Jurnal Administrasi Bisnis
ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN PADA PT AIR MINUM SANGGAM BALANGAN (PERSERODA)

Sapiah[1], Eka Santi Agustina[2]
Program Studi Administrasi Bisnis
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai
Email: safiahs299@gmail.com

ABSTRAK

Investigasi ini dilatarbelakangi oleh munculnya berbagai keluhan pelanggan terkait distribusi air, rendahnya tekanan air, keterlambatan penanganan gangguan,serta kurang optimalnya diseminasi informasi operasional pada PT Air Minum Sanggam Balangan (Perseroda). Fenomena tersebut menuntut manajemen untuk melakukan pembenahan masif pada aspek operasional demi mengeliminasi penurunan indeks kepuasan publik sebagai pengguna jasa. Tujuan utama studi ini adalah mengevaluasi seberapa besar kontribusi kualitas pelayanan dalam mengondisikan tingkat kepuasan pelanggan aktif di wilayah tersebut. Metode kuantitatif diaplikasikan dalam riset ini. Data dikumpulkan dari 50 partisipan pelanggan aktif melalui kuesioner terstruktur yang ditarik menggunakan teknik purposive sampling. Proses evaluasi data menggunakan pemodelan persamaan struktural (SEM-PLS) melalui perangkat lunak SmartPLS 4. Temuan riset membuktikan adanya dampak positif sekaligus signifikan dari aspek mutu pelayanan terhadap kepuasan konsumen, dibuktikan dengan perolehan nilai T-statistic mencapai 75.160 serta kontribusi pengaruh (R-Square) yang menyentuh angka 95,5%. Kesimpulannya, performa pelayanan prima yang disajikan oleh instansi penyedia air bersih sangat krusial dalam mendorong loyalitas dan persepsi positif masyarakat. Hasil riset ini memberikan implikasi manajerial yang penting bagi korporasi untuk terus mengevaluasi standardisasi pelayanan secara berkelanjutan agar mampu menjaga kepercayaan publik di tengah dinamika kebutuhan Masyarakat.

Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, SEM-PLS, PT Air Minum Sanggam Balangan.

ABSTRACT

This investigation was motivated by the emergence of various consumer complaints related to fluctuations in distribution stability, minimal water discharge pressure, delays in technical handling, and less than optimal dissemination of operational information at PT Air Minum Sanggam Balangan (Perseroda). This phenomenon requires management to make massive improvements in operational aspects to eliminate the decline in the public satisfaction index as service users. The main objective of this study is to evaluate the contribution of service quality in conditioning the level of satisfaction of active customers in the region. Quantitative methods were applied in this research. Data were collected from 50 active customer participants through a structured questionnaire drawn using a purposive sampling technique. The data evaluation process used structural equation modeling (SEM-PLS) through SmartPLS 4 software. The research findings prove a positive and significant impact of service quality aspects on customer satisfaction, evidenced by the T-statistic value reaching 75.160 and the contribution of influence (R-Square) reaching 95,5%. In conclusion, the performance of excellent service provided by clean water providers is crucial in encouraging loyalty and positive public perception. The results of this research provide important managerial implications for corporations to continuously evaluate service standardization in order to maintain public trust amidst the dynamics of community needs.

***Keywords**: Service Quality, Customer Satisfaction, SEM-PLS, PT Air Minum Sanggam Balangan*.

PENDAHULUAN

Kualitas penyelenggaraan pemerintahan salah satunya dapat diukur melalui indikator krusial berupa performa pelayanan publik. Tolok ukur keberhasilan suatu instansi dalam memfasilitasi masyarakat tidak sekadar bertumpu pada terpenuhinya kebutuhan publik, melainkan juga ditentukan oleh aspek kepuasan yang dirasakan langsung oleh penerima layanan. Mewujudkan tata kelola pelayanan yang efisien, efektif, serta berfokus pada kepentingan masyarakat sangat bergantung pada faktor utama berupa mutu pelayanan yang prima. Menurut (Akhyar, 2023) dimensi kualitas pada jasa publik memegang andil strategis bagi peningkatan kesejahteraan sosial, sebab pemberian layanan yang dioptimalkan mampu menumbuhkan rasa percaya sekaligus kepuasan masyarakat terhadap pihak penyelenggara. Di antara berbagai jenis pelayanan publik, penyediaan air minum bersih yang dikelola oleh badan usaha milik daerah atau Perseroan Daerah (Perseroda) menempati posisi yang sangat vital. Air bersih merupakan kebutuhan dasar yang tidak dapat dipisahkan dari aktivitas kehidupan sehari-hari sehingga keberadaannya harus tersedia secara berkelanjutan, mudah diakses, aman, dan memenuhi standar kelayakan bagi masyarakat (Simanjuntak, Zai and Tampubolon, 2021).

Target utama yang senantiasa dikejar oleh setiap institusi penyedia jasa adalah tercapainya kepuasan pelanggan. Tinggi rendahnya kepuasan yang dirasakan masyarakat ini memiliki korelasi kuat dengan mutu pelayanan yang disajikan. Pola hubungan tersebut mengindikasikan adanya ikatan yang linier layanan yang berkualitas akan menstimulasi tingkat kepuasan yang tinggi, sedangkan performa yang buruk berpotensi memicu kekecewaan. Menurut (Pramuditha, 2021), kepuasan pelanggan muncul ketika pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan pelanggan. Harapan tersebut meliputi ketepatan waktu pelayanan, kemudahan memperoleh informasi, keramahan petugas, kecepatan penanganan keluhan, serta kemampuan perusahaan dalam memberikan solusi terhadap berbagai permasalahan yang dihadapi pelanggan. Oleh sebab itu, institusi penyedia layanan publik berkewajiban menyajikan pelayanan yang berintegritas demi mengakomodasi segala kebutuhan serta ekspektasi masyarakat sebagai pengguna jasa.

Kajian mengenai kualitas pelayanan banyak mengacu pada model SERVQUAL yang dipopulerkan melalui pemikiran (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988). Model ini pengukuran mutu pelayanan diidentifikasi lewat lima aspek fundamental, meliputi keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (.*Responsiveness)*, jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) serta Bukti Fisik (*Tangibles)*.Seluruh dimensi ini diposisikan sebagai parameter dasar guna mengevaluasi efektivitas layanan dalam mengakomodasi asumsi pelanggan. Keandalan menunjukkan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan secara tepat dan akurat, daya tanggap mencerminkan kesediaan petugas dalam membantu pelanggan secara cepat, jaminan berkaitan dengan kemampuan memberikan rasa aman dan kepastian kepada pelanggan, empati menunjukkan perhatian yang diberikan kepada pelanggan, sedangkan bukti fisik menggambarkan kondisi fasilitas dan sarana pelayanan yang tersedia. Menurut (Yaleanti and Kumala, 2025), optimalisasi yang berkesinambungan terhadap dimensi-dimensi mutu pelayanan tersebut bakal berdampak positif terhadap peningkatan asumsi konsumen.

Berbagai literatur ilmiah terdahulu mengonfirmasi adanya keterkaitan erat dan mendalam

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

antara aspek kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan konsumen pada berbagai sektor jasa. (Havizah and Murjani, 2024) membuktikan yaitu intervensi mutu pelayanan berdampak positif bagi kepuasan publik pada institusi penyedia air bersih, di mana hal ini memberikan sumbangsih yang masif dalam mendongkrak penilaian positif masyarakat atas komitmen pelayanan yang mereka rasakan. Selaras dengan hal itu, investigasi empiris yang digarap oleh (Purba, Nasution and Harahap, 2023) juga menunjukkan bahwa pemenuhan ekspektasi dan kebutuhan konsumen secara presisi oleh korporasi merupakan kunci utama diraihnya kepuasan pelanggan. Serangkaian konklusi ilmiah tersebut semakin mempertegas premis bahwa tata kelola mutu pelayanan esensial untuk diprioritaskan oleh setiap entitas bisnis berbasis jasa, tidak terkecuali bagi perusahaan daerah penyedia layanan air minum.

Meskipun demikian, berbagai permasalahan pelayanan masih sering ditemukan dalam penyelenggaraan layanan air minum daerah. Keluhan pelanggan terkait ketidakstabilan distribusi air, rendahnya tekanan air, keterlambatan penanganan gangguan, kurang optimalnya penyampaian informasi, serta lambatnya respons petugas masih menjadi fenomena yang sering terjadi. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara kondisi yang diharapkan (*das sollen*), yaitu pelayanan yang cepat, tepat, responsif, dan memuaskan, dengan kondisi yang terjadi di lapangan (*das sein*), yaitu masih ditemukannya berbagai keluhan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan. Jika problematika ini dibiarkan tanpa adanya penanganan yang cepat, maka dapat menurunkan indeks kepuasan konsumen serta mengurangi kepercayaan masyarakat atas performa korporasi penyedia layanan air minum.

Sebagai entitas bisnis milik daerah yang mengemban tugas pokok dalam mendistribusikan sarana air bersih bagi penduduk di Kabupaten Balangan, PT Air Minum Sanggam Balangan (Perseroda) juga menghadapi berbagai tantangan dalam penyelenggaraan pelayanan. Beberapa permasalahan yang masih sering dikeluhkan pelanggan antara lain ketidakstabilan aliran air pada waktu tertentu, tekanan air yang rendah khususnya pada wilayah yang berada di dataran tinggi, keterlambatan penanganan gangguan distribusi, serta kurang optimalnya penyampaian informasi terkait perbaikan jaringan maupun gangguan layanan. Kondisi geografis Kabupaten Balangan yang memiliki topografi beragam turut memengaruhi efektivitas distribusi air kepada pelanggan. Permasalahan kendala di lapangan tersebut menegaskan bahwa mutu pelayanan menjadi instrumen krusial yang menuntut komitmen evaluasi mendalam dari pihak manajemen demi memformulasikan sistem pelayanan yang prima sekaligus mendongkrak kepuasan penduduk secara berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, aspek mutu pelayanan menempati posisi yang amat krusial dalam mendongkrak capaian rasa puas pelanggan pada PT Air Minum Sanggam Balangan (Perseroda). Investigasi ilmiah ini dirancang guna membedah secara mendalam hubungan tingkat layanan pada pemenuhan harapan konsumen lewat instrumen SERVQUAL, yang mencakup lima indikator utama yaitu keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (.*Responsiveness)*, jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) serta Bukti Fisik (*Tangibles)*. Melalui studi ini, potret empiris terkait realisasi mutu pelayanan yang diaplikasikan oleh korporasi dapat disajikan, sekaligus mengukur seberapa besar dampaknya terhadap kepuasan penerima manfaat. Di samping itu, luaran dari riset ini diproyeksikan mampu menyumbang kontribusi substantif sebagai bahan rujukan

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

strategis bagi jajaran manajemen PT Air Minum Sanggam Balangan (Perseroda) dalam mengonsep langkah perbaikan mutu ke depan demi mewujudkan kepuasan pelanggan agar jauh lebih maksimal.

Hasil Penelitian Sebelumnya

1. Kualitas Pelayanan Berpengaruh baik serta Signifikan pada Kepuasan Pelanggan

Eksplorasi empiris yang digarap oleh (Havizah and Murjani, 2024) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan masyarakat pada Perusahaan Air Minum Tabalong Bersinar (Perseroda). Hasil penelitian tersebut ditegaskan adanya hubungan searah di mana optimalisasi standardisasi pelayanan yang disajikan korporasi berbanding lurus dengan peningkatan indeks kepuasan yang dirasakan oleh khalayak. Urgensi kualitas pelayanan ini berada pada titik krusial lantaran konsumen secara konstan membandingkan performa layanan riil di lapangan dengan ekspektasi serta pengalaman yang mereka rasakan mereka rasakan selama menggunakan layanan perusahaan.

Mengacu pada logika tiori (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988), konsep SERVQUAL mrnyatakan bahwa kualitas pelayajan terdiri daridimensi-dimensi utama, yaitu *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), dan *tangibles* (bukti fisik). Kelima dimensi tersebut memegang peranan esensial dalam merekonstruksi sudut pandang pengguna jasa atas keandalan pelayanan. Manakala pihak korporasi berhasil mengupayakan penyajian layanan yang cekatan, akurat, bersahabat, sekaligus ditunjang oleh infrastruktur penunjang yang representatif, impresi kepuasan yang mendalam secara otomatis akan terbangun pada diri konsumen. Konklusi ilmiah ini kian memperkokoh teori normatif bahwa tata kelola mutu pelayanan bertindak sebagai determinan primer yang mengendalikan tinggi rendahnya kepuasan pelanggan di sektor jasa.

2. Kontribusi Signifikan Dimensi Aspek Daya Tanggap (*Responsiveness*) pada Kepuasan Konsumen

Aspek kesigapan aparat dalam melayani bertindak sebagai salah satu pilar krusial dari konstruksi mutu pelayanan secara menyeluruh. Penelitian yang dilakukan oleh (Yaleanti and Kumala, 2025) menunjukkan bahwa daya tanggap petugas dalam mengasih jasa dan memberikan dampak besar dalammenciptakan ekspektasi konsumen. Penanganan yang cekatan ini menjadi sangat krusial, terutama ketika terjadi keluhan maupun gangguan pelayanan di lapangan

Permasalahan yang sering terjadi pada perusahaan penyedia jasa adalah lambatnya penanganan keluhan pelanggan yang menyebabkan munculnya ketidakpuasan. Dengan demikian, instansi diwajibkan agar meningkatkan kecepatan jasa serta kemampuan petugas dalam merespons kebutuhan pelanggan. Pelayanan yang responsif akan memberikan rasa nyaman dan menunjukkan bahwa perusahaan memiliki komitmen untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Semakin cepat permasalahan pelanggan ditangani, sehingga ekspektasi pelanggan sangat besar maka semakin besar pula kepuasan yang didapatkan pelanggan. Oleh sebab itu, daya tanggap termasuk bagian dari indikator vital yang mutlak dioptimalkan demi mendongkrak standardisasi penyajian jasa secara keseluruhan.

3. Determinasi Mutu Pelayanan yang Selaras dengan Ekspektasi dalam Mewujudkan Harapan

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

Pelanggan

Penelitian dilakukan oleh (Purba, Nasution and Harahap, 2023) menunjukkan bahwa impresi kepuasan konsumen akan terbangun secara optimal manakala kinerja pelayanan yang dirasakan mampu menyamai atau bahkan melampaui ekspektasi awal mereka. Secara konseptual, kepuasan pelanggan bertindak sebagai bentuk penilaian retrospektif dari pengguna jasa mengenai kualitas interaksi dan layanan pasca konsumsi produk atau jasa. Tatkala performa yang disajikan korporasi sukses mengakomodasi seluruh kebutuhan pelanggan, impresi puas secara otomatis akan terbentuk dan menstimulasi lahirnya sentimen positif terhadap perusahaan.

Menurut (Indisari, 2019, pp. 87–88) tinggi rendahnya kepuasan konsumen dikendalikan oleh sejumlah determinan esensial, yang meliputi karakteristik mutu produk, kualitas pelayanan, aspek emosional, kebijakan harga, serta efisiensi pengeluaran yang dikeluarkan pelanggan. Dalam konteks perusahaan penyedia layanan air minum, pelanggan mengharapkan kualitas air yang baik, distribusi yang lancar, pelayanan yang cepat, informasi yang jelas, serta kemudahan dalam menyampaikan keluhan. Manakala serangkaian ekspektasi mendasar tersebut berhasil direalisasikan oleh manajemen, grafik kepuasan masyarakat dipastikan bakal bergerak naik. Sebaliknya, kesenjangan antara pelayanan riil dengan harapan publik hanya akan memicu kekecewaan sistemik yang berisiko menggerus loyalitas mereka. Oleh sebab itu, akselerasi pembenahan mutu pelayanan wajib diposisikan sebagai pilar strategi krusial demi memelihara kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

METODE

Desain penelitian ini mengaplikasikan pendekatan kuantitatif yang dikombinasikan dengan metode deskriptif guna membedah arah pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan di PT Air Minum Sanggam Balangan (Perseroda). Penggunaan instrumen kuantitatif ini didasarkan pada urgensi riset untuk melakukan pengujian asosiatif antara variabel bebas (mutu pelayanan) dan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan melalui analisis data yang bersifat statistik. Menurut (Sugiyono, 2019), metode kuantitatif diartikan sebagai rumpun penelitian yang berakar pada filsafat positivisme, di mana pelaksanaannya diarahkan untuk mengamati populasi atau sampel spesifik serta membuktikan kebenaran hipotesis yang telah dirumuskan sebelumnya. Adapun lokus penelitian ini dipusatkan pada PT Air Minum Sanggam Balangan (Perseroda) yang berlokasi di Jalan A. Yani No. 31 Paringin Kota, Kabupaten Balangan.

Sasaran dalam penelitian ini adalah pelanggan aktif yang tercatat memiliki riwayat mengajukan laporan pengaduan resmi terhadap jasa pelayanan pada PT Air Minum Sanggam Balangan (Perseroda) sepanjang tahun 2025 . Populasi penelitian mencakup seluruh pelanggan aktif PT Air Minum Sanggam Balangan (Perseroda) yang tersebar di wilayah Kabupaten Balangan dengan jumlah sebanyak 777 aduan pelanggan. Populasi tersebut terdiri atas pelanggan dari berbagai wilayah pelayanan, yaitu Paringin 1, Paringin 2, Awayan, Lampihong, Halong, Juai, Batu Mandi, Paringin Selatan, dan Tebing Tinggi. Berdasarkan perspektif metodologis (Sugiyono, 2019), konsep populasi dimaknai sebagai ruang lingkup generalisasi yang menghimpun objek maupun subjek dengan spesifikasi mutu serta karakteristik tertentu, yang sengaja dipilih oleh peneliti untuk ditelaah lebih dalam sebelum akhirnya ditarik sebuah kesimpulan akhir.

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

Penentuan subjek dilakukan pendekata teknik non-probability sampling dengan metode purposive sampling. Teknik ini digunakan karena peneliti menentukan responden berdasarkan kriteria tertentu yang dianggap sesuai dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria responden dalam penelitian ini yaitu pelanggan aktif PT Air Minum Sanggam Balangan (Perseroda), berusia 20–60 tahun, berjenis gender laki-laki maupun perempuan, serta pernah memperoleh pelayanan dari perusahaan. Ukuran sampel yang dilibatkan dalam riset ini ditetapkan secara definitif sebanyak 50 pelanggan. Penetapan jumlah sampel tersebut didasarkan pada pendapat (Sugiyono, 2019) yang menegaskan bahwa batas aman paling sedikit untuk pengujian kuantitatif adalah 30 unit observasi, dengan demikian ukuran sampel sebesar 50 pelanggan dipastikan absah dan memenuhi syarat generalisasi statistik.

Instrumen pengumpulan data primer yang diimplementasikan dalam riset ini berupa kuesioner terstruktur, di mana butir-butir peryataannya dikembangkan langsung dari kisi-kisi indikator pengukur variabel yang diteliti. Kuesioner diberikan kepada responden melalui media Google Form untuk memudahkan proses penyebaran dan pengumpulan data. Konseptualisasi variabel kualitas pelayanan ditakar lewat kerangka kerja SERVQUAL rancangan (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988) yaitu memuat lima aspek utama, meliputi *reliability* (keandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empathy* (empati), serta *tangibles* (bukti fisik). Sementara itu, variabel kepuasan pelanggan diukur berdasarkan teori (Indisari, 2019, pp. 87–88) dengan indikator kualitas produk, kualitas pelayanan, emosional, harga, dan biaya. Seluruh item pernyataan dikuantifikasi memakai model skala Likert dengan rentang 5 pilihan jawaban, yang bergerak dari harkat tertinggi Sangat Setuju (skor 5), Setuju (skor 4), Netral (skor 3), Tidak Setuju (skor 2), hingga gradasi terendah Sangat Tidak Setuju (skor 1).

Tahapan pengolahan data melibatkan pemrosesan sekumpulan data numerik tersebut memakai peranti lunak SmartPLS versi 4 yang bersandar dengan metode *Structural Equation Modeling* (SEM-PLS). Pemilihan metode analisis multivariat ini didasarkan pada teori (Ghozali, 2018), dimana tahapannya mencakup pemeriksaan outer model untuk memastikan keabsahan dan keandalan alat ukur (uji validitas dan reliabilitas), disusul dengan evaluasi inner model lewat pengamatan R-Square serta uji signifikansi (uji t parsial) menggunakan teknik bootstrapping guna memverifikasi hipotesis yang diajukan secara akurat. Lebih lanjut secara teknis, dalam tahapan pengujian outer model, tingkat validitas konvergen (*convergent validity*) akan dinilai dari parameter loading factor pada tiap indikator yang idealnya harus melampaui angka 0,05. Untuk memastikan tidak ada tumpang tindih pengukuran antarvariabel, validitas diskriminan dievaluasi dengan membandingkan nilai akar kuadrat AVE dengan metrik korelasi antarvariabel laten lainnya. Sementara itu, tingkat keandalan dan konsistensi internal dari model pengukuran dibuktikan melalui perolehan koefisien *Cronbach's Alpha* beserta *Composite Reliability* yang batas minimalnya harus lebih besar dari 0,7 agar alat ukur kuesioner dapat dinyatakan reliabel, stabil, dan konsisten meskipun digunakan secara berulang pada kondisi yang berbeda. Pada akhirnya, konklusi akhir dari pengujian hipotesis melalui simulasi bootstrapping (yang melibatkan penggandaan subsampel data) akan ditarik murni berdasarkan nilai probabilitas (*p-value*) yang harus berada di bawah tingkat signifikansi standar sebesar 0,05 (alpha 5%) serta nilai metrik t-statistic yang dituntut untuk melampaui ambang batas kritis 1,96. Melalui rangkaian prosedur

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

analisis yang sistematis tersebut, investigasi ilmiah ini diproyeksikan mampu menyajikan potret kesimpulan yang presisi dan objektif terkait besaran impak kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Air Minum Sanggam Balangan (Perseroda).

PEMBAHASAN

Konklusi empiris dari rangkaian tahapan riset ini mengonfirmasi adanya kontribusi positif sekaligus signifikan yang disumbangkan oleh variabel kualitas pelayanan dalam mengondisikan tingkat kepuasan pelanggan di PT Air Minum Sanggam Balangan (Perseroda). Pembuktian ini secara langsung menyajikan jawaban atas rumusan masalah yang mengevaluasi arah hubungan kedua variabel tersebut. Berdasarkan hasil pengujian statistik, daya rincang dari model mutu pelayanan ini sanggup merefleksikan variabilitas kepuasan konsumen hingga menyentuh angka 95,5%. Persentase yang sangat dominan tersebut mengindikasikan bahwa fluktuasi indeks kepuasan konsumen mayoritas dikendalikan oleh mutu pelayanan nyata yang mereka peroleh. Atas dasar itu, berlakulah hukum linieritas di mana pembenahan performa pelayanan korporasi secara otomatis akan memicu lonjakan kepuasan di pihak konsumen.

Temuan tersebut terlihat dari hasil deskripsi variabel kualitas pelayanan yang menunjukkan bahwa mayoritas responden pada gradasi “Sangat Setuju” serta “Setuju” untuk keseluruhan item instrumen pengukur. Menilik indikator keandalan (*reliability*), khalayak pengguna jasa memandang bahwa aparatur korporasi telah mengupayakan penyajian layanan operasional yang presisi dan tepat waktu sesuai dengan maklumat pelayanan. Fakta objektif tersebut mencerminkan bahwa manajemen senantiasa menjaga stabilitas standar operasional prosedur demi mengeliminasi kesenjangan antara realitas dengan ekspektasi konsumen. Pada dasarnya, keandalan memegang peranan krusial dalam domain pelayanan publik sebab menjadi fondasi bagi organisasi untuk menyajikan kinerja yang akurat, terukur, dan kredibel. Manakala pemenuhan layanan yang stabil ini berhasil dirasakan oleh publik, implikasinya akan bermuara pada penguatan ikatan emosional berupa loyalitas dan kepuasan yang mendalam.

Pada dimensi daya tanggap (*responsiveness*), hasil penelitian menunjukkan bahwa pelanggan menilai petugas cukup cepat dalam menangani keluhan maupun gangguan distribusi air. Tingginya penilaian responden pada indikator ini mengindikasikan bahwa kemampuan perusahaan dalam merespons kebutuhan konsumen suatu faktor yang berdampak terhadap peningkatan kepuasan. Dalam konteks pelayanan air minum, kecepatan penanganan keluhan memiliki arti penting karena gangguan distribusi air dapat secara langsung memengaruhi aktivitas masyarakat sehari-hari. Oleh karena itu, semakin cepat perusahaan merespons permasalahan yang dialami pelanggan, maka semakin besar peluang terciptanya kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan.

Selanjutnya, data empiris juga membuktikan keterlibatan dimensi jaminan (*assurance*) memberikan kontribusi positif kepada kepuasan para pengguna jasa. Sebagian besar responden merasa aman dan percaya ketika berinteraksi dengan petugas perusahaan. Kondisi mempertegas bahwa kapabilitas profesional, penguasaan materi, serta kemampuan petugas dalam memberikan informasi telah mampu menumbuhkan rasa percaya pelanggan pada instansi. Parameter kepercayaan ini menduduki posisi sentral guna memelihara jalinan kemitraan jangka panjang

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

antara korporasi dengan basis pelanggannya. Kondisi psikologis konsumen yang merasa teryakinkan oleh kompetensi internal petugas pada akhirnya akan mendorong mereka untuk memberikan atribusi penilaian yang jauh lebih positif terhadap citra mutu pelayanan korporasi secara keseluruhan.

Selanjutnya, dimensi empati (*empathy*) juga mendulang akumulasi persepsi yang positif dari para pelanggan. Mayoritas pelanggan menilai kalau petugas memberikan perhatian sangat tulus terhadap setiap keluhan dan kebutuhan pelanggan. Sikap empati yang ditunjukkan petugas mencerminkan adanya kepedulian perusahaan terhadap pelanggan sebagai pengguna layanan. Dalam pelayanan publik, empati menjadi salah satu unsur menduduki posisi krusial lantaran masyarakat tidak hanya mengharapkan menuntaskan masalah, melainkan menginginkan perlakuan seperti ramah, sopan, dan menghargai kebutuhan mereka. Ketika pelanggan merasa diperhatikan, maka persepsi positif terhadap perusahaan akan meningkat dan berpengaruh terhadap tingkat kepuasan yang dirasakan.

Dimensi bukti fisik (*tangibles*) juga menunjukkan hasil yang baik. Pelanggan menilai bahwa fasilitas kantor pelayanan, ruang tunggu, serta penampilan petugas telah memenuhi standar yang diharapkan. Kondisi fisik yang nyaman dan representatif memberikan kesan profesional kepada pelanggan sehingga dapat meningkatkan persepsi terhadap kualitas pelayanan. Meskipun pelayanan air minum lebih banyak berkaitan dengan jasa, keberadaan fasilitas fisik tetap memiliki peran penting dalam membentuk pengalaman pelanggan saat berinteraksi dengan perusahaan.

Pada variabel kepuasan pelanggan, konklusi emperis mengindikasikan bahwa mayoritas responden mengekspresikan rasa puas tinggkat air yang diterima, pelayanan yang kasih petugas, kemudahan pembayaran, serta kesesuaian biaya yang dibayarkan dengan manfaat yang diperoleh. Tingginya tingkat kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan PT Air Minum Sanggam Balangan secara umum telah mampu memenuhi harapan masyarakat sebagai pengguna layanan. Kepuasan tersebut tercermin dari adanya rasa bangga menjadi pelanggan perusahaan serta keyakinan bahwa perusahaan mampu menyediakan layanan air bersih yang berkualitas bagi masyarakat Kabupaten Balangan.

Table 1. Hasil Uji Hipotesis Jalur (*Inner Model*)

	Sampel Asli (O)	**Rata-rata Sampel (M)**	**Standar Deviasi (STDEV)**	**T Statistik (| O/STDEV |)**	**P Values**
Kualitas Pelayanan –> Kepuasan Pelanggan	0.978	0.976	0.013	75.160	0.000

Sumber : Pengolahan data oleh peneliti dengan Smart PLS 4, 2026

Merujuk pada paparan Table 1. diatas, data bersih dalam model struktural, hasil penelitian

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

ini secara eksplisit menjawab rumusan masalah dengan menegaskan bahwa kualitas pelayanan memberikan dampak yang positif setra sangat signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT Air Minum Sanggam Balangan (Perseroda). Kesimpulan ini ditarik dari perolehan nilai T-Statistic sebesar 75.160 yang jauh melampaui standar kritis 1,96, serta angka P-Value (0,000) yang berada di bawah taraf signifikansi 0,05. Di samping itu, nilai R-Square menunjukkan angka 0,955 , yang bermakna bahwa tingkat kepuasan konsumen dalam menggunakan jasa ini sebesar 95,5% dikendalikan langsung oleh persepsi mereka terhadap mutu pelayanan, sedangkan 4,5% sisanya bergantung pada faktor eksternal di luar batasan studi ini.

Proses perolehan temuan ini didasarkan pada pengumpulan data lapangan yang terukur dari 50 responden pelanggan aktif di wilayah Kabupaten Balangan. Evaluasi data dilakukan memanfaatkan metode *Structural Equation Modeling-Partial Least Square* (SEM-PLS) melalui aplikasi SmartPLS 4. Sebelum bermuara pada pengujian hipotesis akhir, seluruh instrumen kuesioner telah dipastikan keandalannya karena sukses melewati ambang batas uji validitas konvergen (nilai factor loading 0,812–0,989 dan AVE > 0,50), validitas diskriminan melalui *cross loading* serta *Fornell-Larcker*, hingga uji konsistensi internal (*Composite Reliability* dan *Cronbach's Alpha* > 0,70). Serangkaian uji prasyarat ini menjamin bahwa kesimpulan akhir yang dihasilkan benar-benar akurat dan mencerminkan penilaian aktual konsumen.

Konklusi riset ini selaras dengan postulat SERVQUAL (*Service Quality*) dengan diintroduksi logika teori (Parasuraman, Zeithaml and Berry, 1988) di mana ditegaskan bahwa standardisasi mutu pelayanan ditopang oleh lima pilar dimensi utama, meliputi keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (.*Responsiveness*), jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) serta Bukti Fisik (*Tangibles*). Teori tersebut menjelaskan menerangkan bahwa impresi kepuasan khalayak akan terwujud manakala kinerja layanan riil yang diperoleh mampu menyamai atau bahkan melebihi ekspektasi pelanggan. Makin kecil kesenjangan antara harapan pelanggan dengan performa pelayanan yang diterima di lapangan, maka derajat kepuasan yang terbangun akan semakin tinggi. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa semua dimensi mutu pelayanan tersebut secara nyata memberikan sumbangsih positif bagi pencapaian kepuasan pelanggan pada PT Air Minum Sanggam Balangan (Perseroda).

Selain itu, temuan riset ini turut memperkokoh konstruksi teori asumsi kpelanggan yang diformulasikan dari (Kotler, 2006, p. 177) yang memosisikan kepuasan sebagai bentuk afirmasi psikologis berupa rasa senang atau kecewa yang dialami seseorang usai menyandingkan antara ekspektasi personal dengan realitas kinerja yang diperolehnya. Apabila pelayanan yang diterima sesuai atau melebihi harapan, maka pelanggan akan merasa puas. Sebaliknya, apabila pelayanan yang diterima berada di bawah harapan, maka pelanggan akan merasa tidak puas. Dalam penelitian ini, tingginya penilaian pelanggan terhadap kualitas pelayanan menunjukkan bahwa perusahaan telah mampu memenuhi sebagian besar harapan pelanggan yang menimbulkan hasil ekspektasi pengguna jasa yang sangat besar.

Di samping oleh teori, konklusi empiris dalam studi ini juga mengonfirmasi keselarasan dengan hasil investigasi terdahulu yang digarap oleh (Havizah and Murjani, 2024). Di mana dalam kajian tersebut ditemukan fakta bahwa dimensi mutu pelayanan memberikan kontribusi signifikan bagi kepuasan kolektif masyarakat pada institusi penyedia air bersih. Adanya koherensi temuan

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan bertindak sebagai determinan yang bersifat konsisten dalam mengendalikan tingkat ekspektasi konsumen di sektor industri penyediaan air minum. Alhasil, luaran dari riset ini kian memperkokoh basis argumentasi ilmiah bahwa upaya akselerasi mutu pelayanan bertindak sebagai instrumen taktis yang andal demi kepuasan pelanggan.

Berdasarkan komprehensif, rangkaian analisis dalam riset ini membuktikan oleh pengelolaan tata kelola mutu pelayanan memiliki peran amat vital dalam mengondisikan asumsi pelanggan pada PT Air Minum Sanggam Balangan (Perseroda). Keandalan pelayanan, kecepatan respon petugas, jaminan pelayanan, empati terhadap pelanggan, serta dukungan fasilitas yang memadai terbukti mampu meningkatkan pendapat positif dari konsumen terhadap penyedia jasa. Dengan demikian, PT Air Minum Sanggam Balangan (Perseroda) perlu terus memelihara sekaligus mengevaluasi standardisasi pelayanan mutlak dipertahankan. Langkah preventif ini diperlukan demi menggaransi stabilitas indeks kepuasan konsumen, memupuk iklim kepercayaan publik di Kabupaten Balangan dapat terus berkembang secara optimal.

SIMPULAN

Mengacu pada akumulasi hasil analisis serta visualisasi pembahasan mengenai Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan pada PT Air Minum Sanggam Balangan (Perseroda), dapat beberapa konklusi teoretis dan praktis dapat dirumuskan meliputi:

1. Kualitas mutu pelayanan terbukti memberikan dampak yang positif serta signifikan dalam mengondisikan ekspektasi konsumen pada PT Air Minum Sanggam Balangan (Perseroda). Berdasarkan temuan empiris, konstribusi variabel kualitas pelayanan sanggup menerangkan variabilitas kepuasan konsumen hingga menyentuh angka 95,5%, sementara selisihnya yaitu sebesar 4,5% dikendalikan oleh determinan eksternal lain yang tidak diikutsertakan ke dalam model penelitian ini. Berpijak pada kalkulasi tersebut, dugaan awal atau hipotesis kerja yang mengasumsikan adanya keterkaitan searah antara mutu pelayanan dengan kepuasan pelanggan secara resmi dinyatakan diterima.
2. Dimensi kualitas pelayanan yang terdiri atas keandalan (*Reliability*), Daya Tanggap (.*Responsiveness)*, jaminan (*Assurance*), Empati (*Empathy*) serta Bukti Fisik (*Tangibles)*. terbukti menjadi faktor unsur utama meningkatkan ekspektasi konsumen. Pelayanan yang taktis, tepat, solutif, memberikan rasa aman, serta didukung fasilitas pelayanan yang memadai mengonstruksi impresi positif pada diri masyarakat, yang pada gilirannya mengakselerasi tingkat kepuasan mereka atas totalitas performa jasa dikasih diberikan perusahaan.
3. Kualitas pelayanan tidak hanya berfungsi sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan air bersih masyarakat, tetapi juga menjadi instrumen strategis dalam membangun kepercayaan serta kesetiaan konsumen. Eksistensi kelancaran dan keandalan mutu pelayanan yang diupayakan oleh PT Air Minum Sanggam Balangan (Perseroda), maka semakin tinggi pula kepuasan yang dirasakan pelanggan. Dengan demikian, peningkatan pembenahan mutu

ISSN : 3063-6914
Vol. 3, No. 1, 2026

pelayanan secara berkelanjutan perlu terus dilakukan sebagai upaya memperkokoh reputasi institusi sebagai entitas pelayan publik yang berintegritas, profesional, serta berorientasi pada kebutuhan masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Akhyar (2023) 'Kualitas Pelayanan Publik: Suatu Tinjauan Mengenai Kepuasan Masyarakat', *Jurnal Penkomi*, 6(2), pp. 103–113.

Ghozali, I. (2018) *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 9th edn. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Havizah, N. and Murjani (2024) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat Di Perusahaan Air Minum (Perseroda)', *JAPB*, 7(2), pp. 1223–1238.

Indisari, M. (2019) *Pemasaran Dan Kepuasan Pelanggan*. Surabaya.

Kotler, P. (2006) *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: P.T Indeks Granmedia.

Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1988) 'SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality', *Journal of Retailing*, 64(1), pp. 12–40.

Pramuditha, R. (2021) 'Aspek Terpenting Kualitas Layanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan : Sebuah Studi Empiris Pada Layanan E-KTP Kecamatan Bogor Barat', *JPRO*, 2(1), pp. 83–102.

Purba, M., Nasution, A.P. and Harahap, A. (2023) 'Pengaruh Kualitas Pelayanan , Kualitas Produk dan Reputasi Perusahaan terhadap Kepuasan Konsumen dengan Kepercayaan sebagai Variabel Moderasi', *Remik: Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*, 7(April), pp. 1091–1107.

Simanjuntak, S., Zai, E.O. and Tampubolon, M.H. (2021) 'Analisa Kebutuhan Air Bersih di Kota Medan Sumatera Utara', *Jurnal Visi Eksakta (JVIEKS)*, 2(2), pp. 186–204.

Sugiyono (2019) *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Yaleanti, A.S. and Kumala, D. (2025) 'Nilai dan Kepuasan Pelanggan: Urgensi dan Manfaatnya Bagi Perusahaan', *Dynamic: Jurnal Inovasi Dan Dinamika Ekonomi*, 1(1), pp. 29–35.