Kuningan bahwa masing-masing daerah memiliki PDAM.

Total pelanggan PDAM di wilayah Ciayumajakuning tahun 2020 sebanyak 311.962 pelanggan yang tersebar di berbagi daerah. Sementara itu, berdasarkan perbandingan antara penawaran dan permintaan air di Provinsi Jawa Barat bahwa Wilayah Ciayumajakuning diproyeksikan pada tahun 2024 berada pada posisi keempat dengan kondisi yang defisit dengan mencapai -175.299.286 m3.

Meskipun jumlah pelanggan PDAM terus mengalami peningkatan selama tiga tahun terakhir, namun kontribusi sektor pengadaan air pada produk domestik regional bruto (PDRB) Jawa Barat merupakan terendah dibandingkan sektor lainnya.

Berdasarkan laju pertumbuhan sektor pengadaan air pada tahun 2021 mengalami penurunan dibandingkan tahun 2020. Padahal pada tahun 2020, sektor pengadaan air sempat mengalami peningkatan pertumbuhan dibandingkan tahun 2019, 2018, dan 2017. Hal ini disebabkan karena pada tahun 2017 sampai dengan 2019, laju pertumbuhan sektor pengadaan air terus mengalami penurunan.

Berdasarkan Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 492/Menkes/Per/IV/2010 tentang persyaratan kualitas air minum bahwa air minum aman bagi kesehatan apabila memenuhi persyaratan fisika, mikrobiologis, kimiawi, dan radioaktif yang dimuat dalam parameter wajib dan parameter tambahan.

Pemerintah juga telah mengeluarkan peraturan lainnya yang berkaitan dengan kualitas air yakni Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2017 tentang standar baku mutu kesehatan lingkungan dan persyaratan kesehatan air untuk keperluan higiene sanitasi, kolam renang, solus per aqua, dan pemandian umum.

Namun kenyataannya, pelayanan yang diberikan oleh PDAM di Ciayumajakuning dinilai masih belum memenuhi tuntutan dan harapan masyarakat karena cukup banyaknya keluhan dari masyarakat. Keluhan tersebut disampaikan oleh masyarakat melalui media massa baik online maupun cetak, serta disampaikan juga kepada institusi pemerintahan atau PDAM.

Keluhan pelanggan terhadap pelayanan dan produk PDAM di wilayah Ciayumajakuning pada dasarnya relatif sama dengan daerah lain yakni air yang distriibusikan kondisinya mengandung lumpur dan tanah,berbau kaporit sehingga kurang layak untuk dikonsumsi sehingga masyarakat lebih memilih membeli air isi ulang untuk kebutuhan air minum dan memasak. Permasalahan lainnya yaitu, distribusi air sering tidak lancar dan kecil bahkan tidak mengalir ketika musim kemarau. Kemudian air didistribusikan kepada masyarakat ketika malam hari. Kondisi air juga terkadang air kurang jernih dan kekuning-kuningan serta berbagai permasalahan lainnya.

Berbagai permasalahan yang terjadi disebabkan oleh berbagai faktor seperti tingginya angka kehilangan air baik dari kecurangan masyarakat maupun dari kebocoran pipa pada jaringan perpipaan. Penyebab masalah lainnya yaitu jaringan distribusi air bersih mengalami kerusakan akibat pembangunan infrastruktur kota serta pelayanan yang kurang maksimal yang diberikan oleh PDAM kepada pelanggannya, dan pengaduan masyarakat yang tidak ditanggapi secara serius oleh pihak PDAM. Selain permasalahan air bersih, masih ada daerah/ wilayah yang belum terlewati oleh jalur pipa PDAM.

Berdasarkan keluhan-keluhan tersebut, maka dapat kita simpulkan bahwa permasalahan utama yang terjadi pada PDAM di wilayah Ciayumajakuning yakni terkait dengan kualitas pelayanan, kualitas produk, dan pemulihan pelayanan. Permasalahan tersebut menyebabkan ketidakpuasan konsumen terhadap pelayanan PDAM, sehingga perlu adanya peningkatan kepuasan konsumen. Hal ini disebabkan karena dengan memenuhi kepuasan konsumen, maka perusahaan akan mendapatkan loyalitas dari pelanggan.

Loyalitas pelanggan akan terjadi apabila konsumen merasa puas terhadap produk yang dikonsumsinya. Dalam rangka memenuhi kepuasan konsumen, perusahaan dituntut untuk mengetahui pergeseran kebutuhan dan keinginan konsumen yang hampir setiap saat berubah (Darsono dalam Pahlawan et al., 2019).

Hal senada juga dikemukakan oleh Kotler & Keller (2016), sebuah perusahaan dikatakan bijaksana kalau mengukur kepuasan pelanggannya secara teratur, karena kunci untuk mempertahankan pelanggan yakni kepuasan. Fornell dalam Husodho (2015) menyebutkan bahwa tingkat kepuasan yang tinggi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan mencegah perputaran pelanggan, mengurangi sensitivitas pelanggan terhadap harga, mengurangi biaya kegagalan pemasaran, mengurangi biaya operasi yang diakibatkan oleh meningkatnya jumlah pelanggan, meningkatkan efektivitas iklim dan meningkatkan reputasi bisnis. Selain itu menurut Jones & Sasser dalam Husodho (2015), menyatakan bahwa loyalitas pelanggan merupakan variabel endogen yang disebabkan oleh kombinasi dari kepuasan sehingga loyalitas pelanggan merupakan fungsi dari kepuasan. Sehingga loyalitas dan kepuasan memiliki hubungan positif. Apabila kepuasan konsumen tinggi, maka akan meningkatkan loyalitas pelanggan.

Menurut Tjiptono (2019), kualitas jasa atau pelayanan yang unggul dan konsistensi dapat menimbulkan kepuasan pelanggan yang pada gilirannya akan membuat hubungan perusahaan dan pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan, meningkatkan reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan, dan laba yang diperoleh dapat meningkat. Jika seseorang merupakan konsumen loyal, konsumen akan menunjukkan perilaku pembelian yang didefinisikan sebagai pembelian nonrandom yang diungkapakan dari waktu ke waktu oleh beberapa unit pengambilan keputusan (Griffin dalam Rofiah & Wahyuni, 2017). Chowdhury dalam Marnovita (2020) juga menyebutkan bahwa konsumen yang puas cenderung menjadi pelanggan yang loyal.

Untuk itu sangat perlu dilakukan pra survei untuk menelaah berbagai masalah yang dikaji. Hasil tersebut akan digunakan sebagai rujukan dalam penetapan dan penyusunan model yang akan dikembangkan. Berdasarkan hasil pra survei menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan PDAM di wilayah Ciayumajakuning secara umum masih kurang.

Tjiptono (2019), menjelaskan kepuasan pelanggan harus menjadi salah satu tujuan esensial bagi aktivitas bisnis. Kepuasan pelanggan berkontribusi pada sejumlah aspek krusial perusahaaan, seperti terciptanya loyalitas pelanggan, meningkatnya reputasi perusahaan, berkurangnya elastisitas harga, berkurangnya biaya transaksi masa depan dan meningkatnya efisiensi dan produktivitas karyawan. Loyalitas pelanggan terhadap suatu barang atau jasa yang ditawarkan, tercermin dari kebiasaan pelanggan dalam melakukan pembelian ulang. Sehingga perusahaan perlu mengamati loyalitas pelanggan guna dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan pelanggan serta tercapainya tujuan dari perusahaan (Trianah et al., 2017).

Menurut Reynolds & Beatty dalam Fikri et al. (2016), pada umumnya tujuan akhir dari sebuah kepuasan pelanggan yaitu kesetiaan pelanggan (loyalitas pelanggan). Menurut Hallowel dalam Fikri et al. (2016), kepuasaan pelanggaan memiliki potensi untuk membangun loyalitas.

Berdasarkan hasil pra survei menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan PDAM di wilayah Ciayumajakuning secara umum masih kurang. Kepuasan pelanggan merupakan salah satu cara untuk menempatkan perusahaan lebih unggul dari pesaing melalui pemberian pelayanan yang lebih bermutu dibandingkan dengan pesaingnya (Mutiah, 2017).

Menurut Hidayat dalam Pahlawan et al. (2019), kualitas produk menjadi faktor penentu kepuasan konsumen setelah melakukan pembelian dan pemakaian terhadap suatu produk. Dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi. Lupiyoadi (2018), menyatakan bahwa pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa kualitas produk mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan karena kualitas produk dapat dinilai dari kemampuan produk tersebut untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kualitas produk dapat dilihat dari keseluruhan ciri dan karakteristik produk.

Menurut Irawan dalam Trianah et al. (2017), beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan yaitu kualitas produk. Pelanggan akan merasa puas apabila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Apabila konsumen merasa puas dengan suatu kualitas produk yang dibelinya, maka konsumen tersebut akan loyal terhadap produk yang dibelinya (Indrawati, 2018). Hal senada juga dikatakan oleh Zeithaml, et al. (2017), bahwa penentuan kualitas berhubungan erat dengan kepuasan konsumen. Begitu juga dengan yang dikemukakan oleh Tjiptono (2019), bahwa kualitas produk (baik barang maupun jasa) berkontribusi besar pada kepuasan pelanggan, retensi pelanggan, komunikasi gethok tular *(word of mouth communication),* pembelian ulang, loyalitas pelanggan, pangsa pasar dan profitabilitas. Dengan demikian, kualitas produk mempunyai hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan karena kualitas produk dapat dinilai dari kemampuan produk tersebut untuk menciptakan kepuasan pelanggan.

Chase & Aguilano dalam Bilgies (2016), berpendapat bahwa kualitas dari suatu produk ditentukan oleh pelanggan melalui karakteristik yang ada pada suatu produk dan jasa, dimana puas dan tidaknya pelanggan dipengaruhi oleh nilai yang didapat dengan mengkonsumsi suatu produk. Mowen, et al. dalam Bilgies (2016) juga berpendapat, bahwa kualitas produk mempunyai pengaruh yang bersifat langsung terhadap kepuasan pelanggan. Begitu juga menurut Saputra & Septyauda (2022), bahwa dalam upaya meningkatkan jumlah penjualan perlu memperhatikan kepuasan pelanggannya dengan cara meningkatkan kualitas produk yang dijual, karena kualitas produk dapat menjadi salah satu faktor dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dan meningkatkan jumlah penjualan.

Menurut Kotler & Keller (2016) bahwa kualitas produk merupakan salah satu kunci persaingan diantara pelaku usaha yang ditawarkan kepada konsumen. Sehingga menurut Anderson & Mittal dalam Dewi & Sudiartha (2018), mengungkapkan bahwa seringkali kepuasan pelanggan dihubungkan dengan laba perusahaan yang didasari pemikiran bahwa peningkatan kualitas atribut produk dan pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan pelangganPenerimaan produk dengan kualitas yang lebih tinggi akan mendapatkan tingkat kepuasan yang lebih tinggi daripada penerimaan produk dengan kualitas yang lebih rendah (Fornell et al., dalam Dewi & Sudiartha, 2018).

Keberadaan mutu kualitas produk yang rendah akan menciptakan sebuah persepsi negatif pada tingkat yang kurang menguntungkan bagi perusahaan (Xu et al. dalam Pratama et al., 2022). Sebuah konsekuensi logis yang dialami perusahaan bahwa apabila seorang pelanggan merasakan ketidakpuasan pada saat pertama kali mengonsumsi produk perusahaan, maka perusahaan harus menerima kemungkinan kehilangan pelanggan (Narteh dalam Pratama et al., 2021)

Kualitas produk yang ditawarkan merupakan dasar untuk menciptakan kepuasan konsumen. Pelanggan akan merasa puas jika kebutuhan dan keinginannya dapat terpenuhi. Peningkatan kualitas pelayanan juga sangat penting untuk ditingkatkan dan menjadi perhatian khusus bagi perusahaan jasa karena akan menarik minat konsumen untuk membeli produk yang ditawarkannya (Liu et al. dalam Pratama et al., 2021).

Berdasarkan hasil pra survey menunjukkan bahwa kualitas produk PDAM di wilayah Ciayumajakuning secara umum masih kurang. Selain kualitas produk, kualitas pelayanan juga dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan merupakan kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan bisnis.

Kualitas dalam sebuah pelayanan merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Kualitas pelayanan berkaitan erat dengan persepsi pelanggan tentang mutu suatu usaha. Semakin baik pelayanan, maka akan mempengaruhi tingkat kepuasan yang dirasakan pelanggan sehingga usaha tersebut akan dinilai semakin bermutu. Sebaliknya apabila pelayanan yang diberikan kurang baik dan memuaskan, maka usaha tersebut juga dinilai kurang bermutu. Oleh karena itu usaha untuk meningkatkan kualitas pelayanan harus terus dilakukan agar dapat memuaskan pelanggan (Tjiptono, 2019).

Hal senada juga diungkapan oleh Murti, et al. dalam Negara et al., (2020), bahwa adanya kualitas pelayanan yang baik pada suatu perusahaan akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan, dimana dalam jangka panjang, perusahaan akan dapat memahami dan mengetahui harapan dan kebutuhan konsumen. Konsumen pada akhirnya akan menciptakan loyalitas kepada perusahaan yang memberikan kualitas pelayanan yang memuaskan kepada konsumen. Salah satu tindakan kualitas pelayanan yaitu memberikan pelayanan dengan sebaik-baiknya. Pelayanan tersebut dapat berupa kecepatan, ketepatan waktu, tanggap terhadap keluhan pelanggan dan memberikan solusi yang terbaik.

Kotler & Keller (2016), menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen, yang nantinya akan membentuk minat membeli atau menggunakan kembali suatu produk. Dengan demikian, semakin baik bentuk pelayanan yang diberikan dan didukung oleh tingkat kepuasan yang tinggi, tentunya akan membentuk loyalitas pada konsumen. Tambunan (2016), pada umumnya pelayanan yang bertaraf tinggi akan menghasilkan kepuasan yang tinggi serta pembelian ulang yang lebih sering. Hal senada juga dikemukan oleh Pahlawan et al. (2019), bahwa kepuasan pelanggan juga tidak terlepas dari adanya kualitas pelayanan yang baik dari sebuah perusahaan. Sehingga kualitas pelayanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan. Konsumen yang merasa puas akan layanan yang diberikan akan bersedia untuk mengkonsumsi kembali dan memberikan positif pada *word of mouth* (Seiler et al. dalam Vinartha et al., 2015). Menurut Kotler & Keller (2016), mengungapkan bahwa kepuasan konsumen sangat berkaitan erat dengan kualitas, sehingga kualitas memiliki dampak langsung terhadap performa produk dan kepuasan konsumen. Menurut Tjiptono (2019), apabila perusahaan memperhatikan kualitas pelayanan kepada konsumen, maka akan meningkatkan indek kepuasan konsumen. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan melalui pemberian pelayanan yang menyenangkan tentu akan tercipta loyalitas yang tinggi pada konsumen terhadap perusahaan. Zeithaml, et al. (2017), berpendapat bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan. Dimensi kualitas pelayanan terdiri dari *tangible, reliability, responsiveness, assurance,* dan *emphaty*.

Kepuasan pelanggan dalam menentukan dan memilih suatu produk, juga tidak lepas dari kualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan atas produk atau jasa yang dihasilkan. Sehingga perusahaan dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan pelanggan meningkat, dan dengan cermat menentukan kebutuhan pelanggan sebagai upaya perusahaan untuk memenuhi keinginan dan meningkatkan kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Hal ini disebabkan karena kualitas pelayanan yang baik dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan akan mendorong pelanggan tersebut loyal pada produk atau jasa yang digunakan (Trianah et al., 2017). Hal senada juga dikemukakan oleh Nasution & Kurniawati (2018), bahwa perusahaan harus mampu memberikan kepuasan terhadap pelanggan, dengan cara menawarkan pelayanan yang baik sesuai dengan apa yang diharapkan konsumen. Peningkatan kualitas pelayanan akan memberikan dampak bagi kepuasan pelanggan dan pada gilirannya akan membentuk loyalitas pelanggan (Putri & Subagja, 2017).

Berdasarkan hasil pra survey menunjukkan bahwa kualitas pelayanan PDAM di wilayah Ciayumajakuning secara umum masih kurang. Hal ini disebabkan karena pemulihan pelayanan berkaitan erat dengan bagaimana perusahaan melayani berbagai keluhan dari pelanggannya yang diakibatkan karena kegagalan pelayanan yang diberikan perusahaan.

Kegagalan layanan merupakan segala jenis kesalahan, kekurangan atau masalah yang terjadi selama penyediaan layanan yang disebabkan oleh faktor individual dan situasional, serta pemahaman secara serius atas kegagalan sebagai faktor yang kritis untuk memilih strategi pemulihan yang tepat. Kegagalan layanan dari sudut pandang pelanggan terjadi karena kesalahan atau kesalahan yang timbul selama pemberian layanan, sehingga menyebabkan ketidakpuasan pelanggan (Situmorang & Mulyono dalam Haitami & Situmorang, 2019).

Menurut Zeithaml et al., (2017) bahwa kegagalan pelayanan tidak mungkin dapat dieliminasi secara sempurna oleh perusahaan. Kegagalan pelayanan terjadi ketika pelayanan yang diterima dipersepsikan tidak sesuai dengan harapan pelanggan. Untuk itu dibutuhkan pemahaman mengenai pemulihan layanan atau *service recovery* setelah terjadinya kegagalan jasa layanan khususnya mengenai bagaimana dampak strategi tersebut terhadap pelanggan setelah dilakukan pemulihan jasa. Upaya pemulihan pelayanan merupakan suatu hasil pemikiran, rencana, dan proses untuk menebus kekecewaan pelanggan menjadi puas terhadap organisasi setelah pelayanan yang diberikan mengalami masalah atau kegagalan (Ervina et al. dalam Adhitya & Rahanatha, 2015).

Menurut Wirtz & Lovelock (2016) bahwa apabila terdapat keluhan pelanggan terkait dengan pelayanan yang diberikan oleh suatu perusahaan, maka kepuasan pelanggan akan sepenuhnya menjadi tanggung jawab perusahaan. Tujuan *service recovery* tersebut, yaitu untuk memperbaiki kondisi permasalahan dan mempertahankan *customer’s goodwill*. Hal senada disampaikan de Matso et al. dalam Tjiptono (2019), berdasarkan meta analisis yang telah dilakukannya menyimpulkan bahwa *service recovery* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga *service recovery* merupakan salah satu determinan signifikan kepuasan, loyalitas, dan retensi pelanggan (Tjiptono, 2019). Pemulihan layanan dilakukan untuk mengimbangi reaksi negatif pelanggan terhadap kegagalan layanan (Situmorang & Mulyono dalam Haitami & Situmorang, 2019).

Dengan demikian, s*ervice recovery* menunjuk pada tingkatan yang diambil oleh perusahaan ketika mengalami *service failure* atau kegagalan layanan. Padahal, strategi *service recovery* merupakan strategi yang paling murah, namun dapat memiliki dampak yang sangat besar mulai dari respon langsung pelanggan sampai membentuk kesetiaan pelanggan (Stefan dalam Adhitya & Rahanatha, 2015).

Untuk itu, menurut Supriyanto dalam Fatricia & Priadi (2018), bahwa keluhan harus dikelola secara sistematis untuk meneliti sebuah permasalahan pelayanan dan menyelesaikannya sebagai upaya untuk mencapai dan mempertahankan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, prosedur pemulihan layanan sangat penting dimiliki perusahaan untuk mencapai kepuasan dan loyalitas pelanggan. Kau & Loh dalam Fatricia & Priadi (2018), menyatakan bahwa *service recovery* secara umum dapat diwujudkan dengan tiga cara pokok yaitu *distributive justice, procedural justice, interactional justice.*

Tingkat kepuasan pelanggan saat dilakukan pemulihan layanan salah satunya dipengaruhi oleh persepsinya pada keadilan pemulihan layanan *(service recovey justice).* Dalam konteks perilaku mengeluh, keadilan pemulihan layanan dapat didefinisikan sebagai penilaian pelanggan pada kesesuaian cara menangani kegagalan layanan (Lin et al., dalam Vinartha et al., 2015). Kim, et al. dalam Liwijaya & Andreani (2018), menambahkan bahwa pelanggan mungkin sudah puas dengan jenis strategi pemulihan yang ditawarkan, tetapi pelanggan akan lebih senang jika proses untuk mencari ganti rugi dipermudah. *Procedural justice* juga penting dalam *service recovery* saat pelanggan yang mungkin puas dengan jenis strategi *recovery* yang ditawarkan tetapi masih tidak senang jika proses *recovery* yang diterima oleh pelanggan tersebut tidak memuaskannya. Sementara *interactional justice* merupakan keadilan yang dipersepsikan oleh pelanggan akan perilaku karyawan yang memberikan pelayanan pada pelanggan yang ada keluhan dan dapat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.Berdasarkan hasil pra survei menunjukkan bahwa pemulihan layanan PDAM di wilayah Ciayumajakuning secara umum masih kurang.

Dengan demikian berdasarkan uraian sebelumnya, maka penulis tertarik untuk mengkaji sebuah penelitian dengan judul penelitian yakni “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, Pemulihan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Yang Berimplikasi Pada Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Di Ciayumajakuning”.

1. **METODE PENELITIAN**
2. **Populasi dan Sampel**

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen PDAM yang tersebar di Ciayumajakuning yang telah menggunakan PDAM minimal selama 2 tahun, sedangkan masyarakat yang baru menggunakan produk PDAM kurang dari 2 tahun, maka belum dikatakan sebagai pelanggan PDAM. diperoleh sampel sebanyak 400 pelanggan di Ciayumajakuning. Responden tersebut merupakan pelanggan PDAM yang telah menggunakan produk PDAM minimal selama 2 tahun.

1. **Jenis Penelitian**

Metode yang digunakan untuk tujuan studi penelitian ini adalah deskriptif dan verifikatif. maka metode penelitian yang digunakan adalah *descriptive survey* dan metode *exploratory survey*.

1. **Metode Analisis Data**

Dalam penelitian ini pengujian instrumen digunakan untuk mengetahui keandalan kuesioner penelitian. Pengujian penelitian dilakukan dengan cara uji kesahihan, uji keandalan, uji normalitas dan konvensi data.

1. **HASIL PENELITIAN**
2. **Analisis Deskriptif**

Responden terbanyak yaitu berjenis kelamin laki-laki dengan jumlah responden sebanyak 238 responden atau 59,50 persen, sedangkan jumlah responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 162 responden atau 40,50 persen.

Berdasarkan informasi umur responden terbanyak yaitu berusia diatas 46 tahun sampai dengan 50 tahun dengan jumlah responden sebanyak 82 responden atau 20,50 persen, diikuti responden dengan umur diatas 41 tahun sampai dengan 45 tahun sebanyak 78 responden atau 19,50 persen, dan responden dengan umur diatas 36 tahun sampai dengan 40 tahun sebanyak 74 responden atau 18,50 persen. Sedangkan responden yang berusia dibawah 16 tahun merupakan responden dengan jumlah paling sedikit yakni sebanyak 2 responden atau 0,50 persen.

Berdasarkan informasi pendidikan terakhir responden terbanyak yaitu SMA/SMK/MA dengan jumlah responden sebanyak 206 responden atau 51,50 persen, diikuti responden dengan pendidikan sarjana (S1)/ Diploma IV sebanyak 31 responden atau 7,75 persen, dan responden dengan pendidikan diploma I, II, III sebanyak 6 responden atau 1.50 persen. Sedangkan responden dengan pendidikan doktor merupakan responden dengan jumlah paling sedikit yakni sebanyak 1 orang atau 0,25 persen.

Berdasarkan informasi pekerjaan responden terbanyak yaitu bekerja sebagai wirausaha/ pedagang dengan jumlah responden sebanyak 111 responden atau 27,75 persen, diikuti pekerjaan responden bekerja sebagai ibu rumah tangga sebanyak 104 responden atau 26,00 persen, dan responden bekerja sebagai petani sebanyak 50 responden atau 12,50 persen. Sedangkan responden dengan pekerjaan sebagai bidan/perawat/dokter merupakan responden dengan jumlah paling sedikit yakni hanya 1 orang atau 0,25 persen.

Berdasarkan informasi penghasilan per bulan responden terbanyak yaitu antara Rp2.000.000,00-Rp2.999.999,00 dengan jumlah responden sebanyak 109 responden atau 27,25 persen, diikuti responden dengan penghasilan per bulan yaitu antara Rp1.000.000,00-Rp1.999.999,00 sebanyak 96 responden atau 24,00 persen, dan responden dengan penghasilan per bulan yaitu antara Rp3.000.000,00-Rp3.999.999,00 sebanyak 91 responden atau 22,75 persen. Sedangkan responden dengan pengasilan per bulan yaitu antara Rp9.000.000,00-Rp9.999.999,00 merupakan responden dengan jumlah paling sedikit yakni sebanyak 2 responden atau 0,50 persen.

Berdasarkan informasi responden yang menggunakan PDAM terbanyak yaitu di atas 10 tahun dengan jumlah responden sebanyak 208 responden atau 52,00 persen, diikuti responden dengan lama penggunaan PDAM di atas 4 sampai dengan 5 tahun sebanyak 60 responden atau 15,00 persen, dan responden dengan lama penggunaan PDAM antara 2 sampai dengan 3 tahun sebanyak 58 responden atau 14,50 persen. Sedangkan responden dengan pemakaian di atas 9 sampai dengan 10 tahun merupakan responden dengan jumlah paling sedikit yakni sebanyak 4 orang atau 1,00 persen.

1. **Analisis Kuantitatif**

Tabel 3.1  
Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung Variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Pemulihan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

|  |  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | Koefisien Jalur | Pengaruh Langsung | Pengaruh Melalui | | | | Total |
| Kualitas Produk | Kualitas Pelayanan | Pemulihan Layanan | Total Tidak Langsung |
| Kualitas Produk | 0,3478 | 12,10% |  | 7,28% | 6,70% | 13,98% | 26,08% |
| Kualitas Pelayanan | 0,3182 | 10,13% | 7,28% |  | 6,43% | 13,71% | 23,84% |
| Pemulihan Layanan | 0,2874 | 8,26% | 6,70% | 6,43% |  | 13,13% | 21,39% |
| Total | | 30,48% | 13,98% | 13,71% | 13,13% | 40,83% | 71,31% |

*Sumber: Hasil olah data (2023)*

Berdasarkan pada tabel di atas Kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh pengaruh langsung dan tidak langsung. Pengaruh langsung variabel Kualitas Produk adalah sebesar 12,10% sedangkan pengaruh tidak langsungnya melalui Kualitas Pelayanan dan Pemulihan Layanan secara berurutan adalah sebesar 7,28% dan 6,70%. Pengaruh langsung variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 10,13% sedangkan pengaruh tidak langsungnya melalui Kualitas Produk dan Pemulihan Layanan secara berurutan adalah sebesar 7,28% dan 6,43%. Pengaruh langsung variabel Pemulihan Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 8,26% sedangkan pengaruh tidak langsungnya melalui Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan secara berurutan adalah sebesar 6,70% dan 6,43%.

Berdasarkan hasil perhitungan total pengaruh secara parsial paling besar adalah variabel Kualitas Layanan dengan total pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 26,08%. Sehingga dapat ditarik kesimpulan untuk meningkatkan Kepuasan Pelanggan haruslah didukung dengan adanya Kualitas Layanan yang baik. Meski demikian pengaruh variabel lain yang berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan yang diteliti pada penelitian ini juga cukup besar yaitu Kualitas Produk dan Pemulihan Layanan dengan total pengaruh secara parsial sebesar 23,84% dan 21,39%.

##### Pengujian Hipotesis Secara Simultan

Pengaruh secara bersamaan variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Pemulihan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan menggunakan hipotesis statistik sebagai berikut:

Untuk menguji hipotesis tersebut maka dilakukan perhitungan dengan mempergunakan rumus sebagai berikut :

Berdasarkan perhitungan diperoleh nilai Fhitung sebesar 328,1659, dimana kriteria penolakan H0 jika Fhitung lebih besar daripada Ftabel atau F0> Ftabel, dengan derajat bebas v1=2 dan v2 = 400–3–1 dan tingkat Kepercayaan 95%, maka dari tabel distribusi F didapat nilai Ftabel untuk F0.05,3,400 = 3,0185. Dikarenakan 328,1659 lebih besar dari 3,0185, maka H0 ditolak, artinya dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan secara linear antara Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Pemulihan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

##### Pengujian Hipotesis Secara Parsial

1. Pengaruh Parsial Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk koefisien jalur X1 terhadap Y = 0,3478, diperoleh nilai thitung sebesar 6,3249 dengan mengambil taraf signifikansi α sebesar 5%, maka nilai ttabel atau t0.05.400 = 1,9660, sehingga dikarenakan thitung = 6,3249 lebih besar dari ttabel = 1,9660, maka H0 ditolak atau dengan kata lain Kualitas Produkberpengaruhterhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 0,3478 sehingga setiap kenaikan Kualitas Produkmaka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,3478 satuan.

2. Pengaruh Parsial Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk koefisien jalur X2 terhadap Y = 0,3182, diperoleh nilai thitung sebesar 5,4517 dengan mengambil taraf signifikansi α sebesar 5%, maka nilai ttabel atau t0.05.400 = 1,9660, sehingga dikarenakan thitung = 5,4517 lebih besar dari ttabel = 1,9660, maka H0 ditolak atau dengan kata lain Kualitas Pelayananberpengaruhterhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 0,3182 sehingga setiap kenaikan Kualitas Pelayananmaka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,3182 satuan.

3. Pengaruh Parsial Pemulihan Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Untuk koefisien jalur X3 terhadap Y = 0,2874, diperoleh nilai thitung sebesar 5,8858 dengan mengambil taraf signifikansi α sebesar 5%, maka nilai ttabel atau t0.05.400 = 1,9660, sehingga dikarenakan thitung = 5,8858 lebih besar dari ttabel = 1,9660, maka H0 ditolak atau dengan kata lain Pemulihan Layanan berpengaruhterhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 0,2874 sehingga setiap kenaikan Pemulihan Layanan maka akan meningkatkan Kepuasan Pelanggan sebesar 0,2874 satuan.

4. Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan

Model struktural 2 mengambarkan hubungan antara Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan, yang dinyatakan dalam hipotesis sebagai berikut: *Bahwa Kepuasan Pelanggan Berpengaruh Terhadap Loyalitas Pelanggan*. Berdasarkan hasil pengolahan data program Lisrel untuk model struktural 2, Sesuai dengan hipotesis yang diajukan didapatkan hasil sebagai berikut:

Z = 0.9013\*Y, Errorvar.= 0.1877 , R² = 0.8123

(0.08211) (0.06925)

10.9770 6.7231

Berdasarkan persamaan diatas dapat dijelaskan bahwa variabel Loyalitas Pelanggan dipengaruhi secara positif oleh Kepuasan Pelanggan dengan koefisien jalur sebesar 0,9013.

Untuk koefisien jalur Y terhadap Z sebesar 0,9013 artinya jika Kepuasan Pelanggan mengalami peningkatan maka Loyalitas Pelanggan akan meningkat sebesar 0,9013 satuan atau Kepuasan Pelanggan memberikan kontribusi terhadap peningkatan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,9013 satuan. Dengan demikian hipotesis konseptual yang diajukan telah teruji dan dapat diterima.

Hasil perhitungan yang diperoleh menunjukkan Variabel Loyalitas Pelanggan dipengaruhi oleh Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan nilai korelasi dan koefisien jalur yang diperoleh dari hasil perhitungan dengan Lisrel 8.80 dapat diketahui besarnya pengaruh dari Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan sebagai berikut:

Berdasarkan pada tabel di atas pengaruh variabel Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 0,8123 atau 81,23%, sedangkan pengaruh lain diluar variabel yang tidak diteliti didalam model adalah sebesar 0,1877 atau 18,77%. Hasil perhitungan total pengaruh variabel Kepuasan Pelanggan dengan total pengaruh terhadap Loyalitas Pelanggan masuk kedalam kategori sangat kuat.

1. **Pengujian Hipotesis**
2. **Pengaruh Parsial Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan**

Untuk koefisien jalur Yterhadap Z = 0,9013, diperoleh nilai thitung sebesar 10,9770 dengan mengambil taraf signifikansi α sebesar 5%, maka nilai ttabel atau t0.05.400 = 1,9659, sehingga dikarenakan thitung = 10,9770 lebih besar dari ttabel = 1,9659, maka H0 ditolak atau dengan kata lain Kepuasan Pelangganberpengaruhterhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 0,9013 sehingga setiap kenaikan Kepuasan Pelangganmaka akan meningkatkan Loyalitas Pelanggan sebesar 0,9013 satuan.

1. **PEMBAHASAN**

#### Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Di Ciayumajakuning.

Berdasarkan hasil analisis verifikatif diketahui bahwa secara parsial, Kualitas Produk memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Adapun total kontribusi yang diberikan oleh Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelangganadalah sebesar 0,2608 atau 26,08 persen. Variabel Kualitas Produk memiliki nilai pengaruh langsung yang lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh tidak langsungnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Produk merupakan variabel yang tidak dominan.

Berdasarkan kriteria uji yang telah dipaparkan sebelumnya, terlihat bahwa nilai *t*hitung variabel Kualitas Produk berada pada daerah penolakan hipotesis nol. Hal ini mengindikasikan bahwa *H*0 ditolak dan *H*1 diterima, artinya Kualitas Produk berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.Variabel Kualitas Produk adalah variabel yang memiliki pengaruh terbesar terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial.

#### Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Di Ciayumajakuning.

Berdasarkan hasil analisis verifiktif diketahui bahwa secara parsial, Kualitas Pelayananmemiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Adapun total kontribusi yang diberikan oleh Kualitas Pelayananterhadap Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 0,2384 atau 23,84 persen. Variabel Kualitas Pelayananmemiliki nilai pengaruh langsung yang lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh tidak langsungnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Kualitas Pelayananmerupakan variabel yang tidak dominan.

Berdasarkan kriteria uji yang telah dipaparkan sebelumnya, terlihat bahwa nilai *t*hitung variabel Kualitas Pelayananberada pada daerah penolakan hipotesis nol. Hal ini mengindikasikan bahwa *H*0 ditolak dan *H*1 diterima, artinya Kualitas Pelayananberpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.Variabel Kualitas Pelayananadalah variabel yang memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial terbesar kedua pada model penelitian ini.

#### Pengaruh Pemulihan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Di Ciayumajakuning.

Berdasarkan hasil analisis verifiktif diketahui bahwa secara parsial, Pemulihan Layanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Adapun total kontribusi yang diberikan oleh Pemulihan Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan adalah sebesar 0,2139 atau 21,39 persen. Variabel Pemulihan Layanan memiliki nilai pengaruh langsung yang lebih kecil dibandingkan dengan pengaruh tidak langsungnya, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Pemulihan Layanan merupakan variabel tidak dominan.

Berdasarkan kriteria uji yang telah dipaparkan sebelumnya, terlihat bahwa nilai *t*hitung variabel Pemulihan Layanan berada pada daerah penolakan hipotesis nol. Hal ini mengindikasikan bahwa *H*0 ditolak dan *H*1 diterima, artinya Pemulihan Layanan berpengaruh positif signifikan secara parsial terhadap Kepuasan Pelanggan.Variabel Pemulihan Layanan adalah variabel yang memiliki pengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan secara parsial terkecil pada model penelitian ini.

#### Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Pemulihan Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Di Ciayumajakuning

Berdasarkan hasil penghitungan pengaruh langsung dan pengaruh tidak langsung dari variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Pemulihan Layanan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), dapat diketahui bahwa:

1. Pengaruh langsung variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Pemulihan Layanan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), memiliki total nilai sebesar 30,48 persen
2. Pengaruh tidak langsung variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Pemulihan Layanan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), memiliki total nilai sebesar 40,83 persen

Pengaruh total variabel Kualitas Produk (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Pemulihan Layanan (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), merupakan gabungan pengaruh langsung dan tidak langsung, yaitu 71,31 persen. Hal ini juga bisa dilihat dari koefisien determinasi sub-struktur 1 yang menunjukkan angka 0,7131

Pengaruh terbesar adalah Kualitas Produk sebesar 26,08 persen. Ini artinya Kepuasan Pelanggan di Perusahaan Daerah Air Minum Di Ciayumajakuning sangat dipengaruhi oleh Kualitas Produk. Terbentuknya Kepuasan Pelanggan ini sangat dipengaruhi oleh Kualitas Produk, sehingga Kualitas Produk ini memberikan kontribusi yang paling besar pada Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh terbesar kedua adalah Kualitas Pelayanan sebesar 23,84 persen. Ini artinya Kualitas Pelayanan memiliki peran yang cukup besar setelah Kualitas Produk. Kualitas Pelayanan memberikan kontribusi yang cukup besar dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

Pengaruh terkecil adalah Pemulihan Layanan sebesar 21,39 persen. Ini artinya Pemulihan Layanan memiliki peran yang cukup besar setelah Kualitas Pelayanan. Pemulihan Layanan memberikan kontribusi yang cukup besar dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

#### Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum Di Ciayumajakuning

Berdasarkan hasil analisis verifiktif diketahui bahwa Kepuasan Pelangganmemiliki pengaruh yang signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan. Adapun total kontribusi yang diberikan oleh Kepuasan Pelangganterhadap Loyalitas Pelanggan adalah sebesar 0,8123 atau 81,23 persen. Variabel Kepuasan Pelangganmemiliki nilai pengaruh yang termasuk kedalam kategori sangat kuat, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa Kepuasan Pelanggan adalah variabel yang dominan pengaruhnya terhadap Loyalitas Pelanggan.

Berdasarkan kriteria uji yang telah dipaparkan sebelumnya, terlihat bahwa nilai *t*hitung variabel Kepuasan Pelangganberada pada daerah penolakan hipotesis nol. Hal ini mengindikasikan bahwa *H*0 ditolak dan *H*1 diterima, artinya Kepuasan Pelangganberpengaruh positif signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.Variabel Kepuasan Pelangganadalah variabel yang memiliki pengaruh sangat kuat terhadap Loyalitas Pelanggan pada model penelitian ini.

1. **KESIMPULAN DAN SARAN**

**KESIMPULAN**

1. Kualitas Produk pada Perusahaan Daerah Air Minum di Ciayumajakuning yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini ada pada kategori cukup baik menuju baik, dengan dimensi tertingginya adalah: *Feature* (Ciri-Ciri), sedangkan Dimensi terendahnya adalah: *Performance* (Kinerja) dan *Reability* (Keandalan).

2. Kualitas Pelayanan pada Perusahaan Daerah Air Minum di Ciayumajakuning yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini ada pada kategori cukup baik menuju baik dengan dengan dimensi tertingginya adalah: *Emphaty* (Empati), sedangkan dimensi terendahnya adalah: *Responsiveness* (Tanggapan).

3. Pemulihan Layanan pada Perusahaan Daerah Air Minum di Ciayumajakuning yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini ada pada kategori cukup baik menuju baik dengan dengan dimensi tertingginya adalah: *Procedural Justice*, sedangkan dimensi terendahnya adalah: *Distributive Justice*.

4. Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum di Ciayumajakuning yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini ada pada kategori cukup baik menuju baik, dengan dimensi tertingginya adalah: Kesesuaian Harapan, sedangkan dimensi terendahnya adalah: Minat Membeli Kembali.

5. Loyalitas Pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum Di Ciayumajakuning yang menjadi objek penelitian dalam penelitian ini ada pada kategori cukup baik menuju baik dengan dengan dimensi tertingginya adalah: Melakukan Pembelian Secara Teratur, sedangkan dimensi terendahnya adalah: Merekomendasikan Produk Lain.

6. Pengaruh Variabel Kualitas Produk terhadap Kepuasan Pelangganadalah sebesar 26,08 persen. Hasil pengujian hipotesis menyimpulkan bahwa Kualitas Produk berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

7. Pengaruh Variabel Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 23,84 persen. Hasil pengujian hipotesis menyimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

8. Pengaruh Variabel Pemulihan Layananterhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 21,39 persen. Hasil pengujian hipotesis menyimpulkan bahwa Pemulihan Layananberpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

9 Terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Pemulihan Layanansecara simultan terhadap Kepuasan Pelanggan di Perusahaan Daerah Air Minum Di Ciayumajakuning. Dimana ketiga variabel bebas yaitu Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Pemulihan Layanan, merupakan variabel dominan yang membentuk Kepuasan Pelanggan dari Perusahaan Daerah Air Minum Di Ciayumajakuning.

10. Pengaruh Kepuasan Pelanggan terhadap Loyalitas Pelanggan sebesar 81,23 persen. Hasil pengujian hipotesis menyimpulkan bahwa Kepuasan Pelanggan berpengaruh signifikan terhadap Loyalitas Pelanggan.

**SARAN**

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian yang diperoleh, beberapa saran yang dapat diberikan adalah:

1 Penelitian ini diharapkan dapat membantu PDAM di Ciayumajakuning dengan meningkatkan infrastruktur air, Diversifikasi sumber air dapat membantu mengurangi ketergantungan pada sumber air permukaan yang rentan terhadap musim kemarau.

2 Penelitian ini diharapkan dapat membantu PDAM di Ciayumajakuning dalam mengelola dan memahami kondisi Kualitas Pelayanan, dengan meningkatkan kemampuan komunikasi dan pendekatan personal kepada pelanggan. Selain itu PDAM di Ciayumajakuning pun sebaiknya meningkatkan kompetensi pegawai dalam memanfaatkan teknologi informasi untuk melaksanakan pelayanan dan juga selalu memberikan pelatihan kepada para pegawai pada saat pengenalan sistem baru yang diterapkan di PDAM.

3. Penelitian ini diharapkan dapat membantu PDAM Di Ciayumajakuning dalam mengelola dan memahami Pemulihan Layanan, dengan melakukan evaluasi pelayanan baik dengan menyebar kuesioner bagi masyarakat yang memanfaatkan pelayanan PDAM di Ciayumajakuning atau dengan melakukan briefing rutin dengan para pegawai agar nilai-nilai yang seharusnya diterapkan dapat tersampaikan dan terlaksana oleh para pegawai baik pada saat memberikan pelayanan maupun dalam menangani keluhan pelanggan. Selain itu PDAM di Ciayumajakuning harus mampu meningkatkan kompensasi atas kendala pelayanan yang sebanding dengan kerugian yang dirasakan konsumen, Adapun bentuk kompensasinya bisa berupa potongan pembayaran, insentif dan sebagainya.

4. Penelitian ini diharapkan dapat membantu PDAM di Ciayumajakuning dalam mengelola dan memahami kondisi Kepuasan Pelanggan, PDAM di Ciayumajakuning perlu meningkatkan kualitas produk dan pelayanan dengan lebih intensif, melakukan perbaikan dari berbagai aspek pelayanan dan penanganan keluhan sehingga pelanggan merasa nyaman dengan kinerja PDAM. Selain dari itu, PDAM di Ciayumajakuning pun diharapkan dapat memberikan produk dan pelayanan dengan standard kualitas terbaik agar para pelanggan tidak kecewa dengan harga yang diberikan.

5. Penelitian ini diharapkan dapat membantu manajemen PDAM di Ciayumajakuning dalam mengelola dan memahami kondisi Loyalitas Pelanggan, dengan menambah gerai pelayanan di beberapa lokasi agar pelanggan dapat menyampaikan keluhan serta pelayanan secara langsung. Selain dari itu pihak PDAM Di Ciayumajakuning harus terus mengembangkan kualitas produk dan pelayanan yang sudah berjalan agar pelangan terpuaskan dengan produk dan jasa yang ditawarkan oleh PDAM.

6. Dalam upaya pengendalian variabel Kualitas Produk guna meningkatkan Kepuasan Pelanggan dapat dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Mempertimbangkan fasilitas dan infrastruktur penampungan air baku di wilayah Ciayumajakuning agar kebutuhan air minum di wilayah Ciayumajakuning pada musim kemarau tidak terganggu.
2. Meningkatkan kemampuan para pegawai yang menangani perbaikan dan penangan keluhan pelanggan agar dapat mengatasi dengan cepat kerusakan meteran baik pada pelanggan yang mengalami kebocoran ataupun kerusakan.
3. Meningkatkan kualitas sistem filter, penyaringan dan penjernihan air minum agar air minum yang didistribusikan tidak memiliki bau.
4. Meningkatkan kualitas sistem filter, penyaringan dan penjernihan air minum agar air minum yang didistribusikan tidak ada endapan lumpur.
5. Meningkatkan kualitas sistem filter, penyaringan dan penjernihan air minum agar air minum yang didistribusikan tidak keruh.

f. Meningkatkan pelayanan terkait prosedur pemasangan sambungan dan pemasangan baru agar dapat berjalan lebih mudah dan lebih cepat.

7. Dalam upaya pengendalian variabel Kualitas Pelayanan guna meningkatkan Kepuasan Pelanggan dapat dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

1. Meningkatkan kenyamanan fasilitas parkir baik dari segi luas area, keamanan dan fasilitas pendukung lainnya.
2. Meningkatkan kompetensi karyawan dalam memahami dan mengaplikasikan teknologi informasi untuk dimanfaatkan dalam pelayanan publik.
3. Meningkatkan kecepatan pelayanan dan penangan keluhan agar pelanggan merasa nyaman dalam memanfaatkan produk PDAM.
4. PDAM perlu menetapkan standard biaya yang ditetapkan pada setiap pelayanan pelanggan.

e. Meningkatkan kemampuan pegawai untuk memahami keinginan pelanggan baik dari segi pelayanan maupun penyelesaian permasalahan pelanggan.

8. Dalam upaya pengendalian variabel Pemulihan Layanan guna meningkatkan Kepuasan Pelanggan dapat dilakukan dengan dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

a. Meningkatkan kemampuan pegawai untuk mampu menyesuaikan prosedur penanganan keluhan sesuai dengan kebutuhan konsumen.

b. Meningkatkan kesadaran para pegawai untuk berlaku adil dalam melaksanakan pelayanan pelanggan serta tidak melakukan keistimewaan bagi pelanggan yang dikenal oleh pegawai yang bertugas.

c. Meningkatkan kemampuan PDAM untuk memberikan solusi terbaik yang adil bagi para pelanggan.

9. Dalam upaya pengendalian variabel Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, dan Pemulihan Layanan guna meningkatkan Kepuasan Pelanggan secara simultan dapat dilakukan dengan langkah-langkah sebagai berikut:

a. Meningkatkan penerapan Kualitas Produk dengan memaksimalkan indikator-indikator Kualitas Produk yaitu: Performance (Kinerja), Feature (Ciri-Ciri), Conformance (Kesesuaian), dan Reability (Keandalan).

b. Meningkatkan Kualitas Pelayanan dari PDAM Ciayumajakuning dengan memaksimalkan indikator-indikator Kualitas Pelayanan yaitu: *Tangible* (Bukti Fisik), *Reliability* (Kehandalan), *Responsivines* (Tanggapan), *Assurance* (Jaminan), dan *Emphaty* (Empati).

c. Meningkatkan Pemulihan Layanan dari para Pelanggan dengan memaksimalkan indikator-indikator Pemulihan Layanan yaitu: *Procedural Justice*, *Interactional Justice,* dan *Distributive Justice*.

10 Dalam upaya pengendalian variabel Kepuasan Pelanggan dapat dilakukan dengan dilakukan melalui langkah-langkah sebagai berikut:

a. Meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan agar para pelanggan merasa harga yang diberikan sebanding.

b. Meningkatkan kualitas produk dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan agar para pelanggan mau untuk merekomendasikan produk PDAM kepada pihak lain.

c. Menambah varian produk atau fitur lain yang dapat dinikmati oleh para pelanggan melalui pendekatan *product mix*.

### 5.2.2 Saran Bagi Peneliti

Guna lebih meningkatkan pengembangan keilmuan dan manfaat bagi penelitian, maka peneliti perlu menyarankan hal-hal sebagai berikut:

1. Perlu melakukan penelitian lanjutan yang melibatkan variabel lainnya, diluar variabel yang telah ditetapkan diataranya: 1) Keandalan Perusahaan; 2) Komunikasi Efektif Perusahaan; 3) Harapan Pelanggan.
2. Ruang lingkup daerah penelitian diperluas bukan hanya di Perusahaan Daerah Air Minum di Ciayumajakuning saja.
3. Menambahkan metode wawancara dengan pelanggan secara langsung, sehingga didapatkan informasi yang lebih banyak terkait dengan Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Pemulihan Layanan, Kepuasan Pelanggan, dan Loyalitas Pelanggan dengan lebih terperinci.
4. **DAFTAR PUSTAKA**

**Buku – Buku.**

Alma, B. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta. Bandung.

Arikunto, S. (2019). Prosedur Penelitian. Rineka Cipta. Jakarta.

Badeni. (2017). Kepemimpinan & Perilaku Organisasi. Alfabeta. Bandung.

Fahmi, I. (2021). Manajemen Kinerja; Teori dan Aplikasi, Cetakan Keenam. Alfabeta. Bandung.

Haitami, M. H., & Situmorang, S. H. (2019). Analisis Pengaruh Service

Hendratono, T. (2010). Pemulihan Layanan Pada Perusahaan Jasa. *Hospitour*, *I*(I), 127–136.

Jawa Barat Dalam Angka Tahun 2020-2022

Juanim. (2020). Analisis Jalur dalam Riset Pemasaran Pengolahan Data SPSS & LISREL. Refika Aditama. Bandung.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management, Global Edition, 15th Edition*. Pearson. United States of America.

Latan, Hengky dan Selva Temalagi. 2013. Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20,0. Bandung: Penerbit Alfabeta.

Lupiyoadi, R. (2018). Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 3. Salemba Empat. Jakarta.

M. Sidik Priadana, Denok Sunarsi (2021), Metode Penelitian Kuantitatif, Pascal Book, Tangerang, Banten

Nazir, Moh. (2013). Metode Penelitian. Bogor: Ghalia Indonesia.

Noor, Juliansyah (2016), Metodologi Penelitian: Skripsi, Tesis, Disertasi & Karya Ilmiah, Kencana, Jakarta

Razak, M. (2016). Perilaku Konsumen. Alauddin University Press. Makassar.

Riduwan & Kuncoro, E. A. (2017). Cara Menggunakan dan Memakai *Path Analysis* (Analisis Jalur. Alfabeta. Bandung.

Robbins, S. P, & Judge, T. A. (2017). *Organizational Behaviour*. Salemba Empat. Jakarta.

Robbins, S. P., & Coulter, M. (2016). Manajemen, Edisi 13, Jilid 1. Erlangga. Jakarta.

RPJMD Provinsi Jawa Barat 2018-2023

Santoso, Singgih (2018). Konsep Dasar dan Aplikasi SEM dengan Amos 24, Elex Media Komputindo, Jakarta

Schiffman, L. G. & Wisenblit, J. (2019). *Consumer Behaviour*, Twelfth Edition. Pearson Education. New Jersey.

Sudjana. (2016). *Metode Statistika*. Tarsito. Bandung.

Tjiptono, F. (2019). Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian. CV Andi Offset. Yogyakarta.

Wibowo. (2017). Perilaku Dalam Organisasi. Edisi Ketiga. Rajawali Pers. Jakarta.

Wirtz, J. & Lovelock, C. (2016). Services Marketing, Eighth Edition. World Scientific Publishing. New Jersey.

Yulianti, F., Lamsah, & Periyadi. (2019). Manajemen Pemasaran. Deeepublish. Sleman.

Wirasasmita, Yuyun (2017). Uji Kelayakan Model: Extended Handout Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis. Unpad. Bandung.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2017)*. Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm, Seventh Edition*. Mc.Graw-Hill. New York.

**II.** **Undang-Undang Dan Peraturan.**

Undang-Undang Dasar Republik Indonesia Tahun 1945

Undang-Undang Republik Indonesia No. 7 tahun 2004 Tentang Sumber Daya Air

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia No. 492/Menkes/ Per/IV/2010 tentang persyaratan kualitas air minum

Peraturan Menteri Kesehatan Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2017 tentang standar baku mutu kesehatan lingkungan dan persyaratan kesehatan air untuk keperluan higiene sanitasi, kolam renang, solus per aqua, dan pemandian umum

**III. Jurnal – Jurnal.**

Abidin, L. O. Z., Asmiddin, & Rasmuin. (2022). The Effect of Service Quality and Employee Education Type on Customer Satisfaction in Buton Regency Regional Drinking Water Company (PDAM) INFORMASI ARTIKEL ABSTRAK Print ISSN : 2302-254X. *Administratio: Jurnal Ilmiah Ilmu Administrasi Negara*, *11*(1), 65–74.

Abirami, M., Divya, V., & Supulakshmi, D. (2019). A Study On Cosumer Perception Towards Paackaged Drinking Water With Special Reference To Pattukkottai Town. *International Journal of Research*, *8*(2), 10–12.

Adhitya, C. R. S., & Rahanatha, B. (2015). Analisis Pengaruh Pemulihan Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Hotel Tjampuhan UBUD. *E-Jurnal Manajemen Unud*, *4*(12), 4074–4104.

Affandi, H., Zaki, M., & Azmeri. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara. *Jurnal Teknik Sipil*, *6*(3), 297–308.

Anandar, A. P. (2015). Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa PDAM Tirta Kencana Kota Samarinda Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Wilayah Kelurahan Sungai Pinang Dalam Kecamatan Sungai Pinang. *EJournal Administrasi Negara*, *3*(4), 1103–1114.

Anggarawati, I. R. (2021). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM Tirta Marta Yogyakarta. *Jurnal Indonesia Sosial Sains*, *2*(1), 1–11.

Anggela, Y., Bustami, H. E., & Wati, M. (2020). Pengaruh Service Recovery Terhadap Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada PDAM Kota Sungai Penuh). *Jurnal Administrasi Nusantara Mahasiswa (JAN Maha)*, *2*(2), 155–167.

Anggraeni, D. P., Kumadji, S., & Sunarti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis*, *37*(1), 171–177.

Anggraini, N. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Air Bersih terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Benteng Kota Tangerang. *Spektrum*, *14*(2), 242–250.

Anjarsasi, E. A., & Rosita, N. H. (2022). Pengaruh Service Recovery Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pt. Astra International Daihatsu Tbk, Cabang Kediri). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *1*(1), 1–15.

Ardianto, Y., Sidanti, H., & Apriyanti. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk Dan Responsivitas Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM. *SIMBA: Seminar Inovasi Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi I*, 11325–11336.

Bilgies, A. F. (2016). Peran Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Billagio Skincare Clinic Sidoarjo. *Ekonika : Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, *1*(1), 78–90.

Budiati, P. L., Masrifani, & Meliyana, N. D. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Bandarmasih Kota Banjarmasin. *DINAMIKA EKONOMI: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *11*(1), 76–92.

Dani, F. A. E., & Kurniawan, R. (2022). Analisis Kualitas Pelayanan, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Kota Kediri. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntasi*, 504–511.

Dewi, C. I. A. K., & Sudiartha, I. G. M. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Nasabah PT. Bank Pembangunan Daerah Bali. *E-Jurnal Manajemen Unud*, *7*(8), 4539–4569.

Dewi, I. M., & Mursyidah, L. (2022). The Influence of Service Quality on Customer Satisfaction of Regional Drinking Water Company (PDAM) “Delta Tirta.” *Indonesian Journal of Public Policy Review*, *17*(1), 1–6.

Dinah, S., & Barka, S. A. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Musi Palembang. *Jurnal Kompetitif*, *3*(1), 30–44.

Fakhrezy, Z. J. N., Saroh, S., & Zunaida, D. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan PDAM Kota Malang). *JIAGABI*, *11*(2), 53–61.

Fatriani, W., Sumarni, I., & Avrianti, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Air Bersih Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Instalasi Kota Kecamatan (IKK) Cabang Bintang Ara Kabupaten Tabalong. *JAPB*, *2*(1), 349–362.

Fatricia, R. S., & Priadi, E. (2018). Pengaruh Service Recover Terhadap Kepuasan Pelanggan Speedy (The Effect of Service Recovery on Speedy’S Customer Satisfaction). *Jurnal Digest Marketing*, *3*(1), 37–44.

Fikri, Sirhan;, Wiyani, W., & Suwandaru, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Mahasiswa (Studi pada Mahasiswa Strata I Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Merdeka Malang). *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, *3*(1), 120–134.

Fikri, Sirhan, Wiyani, W., & Suwandaru, A. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Mahasiswa. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, *3*(1), 120–133.

Ghozali, I. & Latan, H. (2017). *Partial Least Square*: Konsep, Metode, dan Aplikasi menggunakan program WarpPLS 5.0, Edisi ke-3. Badan Penerbit Universitas Diponogoro. Semarang.

Hadibrata, B., Buchori, C. D., Nuryati, & Ali, H. (2018). Customer Satisfaction Model : Product Quality Analysis , Customer Relationship Marketing and Service Quality-Case Study on Water Supply Customers of Bintaro Jaya. *Saudi Journal of Humanities and Social Sciences (SJHSS)*, *3*(2), 293–304.

Haitami, M. H., & Situmorang, S. H. (2019). Analisis Pengaruh Service Failure terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Service Recovery pada Pelanggan OYO di Kota Medan. INOBIS: Jurnal Inovasi Bisnis Dan Manajemen Indonesia, 2(2), 236–250.

Hamdat, A., Cahya, B. T., Astri, F., Islamiah, M. H., & Leni, P. (2020). Manajemen Pemasaran & Perilaku Konsumen. Diandra Kreatif/ Mirra Buana Media. Yogyakarta.

Hamsia, Maradita, F., & Rusni, A. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada jasa Perumahan Air Minum Batulanteh Cabang Sumbawa. *Jurnal Manajemen Ekonomi Dan Bisnis*, *4*(1), 1–7.

Husodho, W. R. (2015). Pengaruh Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Obyek Wisata Dumilah Water Park Madiun. *EQUILIBRIUM : Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, *3*(2).

Indirani, D. A., Sardanto, R., & Widodo, M. W. (2021). Pengaruh Faktor Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Di PDAM Kabupaten Nganjuk. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi Dan Akuntansi Fakulitas Ekonomi Dan Bisnis UNP Kediri*, 893–902.

Indrawati, F. (2018). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Di CIncau Station Surabaya. *AGORA*, *6*(2), 1–5.

Iswandi, M., & Anisiya, S. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Sikap Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM PT. Watertech Estate Cikarang. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, *19*(1), 59–68.

Jayaramu, K. P., Kumar, B. M., & Prasanna, R. K. K. (2014). Customer Satisfaction with Domestic Water Supply in India – A Study in Hubli city. *Journal of Environment and Earth Science*, *4*(9), 105–117.

Kadir, A., Basri, M., & Rodi. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan, Nilai, Kepercayaan Dan Loyalitas Pelanggan Rumah Tangga Pada Perusahaan Daerah Air Minum Kota Kendari. *Journal Publicuho*, *1*(1), 28–37.

Kanaf, J. Y., Irawati, I., & Halimah, M. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Air Bersih Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum Kota Kupang. *Jurnal MODERAT*, *8*(4), 744–755.

Kanisha, K. S. A., Princy, J., & Subramani, A. K. (2015). Consumer Satisfation Towards Bisleri Packaged Drinking Water, Avadi, CHennai - A Study. *ZENITH International Journal of Multidisciplinary Research*, *5*(6), 1–12.

Liwijaya, V. V., & Andreani, F. (2018). Pengaruh Service Recovery Terhadap Customer Loyalty dengan Customer Satisfaction Sebagai Variabel Perantara pada Restoran di Surabaya. *Jurnal Manajemen*, *1*(1), 231–244.

Maramis, F. S., Sepang, J. L., & Soegoto, A. S. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Pt. Air Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, *6*(3), 1658–1667.

Marnovita. (2020). Hubungan Kualitas Pelayanan Keluhan Dengan Kepuasan Pelanggan. *Psikoborneo*, *8*(1), 100–106.

Mutiah, T. (2017). Hubungan Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Dengan Kepuasan Pelanggan Pt . Taman Kampung Artis Rental Broadcasting Equipment Dan Shooting Location. *Jurnal Komuniksi*, *8*(3), 178–191.

Nasution, M. A., Siregar, Z. M. E., & Pristiyono. (2021). Strengthening Bumdes through Customer Satisfaction and Loyalty as the Defense of the Bumdes Business in Indonesia Post-Covid-19. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, *4*(3), 3962–3970.

Nasution, T. I. S., & Kurniawati, T. (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Produk Nissan Grand Livina. *EcoGen*, *1*(4), 880–886.

Negara, T. W. K. A., Suddin, A., & Sriwidodo, U. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan PDAM di Kota Surakarta Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, *14*(1), 16–28.

Novianti, R., Iskandar, & Adawiyah, R. (2015). Pengaruh Kualitas Produk dan Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Depo Air Minum Isi Ulang Jaya Water Di Tenggarong. *JEMI*, *15*(1), 27–34.

Nugroho, A. A. (2015). Analisis Tingkat Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Pakuan Kota Bogor. *Holistic Journal of Management Research*, *3*(2), 13–26.

Nurhidayah, & Prihadi, M. S. S. (2012). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Bandarmasih Wilayah Banjarmasin Timur. *Jurnal Manajemen Dan Akuntansi*, *13*(1), 45–56.

Nursamsi, Muflihatin, S. I., & Singgih, A. C. (2021). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Air Bersih terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Lamongan. *Jurnal Ilman: Jurnal Ilmu Manajemen*, *9*(2), 62–69.

Nurwidya, A., Sawiji, H., & Murwaningsih, T. (2022). Analisis Kepuasan Pelanggan Pada Pelayanan Air Bersih Di PDAM Tirta Bening Kabupaten Pati. *JIKAP: Jurnal Informasi Dan Komunikasi Administrasi Perkantoran*, *6*(2), 111–127.

Nuryadin, A., Mahfudnurnajamuddin, Hasan, S., & Mapparenta. (2021). The Effect of Marketing Mix, Service Quality and Trust on Customer Satisfaction and Loyalty at PT. Great Indonesian Milagros. *International Journal of Research and Review*, *8*(2), 127–141.

Nyoto. (2017). Kajian Budaya Konfusianisme Dalam Meningkatkan Kinerja Karyawan (Studi Kasus PT Bengkalis Kuda Laut, PT Triperkasa Tunggal Abadi, dan PT Persada Subur Makmur di Pekanbaru). Disertasi. Program Doktor Ilmu Manajemen Program Pascasarjana Universitas Pasundan Bandung.

Pahlawan, M. R., Laba, A. R., Pakki, E., Hardiyono, & Nurlia. (2019). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Peningkatan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Makassar. *Journal of Business Administration*, *3*(2), 228–244.

Pertiwi, M. I., Yulianto, E., & Sunarti. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Konsumen Baker’s King Donuts & Cofee di MX Mall Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *37*(1), 179–186.

Prabowo, M. A., Faridz, R., & Burhan. (2022). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Sumber Pocong Kabupaten Bangkalan. *Rekayasa: Journal of Science and Technology*, *15*(1), 46–52.

Pratama, Y., Heryanto, I., Dwiyanisa, A., & Megawati, I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen (Survey Pada Salah Satu Perusahaan Sepeda di Kota Bandung). *Bisnis Dan Iptek*, *14*(2), 56–68.

Pratiwi, H., Rosmawati, P., & Usman, O. (2019). Effect of Price, Promotion, Brand Trust, and Customer Satisfaction on Customer Loyalty in Packaging Products Mineral Water Aqua. *SSRN Electronic Journal*, *1*(1), 1–14.

Putera, W., Sahabuddin, O., Rakib, M., & Girikallo, A. S. (2020). Effect of Service Quality on Customer Satisfaction Through Customer Valuein PDAM Kota Makassar (Customer Approach in Developing Clean Water Product Services to Customers). *International Journal of Innovative Science and Research Technology*, *5*(10), 1129–1137.

Putra, R. Y., Albar, B. B., & Zulbahri, L. (2017). Pengaruh Service Recovery (Pemulihan Layanan) terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Kota Padang. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, *8*(3), 1–15.

Putra, S. E. (2020). Membangun Loyalitas Pelanggan PDAM Kota Salatiga Dengan Kualitas Pelayanan Melalui Kepuasan. *Excellent : Jurnal Manajemen, Bisnis Dan Pendidikan*, *7*(2), 167–181.

Putri, A. A., & Subagja, I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pt. Rahman Wisata Mandiri Jakarta. *Jurnal Manajemen Bisnis Krisnadwipayana*, *5*(2), 1–14.

Putro, S. W., Semuel, H., & Brahmana, R. K. M. R. (2014). Pengaruh Kualitas Layanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Dan Loyalitas Konsumen Restoran Happy Garden Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, *2*(1), 1–9.

Ridha, M. A., Marisa, A., & Marpaung, B. O. Y. (2020). Analysis of customer satisfaction level factors on service of PDAM Tirtanadi in Padang Bulan branch. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*,*452*(1),1–7.

Rofiah, C. (2020). Pengaruh Electronic Word Of Mouth Terhadap Keputusan Berkunjung Dimediasi Oleh Citra Destinasi. *JMD : Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, *3*(1), 32–39.

Rofiah, C., & Wahyuni, D. (2017). Kualitas Pelayanan Dan Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Pelanggan Yang Di Mediasi Oleh Kepuasan Di Bank Muamalat Jombang. *Eksis: Jurnal Riset Ekonomi Dan Bisnis*, *12*(1), 69–82

Saputra, D., & Septyauda, I. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Promosi dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan CV . Lingga Jati Palembang. *Jurnal Mirai Management*, *7*(3), 72–82.

Saputra, N. D., & Sunarti. (2020). Pengaruh Service Recovery Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pada Pelanggan PDAM Kota Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, *78*(1), 150–155.

Sari, D. N., & Nurnida, I. (2017). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen pada PDAM kota Cirebon. *E-Proceeding of Management*, *4*(1), 923–931.

Satria, E. (2021). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada PDAM Tirta Khayangan Unit Tanah Kampung Kota Sungai Penuh. *Jurnal Akrab Juara*, *6*(1), 258–272.

Selvi, S. (2017). A Study on Consumer Perception Towards Drinking Packaged Water With Reference To Coimbatore City. *International Journal of Research in Commerce & Management -IRJBM*, *10*(14), 1–8.

Setiawan, A., Ghotama, N. N. P. M., & Ekasari, N. (2021). Quality and Service Innovation Affecting Customer Satisfaction Through PDAM Billing Awareness. *International Conference on Management, Business, and Technology*, 29–42.

Subawa, K. A., & Telagawathi, N. L. W. S. (2021). Pengaruh Harapan Pelanggan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PDAM Kabupaten Buleleng. *Bisma: Jurnal Manajemen*, *7*(1), 106–113

Sudarti, K., & Atika, I. (2012). Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan melalui Citra dan Service Recovery (Studi pada Restoran Lombok Ijo Semarang). *Jurnal Bisnis Dan Ekonomi (JBE)*, *19*(1), 93–109.

Suguna, S., & S., T. V. (2020). A Study on Customer Satisfaction Towards Bisleri Drinking Water With Special Reference To Coimbatore City. *EPRA International Journal of Research and Development (IJRD)*, *5*(1), 382–385.

Sumiati, Rasyidi, H. M. N., & Heryanto. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Lingkungan Kerja Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Muara Teweh Kabupaten Barito Utara. *Jurnal Bisnis Dan Pembangunan*, *7*(2), 29–40.

Susanti, L. (2020). Kepuasan Pelanggan Berdasarkan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan. *Journal of Management and Bussines (JOMB)*, *2*(2), 142–158.

Syabililah, B. F., & Satrio, B. (2013). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Perusahaan Daerah Air Minum Kabupaten Lamongan. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, *2*(5), 1–16.

Tambunan, A. P. (2016). Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Pada PDAM Tirta Nciho Sidikalang). *Jurnal Ilmiah Methonomi*, *2*(2), 1–14.

Teniro, A., Zainuddin, & Basri, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan. *Manager: Jurnal Ilmu Manajemen*, *5*(2), 151–160.

Trianah, L., Pranitasari, D., & Marichs, S. Z. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Kulaitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus Pada Pelanggan D ’ Besto Mangun Jaya 2 Tambun Selatan). *Jurnal STEI Ekonomi*, *26*(1), 105–122.

Udayani, P., Haeruddin, M. I. M., & Ruma, Z. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang Ikkborongloe Di Kabupaten Gowa. *DECISION: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, *3*(2), 212–220.

Vinartha, R. Y., Suprapti, N. W. S., & Sukaatmadja, P. G. (2015). Persepsi Keadilan Dalam Pemulihan Layanan Pada Kepuasan Yang Dimoderasi Gender, Serta Dampak Terhadap Niat Menginap Kembali. *Jurnal Buletin Studi Ekonomi*, *20*(2), 168–176.

Wahid, Abdul N., Z. Mohaidin, & D.O. Ojatta (2018). The Moderating Role of Risk Perception on the Relationship between Satisfaction and Repurchase Intention of Bottled Water in Nigeria: A Research Proposition. MATEC Web of Conferences, 150, 1–6.

Wibowati, J. I. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt Muarakati Baru Satu Palembang. *Jurnal Manajemen*, *8*(2), 1–21.