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

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. KARIAS CONNECT VISION DI AMUNTAI

Ahmat Sapri Yani, Eka Santi Agustina
Program Studi Administrasi Bisnis
Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai
Email: sapriyaniahmat984@gmail.com

ABSTRAK

PT. Karias Connect Vision senantiasa menempatkan kualitas pelayanan sebagai pilar utama dalam menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan setianya. Hal ini diwujudkan melalui penyediaan infrastruktur jaringan yang stabil guna memastikan kualitas siaran televisi yang jernih dan bebas gangguan teknis bagi seluruh pengguna. Selain aspek teknis, perusahaan juga menekankan pada responsivitas layanan pelanggan, di mana setiap keluhan maupun kebutuhan instalasi ditangani secara cepat dan profesional oleh teknisi yang ahli dalam bidangnya. Tujuan penelitian ini Untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Karias Connect Vision Di Amuntai. Penelitian ini menerapkan teknik kuantitatif dengan merancang penelitian yang bersifat deskriptif kuantitatif. Prosedur pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini yaitu *non-probabilitas* dengan cara *purposive sampling* yang dimana populasi yang digunakan sebanyak 2.205 pelanggan aktif yang kemudian di tarik menjadi sampel yang diambil yaitu sebanyak 100 responden. Skala yang digunakan adalah Skala Likert, Berdasarkan hasil penelitian mengunakan Teknik pengolahan data menanfaatkan pendekatan *Structural Equation Modeling–Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan dukungan aplikasi SmartPLS 4, Diketahui dari Perhitungan uji T di mana perhitungan nilai T hitung jauh lebih besar dibandingkan nilai T tabel, Dengan demikian, bisa dipastikan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. pada PT. Karias Connect Vision. Nilai R2 (*R-squared*) atau koefisien determinasi sebesar 72%, menunjukkan dampak substansial kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Karias Connect Vision di Amuntai. sedangkan 28% sisanya dipengaruhi dari variabel lainnya yang tidak di masukkan pada penelitian ini.

Kata Kunci: Pengaruh, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

PT. Karias Connect Vision prioritizes service quality as a cornerstone for maintaining the trust and satisfaction of its loyal customers. This commitment is realized through the provision of stable network infrastructure, ensuring clear, uninterrupted television broadcast quality for all users. Beyond technical aspects, the company emphasizes responsive customer service, ensuring that complaints and installation requests are handled swiftly and professionally by expert technicians. The objective of this study is to determine the impact of service quality on customer satisfaction at PT. Karias Connect Vision in Amuntai. The study employs a quantitative approach with a descriptive-quantitative research design. A non-probability sampling method—specifically purposive sampling—was used; from a population of 2,205 active customers, a sample of 100 respondents was selected. A Likert scale was utilized for measurement. Data analysis was conducted using the Structural Equation Modeling–Partial Least Square (SEM-PLS) approach supported by SmartPLS 4 software. T-test results revealed that the calculated T-value significantly exceeded the T-table value, confirming that service quality has a positive and significant impact on customer satisfaction at PT. Karias Connect Vision. The R-squared (R^2) value of 72% indicates a substantial impact of service quality on customer satisfaction at PT. Karias Connect Vision in Amuntai, while the remaining 28% is attributed to variables not included in this study.

Keywords: *Influence, Service Quality, Customer Satisfaction*

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

PENDAHULUAN

Berkat kemajuan teknologi yang cepat, orang dapat dengan gampang mendapatkan dan mendistribusikan pengetahuan. Seiring waktu, minat orang lebih kepada hiburan yang memanfaatkan teknologi modern dibandingkan mencari informasi dari berbagai sumber yang ada. (Nim et al., 2019)

Salah satunya media audiovisual yang paling diminati dan digunakan saat ini adalah televisi. Layanan penyiaran televisi yang dapat menyediakan program yang menarik dan berkualitas tinggi sangat diperlukan untuk mengakses konten yang menarik. Layanan TV berbayar (berlangganan) adalah salah satunya layanan yang banyak diminati dan digunakan saat ini. Berbagai macam saluran dalam negeri dan luar negeri yang menarik dan seru dengan vidio dan audio terbaik dapat ditayangkan melalui layanan TV berbayar (berlangganan). Akibatnya, penyiar TV berbayar mempunyai potensi pasar yang sangat luas untuk menarik pemirsa ke layanan TV berbayar (berlangganan) mereka. (Nim et al., 2019)

Televisi berlangganan adalah sebuah jasa penyiaran saluran televisi yang dilakukan khusus untuk pemirsa yang bersedia membayar (berlangganan) secara berkala. Jasa ini biasanya disediakan dengan menggunakan sistem digital ataupun analog melalui media satelit, jaringan terestrial, dan kabel. Saat ini sistem penyiaran dengan digital adalah yang paling lazim digunakan. (Serikat et al., 1994).

Seiring dengan cepatnya perkembangan zaman yang menunjukkan kemajuan teknologi saat ini, TV berlangganan (TV Cable) adalah salah satu hasil dari kemajuan tersebut untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang mulai merasa jenuh dengan acara TV lokal yang banyak iklannya. Hal ini terbukti bahwa dengan adanya TV berlangganan (TV Cable), orang-orang sangat terbantu untuk mendapatkan hiburan, informasi, dan juga memperluas pengetahuan. TV berlangganan (TV Cable) adalah layanan penyiaran saluran TV yang ditujukan secara khusus untuk pemirsa yang bersedia membayar (berlangganan) secara rutin. Layanan ini biasanya tersedia dengan menggunakan sistem digital atau analog melalui media satelit. Saat ini, sistem penyiaran digital adalah yang paling umum dipakai. Dengan begitu, masyarakat bisa memanfaatkan layanan ini dan menggunakan TV berlangganan (TV Cable) sebagai sarana untuk mendapatkan pengetahuan yang lebih luas. (Putu, 2005).

Kondisi lainnya adalah perkembangan teknologi informasi yang semakin pesat saat ini, mengakibatkan penonton menginginkan variasi informasi dari luar negeri baik dalam bentuk berita maupun hiburan. Kebutuhan terhadap informasi yang lebih beragam dalam konteks ini adalah program dari saluran TV asing, sehingga memberikan lebih banyak pilihan tayangan TV kepada para penontonnya. (Haris dkk, 2008).

PT. Karias Connect Vision hadir di Amuntai sebagai solusi utama bagi kebutuhan hiburan dan informasi masyarakat melalui layanan penyiaran yang inovatif. Dalam perjalanannya, perusahaan ini telah berperan aktif mengelola transmisi siaran TV analog atau sering kita sebut TV Kabel yang selama ini menemani warga, sekaligus memimpin langkah transformasi menuju era siaran TV digital yang menawarkan kualitas gambar lebih tajam dan suara yang jauh lebih jernih. Selain itu, PT. Karias Connect Vision juga memiliki Stasion Televisi yang dinamakan KARIASTV, yang dimana Kariastv ini menyiarkan berbagai Siaran yang disukai masyarakat

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

Amuntai terutama kegiatan realigi dan siaran hiburan lainnya. Dengan infrastruktur yang terus dikembangkan di wilayah Hulu Sungai Utara, kehadiran PT. Karias Connect Vision memastikan bahwa seluruh lapisan masyarakat Amuntai dapat menikmati akses komunikasi yang stabil, modern, dan merata, sejalan dengan program digitalisasi penyiaran nasional, serta kualitas Pelayanan yang menjadi pondasi utama untuk menjadikan kepuasan pelanggan pada Tv perbayar di Amuntai ini.

Pada dasarnya PT. Karias Connect Vision senantiasa menempatkan kualitas pelayanan sebagai pilar utama dalam menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan setianya. Hal ini diwujudkan melalui penyediaan infrastruktur jaringan yang stabil guna memastikan kualitas siaran televisi yang jernih dan bebas gangguan teknis bagi seluruh pengguna. Selain aspek teknis, perusahaan juga menekankan pada responsivitas layanan pelanggan, di mana setiap keluhan maupun kebutuhan instalasi ditangani secara cepat dan profesional oleh teknisi yang ahli dalam bidangnya. Dengan mengintegrasikan keandalan konten siaran dan kemudahan akses bantuan komunikasi, PT. Karias Connect Vision berkomitmen untuk memberikan pengalaman menonton yang unggul dan bernilai tambah bagi masyarakat.

Kualitas Pelayanan yang baik diharapkan dapat membuat dan menciptakan kepuasan pelanggan. Kotler dalam Atmaja (2018) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja produk yang dirasakan dengan kinerja yang diharapkan. Dengan demikian, kepuasan pelanggan sangat ditentukan dari kesesuaian melalui harapan pelanggan dan juga layanan saat diterima ketika berinteraksi dengan perusahaan, termasuk melalui layanan PT. Karias Connect Vision Di Amuntai.

Fenomena yang saat ini berkembang di PT. Karias Connect Vision menunjukkan adanya dinamika pada tingkat kepuasan pelanggan yang sangat bergantung pada stabilitas teknis dan responsivitas tim lapangan. Masalah utama yang sering muncul adalah gangguan siaran, di mana pelanggan kerap mengeluhkan penurunan kualitas gambar atau hilangnya sinyal dan gambar secara tiba-tiba, terutama saat terjadi perubahan cuaca ekstrem. Kondisi ini diperparah dengan kelambatan durasi penanganan gangguan (*response time*), pelanggan sering sekali harus menunggu waktu yang sangat lama bagi teknisi untuk datang melakukan perbaikan setelah laporan kerusakan disampaikan.

Selain kendala teknis, munculnya masalah pada aspek komunikasi dan empati staf layanan. Terdapat di mana penyampaian informasi mengenai jadwal pemeliharaan jaringan atau perubahan paket siaran tidak terdistribusi secara merata kepada seluruh pelanggan, sehingga menimbulkan kebingungan dan keluhan pada saat proses penagihan. Masalah koordinasi antara tim administrasi dan tim teknisi di lapangan juga kerap menghambat efektivitas layanan, yang secara tidak langsung berdampak pada menurunnya kepercayaan konsumen.

Hasil Penelitian Sebelumnya

Penelitian Oleh Rahman, Arif Budiman, Saidah Hasbiyah dari Program Studi Administrasi Publik Sekolah Tinggi Ilmu Administrasi Amuntai (2024) yang Berjudu Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pos Reguler Pada Kantor Pos Amuntai Kc 71400 Kabupaten Hulu Sungai Utaral. Penelitian ini bertujuan untuk menentukan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Pos Amuntai KC 71400 Kabupaten Hulu Sungai Utara. Kantor Pos Amuntai, KC 71400, menjadi subjek penelitian ini karena dianggap

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

memiliki kepuasan pelanggan yang kurang memuaskan. Menurut pengamatan awal, terdapat sejumlah masalah signifikan, seperti persaingan ketat antar jasa pengiriman yang menawarkan waktu pengiriman lebih cepat daripada Pos Indonesia, dan layanan pelanggan yang tidak memadai karena hanya ada satu orang yang melayani rata-rata dua puluh lima pelanggan setiap hari. Akibatnya, pelanggan harus menunggu lama. Selain itu, terdapat keluhan tentang keterlambatan pengiriman paket. Pos Paket Jumbo, Pos Paket *Reguler*, Pos Paket *Ekspres*, dan Pos Paket *Ekspres* Khusus termasuk di antara layanan paket yang disediakan oleh Pos Indonesia. Namun, baik paket ekspres maupun paket biasa sering mengalami keterlambatan, sebagian besar karena pemeriksaan bea cukai atau kesulitan mencapai lokasi tertentu. Kepuasan pelanggan dan reputasi perusahaan menderita akibat keterlambatan ini. Peneliti ini menjelaskan yang dimana kualitas pelayanan ditemukan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai Thitung sebesar 16,506 > Ttabel 1,985, maka Ha diterima (H0 ditolak) dan dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Kantor Pos Amuntai KC 71400 Kabupaten Hulu Sungai Utara diwakili oleh nilai R2 (R-squared) atau koefisien determinasi sebesar 0,735 atau 73,5%. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap variabel kepuasan pelanggan di Kantor Pos Amuntai KC 71400 Kabupaten Hulu Sungai Utara adalah sebesar 73,5% sedangkan sisanya sebesar 26,5% dipengaruhi dan dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini.

Penelitian Oleh M. Sholehuddin dari Universitas Nahdlatul Ulama Pasuruan Pasuruan, Indonesia (2024) yang Berjudul Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Numbasmart di Kabupaten Pasuruan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Numbasmart di Kabupaten Pasuruan. Bisnis dapat memperoleh sejumlah keuntungan dengan mencapainya tingkat kepuasan pelanggan yang cukup tinggi, termasuk penurunan sensitivitas harga, peningkatan loyalitas pelanggan, penurunan biaya kegagalan pemasaran, penurunan biaya operasional terkait dengan pertumbuhan jumlah pelanggan, dan peningkatan efektivitas (Fornell dalam Anasrulloh, 2017). Toko Numbasmart di Kabupaten Pasuruan adalah salah satu contoh bisnis yang telah mempraktikkan ide kepuasan pelanggan. Selain berfokus pada ketersediaan produk, Numbasmart, toko yang menjual berbagai macam barang, juga bertujuan untuk membuat pengalaman berbelanja pelanggan menyenangkan melalui sejumlah inisiatif, termasuk pelatihan karyawan, fasilitas yang lengkap, dan implementasi program loyalitas pelanggan. Karyawan di Numbasmart menerima pelatihan ekstensif yang memungkinkan mereka untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan dengan bagus, meningkatkan kepuasan pelanggan, dan juga mendorong bisnis berulang. Akibatnya, Kirim masukan Bisnis mampu mempertahankan keberadaannya di dalam organisasi sekaligus menjaga dan meningkatkan pendapatan (Putri & Irawanto, 2013). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan di Numbasmasrt, Kabupaten Pasuruan, dipengaruhi secara positif oleh kualitas pelayanan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi secara signifikan oleh kualitas pelayanan. Hal ini didasarkan pada hasil dari nilai thitung sebesar 8.748 sedangkan ttabel sebesar 2.052 dengan nilai sig 0,000 lebih rendah dari 0,05. Dengan perolehan thitung lebih tinggi dari ttabel (8.748 > 1,991). Sedangkan pada uji koefisien determinasi menunjukkan nilai R square sebesar 0.732 atau 73.2% yang menunjukkan variabel kualitas pelayanan berpengaruh sebesar 73.2% dan 26.8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar model regresi.

Hasil peneliti ini juga sejalan dengan hasil peneliti oleh Resa Aprianti, Dewi Maharani, I Nyoman Sutamadari dari Universitas Samawa, Sumbawa Besar, (2022) yang Berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) (Studi Pada Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Sumbawa Besar)". Satu-satunya pemasok listrik di Indonesia

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

adalah PT. PLN (Persero), sebuah perusahaan BUMN menawarkan layanan kepada konsumen dan masyarakat umum. Akibat kenaikan upah di masyarakat industri kontemporer, terjadi peningkatan signifikan dalam permintaan energi, terutama untuk industri, yang disertai dengan peningkatan kepuasan masyarakat. Sebagai bagian dari operasinya, PT. PLN (Persero) memiliki departemen layanan pelanggan, petugas meyediakan layanan yang diperlukan setiap pelanggan. Untuk mengidentifikasi dan merancang rencana yang lebih bagus lagi untuk ke depannya, PT.PLN lebih meningkatkan kualitas layanan agar sesuai harapan dan keinginan pelanggan serta mengurangi permasalahan, maka perlu dilakukan pengukuran kepuasan masyarakat terhadap layanan yang ditawarkan PT. PLN (persero). Berbagai elemen, seperti nilai-nilai perusahaan, aktivitas penjualan, kualitas produk, dan layanan, dapat memengaruhi kebahagiaan pelanggan. Yang dimana di jelaskan dalam penelitian ini kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan layanan PT.PLN (Persero). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas layanan, yang mencakup aspek keandalan (x1), responsif (x2), jaminan (x3), empati (x4), dan penampilan fisik (x5). Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Sumbawa Besar (UP3), secara sebagian dan bersamaan. Kualitas layanan memiliki pengaruh sebesar 61,2%, sementara yang tersisa dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terlibat dalam studi ini.

METODE

Lokasi penelitian ini bertempatan di PT. Karias Connect Vision Jalan. Abdul Azis RT.02 No.30 Desa Sungai Karias, Kacamatan Amuntai Tengah, Kabupaten Hulu Sungai Utara, Provinsi Kalimantan Selatan.

Penelitian ini menjelaskan bagaimana berbagai variabel saling berinteraksi dan mempengaruhi. Dengan metode kuantitatif, data yang dipakai untuk menganalisis keterkaitan antar variabel disampaikan dalam bentuk angka. Studi atau penelitian ini berfokoskan terarah dan mebatasi masalah pada "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Karias Connect Vision Di Amuntai". Jenis penelitian yang dipakai adalah penelitian kuantitatif. Berdasarkan pendapat (Sugiyono, 2015) pendekatan kuantitatif merupakan cara yang berlandasan pada filosofi positivisme, dipakai untuk menyelidiki pada populasi ataupun sempel tertentu, dengan mengambil sampel secara acak, serta pengumpulan informasi, data memakai instrumen penelitian. Selanjutnya, analisis data dilakukan dengan cara kuantitatif atau statistik bertujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditentukan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis *regresi linier* sederhana karena terdapat hanya satu variabel Independen. Variabel yang berperan mempengaruhi disebut variabel indenpenden, sedangkan variabel yang terpengaruh disebut variabel dependen. Dalam kajian ini, variabel indenpenden yaitu Kualitas Pelayanan (X), sedangkan variabel dependen yaitu Kepuasan pelanggan (Y).

Penelitian ini menerapkan teknik kuantitatif dengan merancang penelitian yang bersifat deskriptif kuantitatif. Sebab sifatnya yang kuantitatif, penelitian tersebut menganalisis dan mendeskripsikan fakta, peristiwa, atau kondisi menggunakan data numerik tanpa mengubah atau memodifikasi faktor-faktor yang diteliti. Penelitian deskriptif kuantitatif didefinisikan oleh Paramita, Rizal, dan Sulistyan (2021) sebagai penelitian yang menggunakan langkah-langkah pendekatan kuantitatif untuk memecahkan masalah dan mengumpulkan pengetahuan yang lebih komprehensif tentang suatu fenomena. (Waruwu et al, 2025).

Teknik pengolahan data dalam penelitian tersebut menanfaatkan pendekatan *Structural Equation Modeling–Partial Least Square* (SEM-PLS) dengan dukungan aplikasi SmartPLS. Proses analisis bertujuan untuk menguji hubungan antara variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan. Langkah-langkah analisis mencakup penilaian model pengukuran (*outer*

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

model) untuk memeriksa keabsahan dan konsistensi, serta penilaian model struktural (*inner model*) untuk menguji keterkaitan antar variabel.

Berdasarkan pendapat Sugiyono (2015:80) populasi/penduduk adalah area umum yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki kualitas dan karakteristik tertentu yang tentukan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpuan. Populasi/penduduk pada peneliti tersebut secara spesifik yaitu semua pelanggan PT. Karias Connect Vision yang pernah melakukan transaksi atau melapor keluhan kerusakan siaran ke PT. karias connect Vision serta sebagai pelanggan aktif pada PT. Karias Connect Vision.

Diketahui populasi pelanggan PT. Karias Connect Vision dari tahun 2024 - 2025, dapat dilihat pada tabel yang dibuat di bawah tersebut:

Tabel 1
Data Pelanggan PT. Karias Connect Vision

TAHUN	PELANGGAN
2024	3.130
2025	2.205

Sumber: Dari Perusahaan PT. Karias Connect Vision

Dilihat dari tabel 1 bahwa pelanggan PT. Karias Connect Vision pada tahun 2024 mempunyai 3.130 pelanggan aktif, sedangkan di tahun 2025 mempunyai 2.205 pelanggan aktif. Menurut Sugiyono (2015:81), Sampel merupakan bagian dari total dan karakteristik atau sifat yang dimiliki oleh Populasi/penduduk itu. Prosedur pengambilan sampel yang dipakai dalam penelitian ini ialah *non-probabilitas* dengan cara *purposive sampling*.

Dimana peneliti membagikan daftar pertanyaan atau kuesioner kepada setiap pelanggan aktif yang ditemuai dengan syarat - syarat sebagai berikut:

1. Responden adalah pelanggan PT. karias connect Vision.
2. Berumur kisaran 23-60 tahun.
3. Jenis kelamin, yaitu perempuan dan laki-laki

Dari data pelanggan di tahun 2025 mempunyai 2.205 pelanggan aktif, Ukuran sampel akan di tentukan berdasarkan rumus dari slovin sebanyak 100 responden yang akan dijadikan dalam penelitian tersebut.

Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan adalah kuesioner yang disusun berdasarkan indikator-indikator dari variabel yang diteliti. Indikator-indikator tersebut dirinci dalam bentuk butir-butir pertanyaan yang disusun dalam angket dan kemudian dibagikan kepada responden. Setiap responden diminta untuk memberikan skor pada setiap butir pertanyaan dengan memilih salah satu dari empat pilihan yang tersedia.

Untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini, peneliti menerapkan metode pengumpulan data dengan Kuesioner, berdasarkan pendapat Sugiyono (2015:142). "Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya." Kuesioner ini terdiri dari beberapa pertanyaan bertujuan untuk mengukur bagaimana pendapat pelanggan tentang beberapa faktor yang relevan dan berkaitan dengan penelitian ini. Kuesioner kepuasan pelanggan digunakan untuk mengidentifikasi kekuatan dan juga kelemahan perusahaan serta untuk mendapatkan wawasan penting tentang tingkat kepuasan konsumen terhadap suatu layanan atau produk. Instrumen utama untuk mengumpulkan informasi dari sampel *klien* adalah kuesioner. Skala *Likert* dengan empat pilihan jawaban dan angka berbobot digunakan dalam penelitian tersebut.

Teknik pengolahan data dalam penelitian tersebut menanfaatkan pendekatan *Structural Equation Modeling–Partial Least Square* (*SEM-PLS*) dengan dukungan aplikasi SmartPLS.

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

digunakan sebagai cara untuk menganalisis data pada penelitian ini. Tujuan analisis adalah untuk melihat bagaimana karakteristik kepuasan pelanggan dan kualitas layanan saling berhubungan. Untuk menguji *validitas (keakuratan)* dan *reliabilitas (konsistensi*), model pengukuran (*Outer model*) dievaluasi. Untuk melihat hubungan antar variabel, model struktural (*inner model*) dievaluasi. berdasarkan pendapat Sugiyono (2019), analisis data dalam penelitian kuantitatif adalah kegiatan yang dilakukan setelah data dari semua responden terkumpul yang kemudian diolah dan dianalisis menggunakan teknik statistik sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan.

Untuk mengetahui pengaruh pada tiap – tiap variabel independen terhadap variabel dependen secara terpisah, dilakukan uji parsial (uji-T). Imam Ghozali (2018) menyatakan bahwa pentingnya pengaruh ini diuji menggunakan uji-T. Metode atau teknik SEM-PLS diterapkan dalam penelitian tersebut untuk melakukan pengujian dengan *bootstrappin*g dengan memberhatikan dan melihat *t-statistic* dan *p-value*. apabila nilai *p-value* < 0,05 atau *t-statistic* > 1,96, maka variabel tersebut dianggap signifikan/relevan.

PEMBAHASAN

Pada pembahasan ini hasil penelitian secara keseluruhan membuktikan bahwa Kualitas Pelayanan memiliki pengaruh dan dampak yang sangat signifikan/relevan sebesar 72% pada Kepuasan Pelanggan Pada PT. Karias Connect Vision di Amuntai. Pembahasan ini menguraikan secara mendalam hasil analisis dan menguraikan *outer model*, *inner model*, dan pengujian hipotesis yang telah dilakukan menggunakan metode atau teknik *Partial Least Square* (PLS) melalui aplikasi SmartPLS 4.

Pada tahap pengujian model pengukuran (*outer model*), semua indikator variabel membuktikan perhitungan nilai *factor loading* yang berada dalam rentang 0,814 saampai dengan 0,922. Nilai tersebut melebihi batas minimal 0,70, sehingga semua indikator dinyatakan *valid* (dapat diterima) dalam mengukur tiap - tiap konstruk. Tingginya perhitungan nilai *factor loading* ini kedua variabel laten tersebut mengindikasikan bahwa responden memberikan tanggapan yang konsisten dan indikator yang digunakan benar-benar merepresentasikan konstruk Kualitas Pelayanan maupun Kepuasan Pelanggan. Berdasarkan hasil dari pengujian *validitas diskriminan* dengan *cross loading* ini menunjukkan setiap indikator mempunyai nilai loading paling tinggi pada konstruk yang diukurnya jika dibandingkan dengan konstruk lainnya, yang berarti bahwa setiap variabel laten dapat dibedakan secara jelas dan tidak saling tumpang tindih. Pengujian tersebut diperkuat oleh hasil *Fornell Larcker* yang menunjukkan bahwa nilai akar AVE untuk tiap - tiap variabel yaitu Kualitas Pelayanan (X) dan juga Kepuasan Pelanggan (Y) lebih besar dibandingkan dengan korelasi antara variabel, oleh karena itu *validitas diskriminan* dalam penelitian ini terpenuhi sangat bagus dan baik.

Selanjutnya, hasil pengujian *reliabilitas konstruk* melalui *Composite Reliability* dan *Cronbachs Alpha* memberikan nilai 0,915 sampai dengan 0,927 untuk *composite reliability*, serta 0,909 sampai dengan 0,925 untuk *Cronbach's Alpha*. Kedua hasil tersebut membuktikan bahwa semua konstruk dalam penelitian ini menunjukkan *reliabilitas* sangat tinggi dan *konsistensi internal* yang baik, sehingga instrumen (alat) penelitian dapat diyatakan layak dan juga dapat dipercaya pada mengukur variabel yang ditetapkan. Nilai AVE sebesar 0,734 dan 0,771 juga menunjukkan bahwa tiap - tiap variabel yaitu kualitas pelayanan dan Kepuasan Pelanggan mampu menerangkan lebih dari 50% variabel indikatornya, sehingga *validitas konvergen* dan reliabilitas konstruk sangat terjamin.

Sesudah model pengukuran dinyatakan *valid* dan juga *reliabe*l, analisis kemudian berlanjut pada pengujian model struktural (*inner model*). Perhitungan nilai *R-Square* untuk variabel - variabel kepuasan pelanggan dengan nilai 0,720 menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan mampu menjelaskan 72% *variabilitas* kepuasan pelanggan. Hal tersebut mengindikasikan kualitas

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

pelayanan mempunyai kontribusi yang sangat kuat dan juga dominan dalam memengaruhi Kepuasan Pelanggan, sedangkan 28% sisanya dipengaruhi dari variabel lainnya yang tidak di masukkan pada penelitian ini.

Perhitungan uji T mempertegas temuan tersebut, di mana perhitungan nilai T hitung sebanyak 22.033 jauh lebih besar dibandingkan nilai t tabel sebanyak 1,984216952 (1,96). Dengan demikian, bisa dipastikan kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Tingginya perhitungan nilai uji T hitung ini menjelaskan bahwa tingkat signifikansi hubungan antar variabel sangat kuat dan tidak terjadi secara kebetulan. Dengan kata lain, pelayanan di PT. Karias Connect Vision sangan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan dalam Hal melapor Kerusakan Jaringan atau pun bertransaksi dalam pembanyaran.

Pengujian hipotesis melalui metode dan teknik *bootstrapping* semakin memperkuat hubungan tersebut. Nilai koefisien jalur (*path coefficient*) sebanyak 0.850 menjelaskan bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang sangat kuat dan juga positif terhadap kepuasan pelanggan. Sementara itu, nilai *P-Value* sebanyak 0.000 tidak melebihi batas 0,05 hal ini menegaskan bahwa hubungan tersebut signifikan secara statistik. Nilai T-*Statistic* sebanyak 22.033 lebih dari tabel 1,984216952 (1,96) merupakan bukti bahwa hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima sepenuhnya, dengan demikian bahwa H_1 diterima sedangkan H_0 di tolalak. Hal ini menerangkan bahwa lebih baik kualitas pelayanan, maka lebih tinggi tingkat Juga tingkat kepuasan kelanggan yang dapat dicapai Oleh PT. Karias Connect Vision di Amuntai.

Penelitian ini sejalan dengan yang dilakukan oleh peneliti dari Resa Aprianti, Dewi Maharani, I Nyoman Sutamadari dari Universitas Samawa, Sumbawa Besar, (2022) yang Berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) (Studi Pada Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Sumbawa Besar)". Yang dimana di jelaskan dalam penelitian ini kualitas pelayanan memiliki dampak positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan yang menggunakan layanan PT.PLN (Persero). Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi secara positif dan signifikan oleh kualitas layanan, yang mencakup aspek keandalan (x1), responsif (x2), jaminan (x3), empati (x4), dan penampilan fisik (x5). Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Sumbawa Besar (UP3), secara sebagian dan juga bersamaan. Kualitas layanan memiliki pengaruh sebesar 61,2%, sementara yang tersisa dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak terlibat dalam studi ini. Oleh karena itu, Pentingnya menjaga kualitas pelayanan seperti keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan wujud nyata, agar bisa meningkatkan kepuasan kelanggan.

Hasil dari peneliti ini juga menunjukkan bahwa penelitian ini sejalan dengan teori dari (P. and K. L. K. Kotler, 2016) yaitu teori kualitas pelayanan. Berdasarkan pendapat dari (P. and K. L. K. Kotler, 2016) dijelaskan dalam Teori Kualitas Pelayanan. kualitas pelayanan adalah penilaian pelanggan terhadap perbedaan antara pelayanan yang diharapkan dan pelayanan yang diterima; jika pelayanan yang diterima pelanggan sesuai dengan apa yang diharapkan mereka, maka kualitas pelayanan cukup baik. Kualitas pelayanan umum nya memiliki 5 indikator yang dapat diukur seperti: *tangibles, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*. Kelima indikator ini membantu menilai apakah layanan benar-benar memenuhi standar yang dirasakan pelanggan. Hal ini menyoroti bahwa karena ekspektasi klien selalu berubah seiring dengan kebutuhan dan pengalaman mereka, kualitas layanan bersifat dinamis. Ini menyiratkan bahwa bisnis tidak hanya dapat menawarkan layanan; mereka juga perlu memastikan bahwa layanan tersebut sesuai dengan janji yang mereka buat kepada klien.

Selain hasil peneliti ini sejalan dengan teori Hasil (P. and K. L. K. Kotler, 2016) kualitas pelayanan, penelitian ini juga mendukung teori Kepuasan Pelanggan (Ratnasari & Aksa, 2011) menerangkan bahwa teori kepuasan pelanggan yaitu perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang diterima dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan, apa bila hasil yang diterima sesuai dengan harapan maka pelanggan merasa puas. Menurut Ratnasari dan Aksa (2011)

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

ada 5 faktor secara umum yang mempengaruhi kepuasan palanggan yaitu: biaya, harga (*price*), keadaan emosional, kualitas produk (*product quality*), dan kualitas layanan. Ini menyiratkan bahwa persepsi pelanggan tentang nilai psikologis dan pengorbanan sama pentingnya dalam menentukan kebahagiaan pelanggan seperti kualitas produk atau layanan. Menurut Ratnasari dan Aksa, pengalaman langsung pelanggan dengan suatu produk atau layanan adalah yang mengarah pada kepuasan pelanggan, dan pengalaman ini memiliki dampak besar pada penilaian mereka di masa mendatang. Selain itu, *klien*/pelanggan yang sangat puas lebih sering datang kembali untuk melakukan pembelian dan memberikan penilaian dan ulusan yang bagus kepada teman – teman mereka dan orang lain.

Secara keseluruhan, penelitian ini membuktikan dan menjelaskan bahwa kualitas pelayanan berperan sangat penting sebagai faktor penentu kepuasan pelanggan dan sebagai mendorong loyalitas pelanggan melalui pengalaman layanan yang baik. Selain itu juga Semakin baik kualitas pelayanan, maka lebih tinggi tingkat Juga tingkat kepuasan kelanggan yang dapat dicapai oleh perusahaan dan dapat memperkuat hubungan antara pengalaman pelanggan pada PT. Karias Connect Vision.

SIMPULAN

Simpulan berikut ini ditarik sesuai dengan rumusan masalah penelitian berdasarkan temuan dan pembahasan pengujian hipotesis mengenai hubungan antara kualitas layanan dengan kepuasan pelanggan pada PT. Karias Connect Vision di Amuntai.

1. Perhitungan uji T mempertegas temuan pada penelitian ini, di mana perhitungan nilai T hitung sebanyak 22.033 jauh lebih besar dibandingkan nilai t tabel sebanyak 1,984216952 (1,96). Sementara itu, nilai *P-Value* sebanyak 0.000 tidak melebihi batas 0,05 hal ini menegaskan bahwa hubungan tersebut signifikan secara statistik, dengan demikian bahwa H_1 diterima sedangkan H_0 di tolak. bisa dipastikan kualitas pelayanan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.
2. Nilai R2 (*R-squared*) atau *koefisien determinasi* sebesar 72%, menunjukkan dampak substansial kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Karias Connect Vision di Amuntai. Hal tersebut mengindikasikan kualitas pelayanan mempunyai kontribusi yang sangat kuat dan juga dominan dalam memengaruhi Kepuasan Pelanggan, sedangkan 28% sisanya dipengaruhi dari variabel lainnya yang tidak di masukkan pada penelitian ini.

Dari kesimpulan dari penelitian ini, ada beberapa Saran yang harus di perhatian yaitu:

1. Untuk perusahaan (PT. Karias Connect Vision)
   perusahaan disarankan untuk terus meningkatkan kualitas pelayanan melalui peningkatan kompetensi karyawan, kecepatan *respons*, sikap ramah, serta konsistensi dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan.
2. Untuk Pemerintah
   Pemerintah disarankan untuk mendorong terciptanya standar pelayanan yang lebih baik melalui kebijakan, pembinaan, dan pengawasan terhadap perusahaan agar kualitas layanan di berbagai sektor semakin meningkat.
3. Untuk Peneliti selanjutnya
   Untuk peneliti selanjutnya agar bisa lebih mempercepat waktu pada saat melakukan penelitian agar hasil penelitian lebih bagus dan mendapatkan hasil yang maksimal. Selain itu juga, peneliti selanjutnya agar bisa mempeluas lagi untuk jangkawan dan faktor – faktor yang diteliti agar hasil penelitian menjadi lebih komprehensif.

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

DAFTAR PUSTAKA

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

Haris, A., & Jihad, A. (2008). Evaluasi Pembelajaran. Yogyakarta: Multi Pressindo.

Kotler, P. and K. L. K. (2016). *Marketing Managemen* (15th ed.). *Pearson Education*, Inc.

M. Sholehuddin. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Numbasmart di Kabupaten Pasuruan. *Riset dan E-Jurnal Manajemen Informatika Komputer*. 8, No 4, 2024: 1061 – 1067. http://doi.org/10.33395/remik.v8i4.13993

Nim, L., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Tanjungpinang, P. (2019). TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN PADA TV KABEL TUAH BINTAN VISION.

Rahman, Arif B, & Saidah H. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pos Reguler Pada Koantor Pos Amuntai Kc 71400 Kabupaten Hulu Sungai Utara. *Jurnal Pelayanan Publik*. 1, No. 4, 2024: 1347 – 1356

Ratnasari, Ririn Tri & Aksa, Mastuti H. (2011). Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Kasus. Bogor: Ghalia Indonesia.

Resa A, Dewi M, & I Nyoman S. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pt. Pln (Persero) (Studi Pada Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Sumbawa Besar). *Jurnal Ekonomi & Bisnis*. 10, No. 2, Agustus 2022: 216 – 228. http://e-journallppmunsa.ac.id/index.php/jeb

Sugiyono. (2015). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

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

Waruwu, M., Pu'at, S. N., & Utami, P. R. (2025). Metode Penelitian Kuantitatif: Konsep, Jenis, tahapan dan Kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, Vol. 10. No. 1. Hlm. 917-932. (*Onlin*e). Tersedia: https://doi.org/10.29303/jipp.v10il.3057