



---

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN  
PT. AIR MINUM GIRI MENANG (PERSERODA)**

Oleh

Asri Oktiani<sup>1)</sup>, Rini Yuliandari<sup>2)</sup> & Gina Andriyani<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup> Prodi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi 45 Mataram

Email: <sup>1</sup>[asrioktiani84@gmail.com](mailto:asrioktiani84@gmail.com), <sup>2</sup>[riniyuliandari95@gmail.com](mailto:riniyuliandari95@gmail.com),

<sup>3</sup>[ginandryana72@gmail.com](mailto:ginandryana72@gmail.com)

**Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Air Minum Giri Menang. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Air Minum Giri Menang (Perseroda). Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah responden 100 orang yang merupakan Pelanggan rumah dari PT. Air minum Giri menang (perseroda) yang berada di wilayah Kota Mataram. Analisis regresi linear berganda Sederhana, uji T dan koefisien korelasi merupakan metode analisis data yang digunakan, Hasil dari penelitian yang telah dilakukan menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Sehingga bisa disimpulkan bahwa hipotesis penelitian yang diajukan diterima seluruhnya. Rekomendasi untuk peneliti selanjutnya adalah tidak hanya melakukan penelitian hanya dengan satu variabel saja untuk melihat kepuasan konsumen.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Konsumen, Manajemen Pemasaran.**

**PENDAHULUAN**

Kebutuhan pokok yang sangat penting bagi kehidupan manusia salah satunya adalah kebutuhan akan air. Air merupakan kebutuhan pokok yang dimanfaatkan untuk kegiatan hidup sehari-hari dan untuk kebutuhan konsumsi (Mallihungan 2019). Oleh sebab itu ketersediaan air perlu dijaga agar kebutuhan masyarakat bisa terpenuhi dan tercukupi. Indonesia memiliki 2 musim karena Indonesia merupakan negara yang memiliki iklim tropis sehingga ketersediaan air akan melimpah saat musim penghujan dan beberapa daerah akan mengalami kekurangan pasokan air bersih bahkan mengalami kekeringan. Kondisi ini membutuhkan pengelolaan air bersih yang baik, profesional yang dikelola oleh tenaga ahli (Darsina 2021).

Melihat situasi ini pemerintah mengambil tindakan untuk mengelola ketersediaan air bersih untuk masyarakat sepanjang musim, pengelolaan air bersih yang pengelolaannya diserahkan di beberapa wilayah yang ada di Indonesia.

PT. Air Minum Giri Menang (perseroda) merupakan satu perusahaan yang menyediakan Air bersih yang berada di kota Mataram dan memasok air bersih berkualitas untuk masyarakat wilayah kota Mataram dan Lombok Barat. PT. Air Minum Giri Menang selalu berusaha untuk memberikan pelayanan yang baik dengan cara memberikan produk yang berkualitas berupa air minum yang higienis dan bersih dan diharapkan mampu menjaga Kesehatan bagi pelanggan yang menggunakannya.

Berdasarkan survey dan wawancara mengenai kepuasan pelanggan yang dilakukan oleh pihak PT. Air Minum Giri Menang terkadang beberapa waktu di beberapa daerah mengalami kekurangan pasokan air di waktu-waktu tertentu hal ini menimbulkan keluhan dari pelanggan. Keluhan yang disampaikan oleh pelanggan terutama pelanggan rumah bisa dari aspek pelayanan aspek teknis dan non teknis. Keluhan dari aspek teknis seperti: besar kecilnya debit air, konstinutas air, kualitas air, kerusakan pada meteran air dan juga pemasangan pelanggan baru, selanjutnya



keluhan non teknis yang biasa terjadi seperti: proses pencatatan Meteran Air, sistem Pembayaran Online, respon terhadap keluhan pelayanan, tarif air.

Keluhan teknis dan non teknis dari pelanggan akan ditampung dan dilakukan penanganan yang efektif dari pihak PT. Air Minum Giri menang (Perseroda) dengan langkah awal penanganan keluhan adalah mengidentifikasi dan menentukan penyebab keluhan dari pelanggan dan pihak PT. Air Minum Giri Menang (Perseroda) langsung melakukan perbaikan jika memang ada kerusakan dalam saluran air yang bermasalah. Dengan memberikan pelayanan yang prima baik dari aspek teknis maupun non teknis maka PT. Air minum Giri menang (perseroda) berharap membentuk kepuasan pelanggan rumah yang ada di wilayah kerja PT. Air Minum Giri menang (Perseroda) terutama di kota Mataram.

Kepuasan pelanggan akan terpenuhi jika konsumen mendapat apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan, kepuasan merupakan perbandingan antara harapan seseorang konsumen dengan luaran yang didapat dari pelayanan atau produk yang digunakan (Putri 2013). Kualitas pelayanan dan kepuasan memiliki hubungan yang sangat kuat, dijelaskan oleh Goet dan davis dalam (Kotler 2016) yang menyebutkan bahwa kualitas pelayanan menunjukkan keterkaitan yang berhubungan dengan atribut sebuah produk baik barang ataupun jasa yang memenuhi harapan konsumen dan melebihi dari yang diharapkan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Husaini (2019) yang menunjukkan adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan motor Honda. Sependapat dengan penelitian Husaini (2019) penelitian dari Armanto (2018) menyebutkan bahwa dimensi pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indohome triple play.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka peneliti merumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah “ apakah kualitas pelayanan memiliki pengaruh

signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Air Minum Giri Menang (Perseroda) di Kota mataram. Sedangkan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Air minum Giri menang ( Perseroda).

## LANDASAN TEORI

### Kualitas pelayanan

Kualitas layanan merupakan karakteristik secara menyeluruh dari layanan jasa yang bertujuan untuk memenuhi harapan dan keinginan konsumen (Kotler 2016). Menurut (Swasta 2014) yang menjabarkan definisi kualitas layanan merupakan perbedaan antara realita berupa layanan yang diterima dengan harapan dari konsumen.

Lima dimensi kualitas pelayanan pada industri jasa menurut Tjiptono (2019) terdiri dari:

1. *Reliability* (kehandalan), yang terdiri dari dua komponen utama yang terkait dengan kemampuan layanan diberikan dengan sangat memuaskan
2. *Responsiveness* (daya tanggap) berhubungan dengan kemampuan memberikan pelayanan dengan cepat dan akurat kepada pelanggan
3. *Assurance* (jaminan) berkaitan dengan pengetahuan dan sikap dari karyawan yang mampu menimbulkan sikap percaya dari pelanggan.
4. *Empathy* (Empati) berkaitan dengan kemampuan memahami masalah, kebutuhan dan keinginan dari konsumen.
5. *Tangibles* (Bukti Fisik) terkait dengan penampilan fisik dan juga fasilitas yang dimiliki serta peralatan yang digunakan dalam melayani konsumen.

### Kepuasan Pelanggan

Dalam Tjiptono (2019) menyebutkan bahwa kepuasan konsumen adalah kondisi dimana konsumen merasa bahwa harapan dan keinginannya dengan sangat baik dipenuhi oleh penyedia jasa. Pada dasarnya tujuan sebuah perusahaan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumennya (Sugiyanto; Haryoko 2020).

Tjiptono (2019) menyebutkan bahwa konsumen merupakan hal yang lebih penting daripada menarik minat konsumen, oleh sebab itu 3 (indikator) yang digunakan untuk mengukur kepuasan konsumen terdiri dari (Tjiptono 2019):

1. Kesesuaian harapan, menunjukkan tingkat kesesuaian layanan dari produk dan jasa yang diberikan dengan apa yang didapatkan oleh konsumen.
2. Minat Membeli Ulang, kondisi dimana konsumen yang harapannya telah terpenuhi maka akan melakukan pembelian atau kembali menggunakan jasa yang ditawarkan.
3. Merekomendasikan produk, kondisi dimana konsumen yang merasa puas akan layanan akan merekomendasikan pengalaman yang didapat setelah menggunakan layanan.

Beberapa faktor yang menentukan tingkat kepuasan konsumen diantaranya (Kotler 2016):

1. Kualitas produk, kepuasan konsumen akan tercapai dengan kualitas produk yang diberikan memiliki kualitas yang baik.
2. Kualitas layanan, pelayanan yang baik merupakan indikator yang menentukan kepuasan konsumen yang sesuai dengan harapan konsumen.
3. Biaya, tidak adanya biaya tambahan untuk konsumen untuk pelayanan tambahan atau pasca pembelian merupakan komponen yang mampu membentuk kepuasan konsumen.

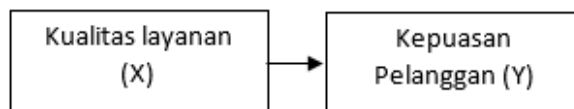
### Hubungan variabel kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen

Menurut Tjiptono (2019) menjelaskan bahwa jika kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen baik dan sesuai dengan harapan konsumen maka akan berpengaruh terhadap pemenuhan harapan konsumen, bisa dikatakan bahwa dalam hal ini kualitas layanan berpengaruh secara langsung terhadap kepuasan pelanggan.

Konsumen memutuskan untuk tidak membeli sebuah produk merupakan efek dari kekecewaan konsumen terhadap sebuah produk atau layanan (Swasta 2014). Untuk perusahaan

yang fokus pada pelanggan maka kualitas pelayanan merupakan alat dari strategi pemasaran sebuah produk. Maka untuk mempertahankan konsumennya hendaknya perusahaan yang fokus kepada pelanggan hendaknya sebisa mungkin memenuhi harapan dari konsumen melalui peningkatan kualitas layanan yang diberikan.

### Kerangka konseptual Hipotesis



**Gambar 1. Kerangka konseptual**

Hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah “diduga variabel kualitas layanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. Air Minum Giri Menang (perseroda)”.

### METODE PENELITIAN

Metode penelitian kuantitatif deskriptif merupakan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini. Metode kuantitatif deskriptif merupakan penelitian yang digunakan untuk mengetahui populasi tertentu guna menguji hipotesis yang telah ditentukan (Sugiyono 2018).

Penelitian ini dilaksanakan dalam waktu 2 (dua) bulan yakni bulan Februari sampai dengan Maret 2023 di PT. Air Minum Giri Menang (Perseroda). Populasi dalam penelitian ini merupakan pelanggan rumah pada PT. Air Minum Giri Menang (Perseroda) yang berdomisili di Kota Mataram dan Kabupaten Lombok barat sebanyak 153.727 pelanggan.

Sampel merupakan jumlah sebagian atau karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang ada dalam penelitian (Rangkuti 2017). Selanjutnya menurut Rangkuti (2017) apabila populasi dalam penelitian ini cukup besar maka perlu diambil sampel dari populasi yang dianggap mewakili karakteristik dari populasi tersebut. Karakteristik responden diambil sebagai sampel adalah: pelanggan rumah dari PT. Air Minum Giri Menang (perseroda) dan telah berlangganan lebih dari 6 bulan berlangganan. Menurut Sugiyono (2018) untuk menentukan berapa minimal sampel



yang digunakan dalam penelitian digunakan rumus slovin sebagai berikut:

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

$$= \frac{153.727}{1 + 153.727 \cdot (0.1)^2}$$

$$= \frac{153.727}{1.538,27}$$

= 99,93 dibulatkan menjadi 100 responden

Variabel dalam penelitian ini adalah variabel bebas dan variabel terikat, variabel bebas terdiri dari variabel kualitas pelayanan ( X) dan variabel kepuasan pelanggan merupakan variabel terikat ( Y). Indikator dalam masing masing variabel sebagai berikut:

1. Variabel kualitas pelayanan ( variabel X), dengan indikator sebagai berikut:
  - a. Bukti langsung
  - b. Daya tanggap
  - c. Keandalan
  - d. Jaminan
  - e. Empati
2. Variabel kepuasan pelanggan ( variabel Y), dengan indikator sebagai berikut:
  - a. Pelanggan merasa puas dengan kualitas air
  - b. Pelanggan puas karena harapannya terpenuhi
  - c. Puas dengan jaminan produk air yang berkualitas
  - d. Pelanggan puas dengan kinerja karyawan

Metode analisis data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reliabilitas yang digunakan untuk menguji apakah instrument dalam penelitian ini valid dan reliabel. Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menganalisis data yang diperoleh dari jawaban responden dalam penelitian ini. uji f dan uji t serta koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

**Karakteristik Respoden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Karakteristik responden menurut jenis kelamin dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel.1. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin**

| Jenis Kelamin | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|---------------|----------------|----------------|
| Perempuan     | 52             | 52%            |
| Laki-laki     | 48             | 48%            |
| <b>Jumlah</b> | <b>100</b>     | <b>100</b>     |

Sumber: Data Diolah,2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa berdasarkan jenis kelamin yang menjadi responden penelitian ini didominasi oleh perempuan sebesar 52% sedangkan laki-laki sebanyak 48%.

**Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

Karakteristik responden menurut umurnya dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel.2. Karakteristik Berdasarkan Usia**

| Usia Responden | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|----------------|----------------|----------------|
| < 19 Tahun     | 4              | 4%             |
| 20-24 Tahun    | 11             | 11%            |
| 25-29 Tahun    | 33             | 33%            |
| 30-34 Tahun    | 39             | 39%            |
| > 35 Tahun     | 13             | 13%            |
| <b>Jumlah</b>  | <b>100</b>     | <b>100</b>     |

Sumber: Data Diolah,2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa umur responden yang menjadi objek penelitian yaitu 30-34 tahun sebesar 39%, 25-29 tahun sebesar 33%, 20-24 tahun sebesar 11% dan >35 tahun sebesar 13%.

**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

Karakteristik responden berdasarkan pendapatan dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel.3. karakteristik berdasarkan Pendapatan**

| Pendapatan | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|------------|----------------|----------------|
| < 3 Juta   | 36             | 36             |
| 3-5 Juta   | 42             | 42             |





|               |            |            |
|---------------|------------|------------|
| >5 Juta       | 22         | 22         |
| <b>Jumlah</b> | <b>100</b> | <b>100</b> |

Sumber: Data Diolah,2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa berdasarkan tingkat pendapatan, yang menjadi konsumen yaitu < 3 juta yaitu 36%, 3-5 jutan yaitu 42 dan > 5 juta yaitu 22%.

**Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan**

Karakteristik responden berdasarkan lama jadi konsumen dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel.4. karakteristik berdasarkan Lama Menjadi Konsmen**

| Pekerjaan     | Jumlah (Orang) | Persentase (%) |
|---------------|----------------|----------------|
| < 1 tahun     | 3              | 3%             |
| 2-3 tahun     | 18             | 18%            |
| 4-5 Tahun     | 43             | 43%            |
| >5Tahun       | 36             | 36%            |
| <b>Jumlah</b> | <b>100</b>     | <b>100</b>     |

Sumber: Data Primer diolah.2023

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa menurut lama menjadi konsumen responden terbanyak yaitu 4-5 tahun yaitu 43% dan > 5 tahun yaitu 36% dan 2-3 tahun sebanyak 18%.

**Uji Validitas**

Uji validitas variabel dinyatakan valid jika memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari t tabel. Adapun dalam penelitian ini menggunakan sampel 100 orang dengan signifikansi 0,05 maka didapat nilai r tabel adalah 0.1654, hasil uji validitas dari masing-masing variabel dijelaskan gambarkan dalam tabel berikut ini:

**Tabel. 5. Hasil uji validitas**

| Variabel               | Item | Nilai r hitung | Nilai r tabel | Ket   |
|------------------------|------|----------------|---------------|-------|
| Kualitas Pelayanan (X) | KL1  | 0.355          | 0,1654        | Valid |
|                        | KL2  | 0.656          | 0,1654        | Valid |
|                        | KL3  | 0.597          | 0,1654        | Valid |
|                        | KL4  | 0.255          | 0,1654        | Valid |
|                        | KL5  | 0.634          | 0,1654        | Valid |
|                        | KL6  | 0.676          | 0,1654        | Valid |
|                        | KL7  | 0.355          | 0,1654        | Valid |
|                        | KL8  | 0.656          | 0,1654        | Valid |
|                        | KL9  | 0.597          | 0,1654        | Valid |
|                        | KL10 | 0.285          | 0,1654        | Valid |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | KP1  | 0.512          | 0,1654        | Valid |
|                        | KP2  | 0.582          | 0,1654        | Valid |
|                        | KP3  | 0.270          | 0,1654        | Valid |
|                        | KP4  | 0.658          | 0,1654        | Valid |
|                        | KP5  | 0.599          | 0,1654        | Valid |

Sumber: Data Primer diolah,2023

Berdasarkan hasil uji validitas dari variabel kualitas pelayanan dan juga kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa nilai r hitung dari masing-masing indikator dari penelitian ini lebih besar dari r tabel, sehingga dapat dikatakan bahwa jawaban responden pada seluruh item adalah **valid**.

**Uji Reliabilitas**

Suatu variabel dikatakan reliabel jila nilai Cronbach alpha lebih besar dari 0,60, hasil uji reliabilitas dalam penelitian ini sebagai berikut:

**Tabel.6. hasil uji reliabilitas**

| Variabel               | Cronbach's Alpha | Minimal Cronbach's Alpha | Ket.     |
|------------------------|------------------|--------------------------|----------|
| Kualitas Layanan (X)   | 0,720            | 0,60                     | Reliable |
| Kepuasan pelanggan (Y) | 0,683            | 0,60                     | Reliable |

Sumber: Data Primer diolah,2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach alpha dari masing-masing variabel lebih besar dari 0.60, artinya vaiabel dalam penelitian ini bisa dikatakan **handal/ reliabel**

**Analisis Regresi Sederhana**

Hasil pengolahan data dengan menggunakan program SPSS selengkapnya ada pada lampiran dan selanjutnya diringkas sebagai berikut:

**Tabel 7. Tabel Analisis Regresi Linear Sederhana**

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1(Constant)        | 5.147                       | 1.911      |                           | 2.694 | .001 |
| Kualitas pelayanan | .325                        | .052       | .530                      | 6.191 | .000 |

Sumber: Data Primer diolah,2023

Dari nilai-nilai koefisien yang terdapat pada tabel persamaan regresi linear sederhana



diatas, maka model yang dapat disusun untuk penelitian ini adalah:

$$Y = 5.147 + 1,911X + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan konsumen

X = Kualitas pelayanan

e = Error

Persamaan regresi di atas terdapat nilai konstanta sebesar 5.147. Hal ini menunjukkan bahwa nilai variabel independent dianggap konstan, maka kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan. Nilai konstanta kepuasan pelanggan sebesar 5.147 menunjukkan bahwa semakin meningkatnya kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang dirasakan oleh pelanggan. Dengan nilai koefisien X = 1.911 menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan berpengaruh positif. Dimana semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan semakin meningkat.

**Analisis Koefisien Korelasi**

Koefisien korelasi merupakan analisa yang digunakan untuk mengetahui tinggi atau rendahnya antara dua variabel atau lebih. Besarnya koefisien korelasi berkisar  $-1 < r < +1$ . Koefisien korelasi sebesar 1 tanpa memperhatikan tanda positif dan negatif menunjukkan hubungan yang tinggi diantara variabel yang dihubungkan. Koefisien sebesar 1 menunjukkan terjadinya hubungan yang sangat tinggi atau sempurna. Adapun nilai koefisien korelasi pada penelitian ini adalah  $0,530 \times 100\% = 53\%$ . Hal ini menunjukkan hubungan positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen atau dapat dilihat dari tabel berikut:

**Tabel 8. Tabel Koefisien Korelasi**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .530 <sup>a</sup> | .281     | .274              | 1.492                      |

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan

Sumber: Data Primer diolah,2023

**Koefisien Determinasi**

Pada tabel.8. diketahui nilai koefisien determinasi atau R Square adalah sebesar 0.281. Besarnya angka koefisien determinasi adalah 0.281 atau 28.1% yang mengandung arti bahwa variabel Kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian sebesar 28,1%. sedangkan sisanya ( $100\% - 28,1\% = 71,3\%$ ) dipengaruhi variabel lain diluar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti. Dari nilai koefisien determinasi dapat dikatakan bahwa pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan berpengaruh positif.

**Uji t**

**Tabel 9. Tabel Analisis Regresi Linear Sederhana**

| Model              | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                    | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)       | 5.147                       | 1.911      |                           | 2.694 | .001 |
| Kualitas pelayanan | .325                        | .052       | .530                      | 6.191 | .000 |

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Primer diolah,2023

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai t hitung pada variabel kualitas layanan sebesar 2.694, t tabel sebesar 1.660 dan nilai signifikannya sebesar 0,001. Maka dapat dikatakan t hitung > t tabel dan nilai sig 0,05. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kualitas pelayanan merupakan harapan konsumen terhadap perusahaan dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan



dari konsumen. dalam perusahaan jasa harapan terhadap jasa yang diterima dengan yang diharapkan oleh konsumen haruslah selaras. Apabila kondisi menunjukkan harapan konsumen terpenuhi atau lebih besar dari ekspektasi atau keinginan maka bisa dikatakan bahwa konsumen tersebut puas dengan layanan yang diberikan. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Air Minum Giri Menang yang menunjukkan bahwa hipotesis dalam penelitian yang menyebutkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen terukti/ diterima. Kepuasan pelanggan akan terpenuhi jika konsumen mendapat apa yang menjadi keinginan dan kebutuhan, kepuasan merupakan perbandingan antara harapan seseorang konsumen dengan luaran yang didapat dari pelayanan atau produk yang digunakan (Putri 2013). Kualitas pelayanan dan kepuasan memiliki hubungan yang sangat kuat, dijelaskan oleh Goet dan davis dalam yang menyebutkan bahwa kualitas pelayanan menunjukkan keterkaitan yang berhubungan dengan atribut sebuah produk baik barang ataupun jasa yang memenuhi harapan konsumen dan melebihi dari yang diharapkan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Husaini (2019) yang menunjukkan adanya hubungan positif antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan motor Honda. Sependapat dengan penelitian Husaini (2019) penelitian dari Armanto (2018) menyebutkan bahwa dimensi pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan Indohome triple play. Jadi bisa disimpulkan bahwa hasil dari penelitian ini mendukung hasil penelitian terdahulu dan juga mendukung teori yang terkait dengan kualitas pelayanan juga kepuasan pelanggan.

## PENUTUP

### Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan terhadap seluruh data yang diperoleh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini menunjukkan bahwa jika variabel independen dianggap konstan, maka kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang positif terhadap kepuasan pelanggan.
2. Nilai koefisien korelasi menunjukkan pengaruh positif antara kepuasan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan rumah dari PT. Air Minum Giri Menang (Perseroda).

### Saran

Penelitian memiliki beberapa keterbatasan yaitu ukuran sampel yang terbatas pada pelanggan wilayah kota mataram hendaknya pada penelitian selanjutnya pelanggan diluar kota mataram seperti pelanggan di kabupaten Lombok Barat. Penelitian terdahulu juga hendaknya menambah variabel penelitian selain kualitas pelayanan untuk mengukur kepuasan pelanggan seperti kualitas produk, promosi atau bauran pemasaran dan lain sebagainya.

### DAFTAR PUSTAKA

- [1] Armanto, Ichsan Dwi. 2018. "Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Indihome Triple Play." E-Jurnal Manajemen Unud 7(3):1282–1309. doi: DOI: <https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2018.v7.i03.p06>.
- [2] Darsina. 2021. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pdam Tirta Jeneberang Kabupaten Gowa." Manager: Jurnal Ilmu.
- [3] Husaini, Fadhli Riza. 2019. "Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Jne Candi Gebang Yogyakarta." universitas Islam Indonesia.
- [4] Kotler, Philip ;. Armstrong Gerry. 2016. Prinsip-Prinsip Pemasaran. Edisi 13 J. Jakarta: Erlangga.
- [5] Mallihungan, Andi. 2019. "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Jeneberang Di Kabupaten Gowa." 9(1):148–62.



- [6] Putri, Kadek Indri Novita Sari. 2013. “Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan D&I Skin Centre Denpasar.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana* 2(8):247815.
- [7] Rangkuti, Fredy. 2017. *Riset Pemasaran*. 14th ed. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [8] Sugiyanto; Haryoko, Ugeng Budi. 2020. *Manajemen Pemasaran*. cetkan per. edited by S. T. K. Gianti Nuke Sanjya. Serang: Yayasan Pendidikan dan Sosial Indonesia Maju.
- [9] Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- [10] Swasta, Basu. 2014. *Manajemen Pemasaran Modern*.
- [11] Tjiptono, Fandy. 2019. *Strategi Pemasaran Prinsip & Penerapan*. 1st ed. Yogyakarta: Andy offset.