

**ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS
PELAYANAN AIR BERSIH TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PDAM WANUA WENANG MANADO**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh
Gelar Sarjana Terapan Manajemen (S.Tr.M) Pada Program Studi
Manajemen Bisnis*

Oleh

JECKY JEREMIA TATOYA

NIM. 21 053 139



**POLITEKNIK NEGERI MANADO
JURUSAN ADMINISTRASI BISNIS
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS D-IV
2025**

Jecky Jeremia Tatoya, 2025 “**Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Air Bersih Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Wanua Wenang Manado**”. Di bawah bimbingan Cysca Adelaida Juliana Langi, SE., M.Si dan Dr. Jufrina Mandulangi, SE., M.Si.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Wanua Wenang Manado. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengumpulan data melalui kuesioner yang dibagikan kepada 38 responden. Variabel yang diteliti adalah Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y). Analisis data dilakukan dengan uji regresi linear berganda menggunakan SPSS versi 26. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial Harga tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sedangkan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Secara simultan, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,411 atau 41,1%, sementara 58,9% dipengaruhi oleh faktor lain. Secara umum, tanggapan responden terhadap variabel Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan berada dalam kategori baik.

Kata Kunci: Harga, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.

Jecky Jeremia Tatoya, 2025 "Analysis of the Effect of Price and Clean Water Service Quality on Customer Satisfaction at PDAM Wanua Wenang Manado". Under the supervision of Cysca Adelaida Juliana Langi, SE., M.Si and Dr. Jufrina Mandulangi, SE., M.Si.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of Price and Service Quality on Customer Satisfaction at PDAM Wanua Wenang Manado. The research employed a quantitative approach with data collected through questionnaires distributed to 38 respondents. The variables examined were Price (X1), Service Quality (X2), and Customer Satisfaction (Y). Data analysis was carried out using multiple linear regression tests with SPSS version 26. The results show that, partially, Price does not have a significant effect on Customer Satisfaction, while Service Quality has a significant effect on Customer Satisfaction. Simultaneously, Price and Service Quality have a significant effect on Customer Satisfaction with a coefficient of determination (R^2) of 0.411 or 41.1%, while the remaining 58.9% is influenced by other factors. In general, respondents' perceptions of the variables Price, Service Quality, and Customer Satisfaction fall into the good category.

Keywords: Price, Service Quality, Customer Satisfaction.

MOTTO

“Janganlah takut, sebab Aku menyertai engkau, janganlah bimbang, sebab Aku ini Allahmu, Aku akan meneguhkan, bahkan akan menolong engkau, Aku akan memegang engkau dengan tangan kanan-Ku yang membawa kemenangan”.

(Yesaya 41:10)

Kupersembahkan karya ini untuk:

Tuhan Yesus Kristus yang senantiasa mencurahkan kasih dan kemurahanNya serta menyatakan kuasaNya yang ajaib.

Kedua orang tua Saya, Mama dan Papa tercinta, Kakak-kakak, Keluarga serta Pacar yang selama Saya di perkuliahan selalu memberikan doa, motivasi, dukungan, serta semangat untuk keberhasilan Saya. Dan juga teman-teman yang selalu bersama.

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

**ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN AIR
BERSIH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PDAM WANUA
WENANG MANADO**

Skripsi oleh Jecky Jeremia Tatoya

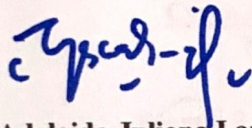
Telah disetujui dan diuji.

Manado, September 2025

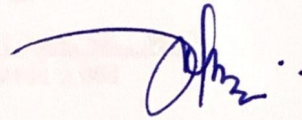
Disetujui,

Pembimbing 1

Pembimbing 2



Cysca Adelaida Juliana Langi, SE., M.Si
NIP. 19690613 199403 2 001



Dr. Jufrina Mandulangi, SE., M.Si
NIP. 19670119 199303 2 001

Ketua Panitia Proposal dan Skripsi,



Juliet P.T Makinggung, SE., M.Si
NIP. 19730722 200212 2 001

LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN

**ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PDAM WANUA
WENANG MANADO**

Oleh

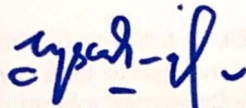
JECKY JEREMIA TATOYA

NIM. 21 053 139

Telah Dipertimbangkan Di Depan Dewan Penguji Dan Dinyatakan Sebagai Salah
Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Terapan Manajemen (S.Tr.M)

Pada tanggal, September 2025

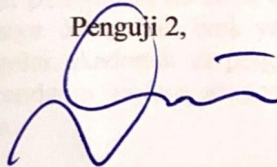
Ketua Penguji / Penguji 1,



Cysca Adelaida Juliana Langi, SE., M.Si

NIP. 19690613 199403 2 001

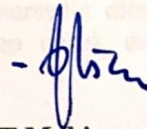
Penguji 2,



Diana Roweina S. Maramis, SE., M.Si

NIP. 19720915 200212 2 001

Penguji 3,



Juliet P.T Makinggung, SE., M.Si

NIP. 19730722 200212 2 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Administrasi Bisnis



Diana Roweina S. Maramis, SE., M.Si

NIP. 19720915 200212 2 001

 POLITEKNIK NEGERI MANADO 					
FORMULIR	FM-203 ed.A rev.0	ISSUE: A	Issued: 26-02-2020	UPDATE: 0	Updated: 00-00-0000

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Jecky Jeremia Tatoja
 NIM : 21053139
 Jurusan : Administrasi Bisnis
 Program Studi : DIV Manajemen Bisnis
 Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Wanua Wenang Manado

Dengan ini menyatakan bahwa tulisan karya ilmiah berupa Skripsi ini adalah asli karya penulis, tidak ada karya/ data orang lain yang telah dipublikasikan, dan bukan karya orang lain dalam rangka mendapatkan gelar akademik di perguruan tinggi, selain yang diacu dalam kutipan dan/ atau dalam daftar pustaka.

Demikian surat pernyataan ini saya buat, jika dikemudian hari terbukti karya ini merupakan karya orang lain baik yang di publikasikan maupun dalam rangka memperoleh gelar akademik di perguruan tinggi, saya bersedia ditindak sesuai peraturan perundang- undangan yang berlaku, dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Manado, September 2025

Yang membuat pernyataan,



Jecky Jeremia Tatoja
 NIM. 21053139

FM-203 ed.A rev.0

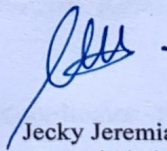
BIOGRAFI

Nama Lengkap : Jecky Jeremia Tatoya
NIM : 21 053 139
Tempat dan Tanggal Lahir : Manado, 01 Januari 2004
Agama : Kristen
Alamat : Politeknik, Kairagi 2 Lingk 10
Riwayat Pendidikan :
: Tamat TK Gmim Efata Politeknik
: Tamat SD Inpres Kayuvalu
: Tamat SMP Negeri 13 Manado
: Tamat SMA Negeri 8 Manado
: Mahasiswa Politeknik Negeri Manado Tahun 2021
Orang Tua
Nama Ayah : Albert Tatoya
Nama Ibu : Indah Setiyowati
Alamat : Politeknik Kairagi 2 Lingk X



Manado September 2025

Mahasiswa



Jecky Jeremia Tatoya
NIM : 21053141

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa karena telah menganugerahkan hikmat, pengetahuan, kesehatan dan kesempatan kepada Penulis sehingga Penulis dapat menyusun skripsi ini guna memenuhi salah satu syarat dalam menyelesaikan pendidikan Diploma IV pada Jurusan Administrasi Bisnis Program Studi Manajemen Bisnis Di Politeknik Negeri Manado.

Semua ini tidak terlepas dari dukungan dosen-dosen pembimbing yang selama ini membantu dan mengarahkan sehingga penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik sesuai dengan waktu yang telah ditentukan. Penyelesaian penelitian sampai pada penyusunan skripsi, penulis menyadari bahwa ada begitu banyak bantuan yang telah diterima oleh Penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan ini juga Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah bersedia memberikan bantuan kepada Penulis dalam penyelesaian skripsi ini:

1. Dra. Maryke Alelo, MBA selaku Direktur Politeknik Negeri Manado
2. Dr. Diane Tangian, SH., M.Si selaku Wakil Direktur Bidang Akademik Politeknik Negeri Manado.
3. Selvie R. Kalele, SE., M.Si selaku Wakil Direktur Bidang Keuangan dan Umum Politeknik Negeri Manado.
4. Rudolf Estephanus Golioth Mait, ST., MT selaku Wakil Direktur Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Politeknik Negeri Manado.
5. Juliet P.T Makinggung, SE., M.Si selaku Wakil Direktur Bidang Perencanaan dan Kerja Sama Polteknik Negeri Manado dan selaku ketua Panitia Seminar Proposal dan Pnelitian Skripsi sekaligus Dosen Pembahas 3
6. Diana R.S Maramis, SE., M.Si selaku Ketua Jurusan Administrasi Bisnis Sekaligus Pembahas 2.
7. Precylia Ribka Raming, SE., MM, selaku Koordinator Program Studi Manajemen Bisnis.

8. Cysca Adelaida Juliana Langi, SE., M.Si, selaku Kepala Prodi MP sekaligus Dosen Pembimbing 1
9. Dr. Jufrina Mandulangi, SE., M.Si, selaku Dosen Pembimbing 2
10. Willem Gilbert Pomantow, SE., M.Si selaku Kepala Prodi AB
11. Vekky Supit, SE., M.Si selaku sekretaris panitia.
12. Seluruh dosen-dosen yang berada di jurusan Administrasi Bisnis.
13. Orang Tua, Mama Papa yang membantu dalam penyusunan penelitian ini
14. Teman-teman seperjuangan AB angkatan 21
15. Untuk kekasihku yang selalu memberi support dan terlibat dalam penyusunan penelitian ini
16. Jerry dan Alex teman yang selalu memberi dukungan dalam penyusunan penelitian ini

Penulis menyadari bahwa pada skripsi ini dimungkinkan masih banyak kekurangan yang harus diperbaiki. Oleh karena itu, Penulis sangat berterima kasih atas koreksi dan segala bentuk kritik dan saran yang bersifat membangun guna untuk penyempurnaan skripsi ini akan dengan senang hati diterima.

Harapan Penulis semoga skripsi ini dapat menambah wawasan dan pengetahuan bagi pembaca dan semoga Tuhan Yesus Kristus akan selalu melimpahkan segala berkat dan kasihNya dalam segala rencana, tugas dan usaha kita dalam menggapai cita-cita di masa depan.

Manado, Sept 2025

Penulis,

Jecky. J Tatoya
NIM. 21 053 139

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
MOTTO.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	v
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN.....	vi
PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN.....	vii
BIOGRAFI.....	vii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
16.1.....	L
ATAR BELAKANG	1
16.2.....	I
identifikasi Masalah	6
16.3.....	R
umusan Masalah	6
16.4.....	P
embatasan Masalah	7
16.5.....	T
ujuan dan Manfaat	7
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS.....	9
2.1 Konsep Harga.....	9
2.2 Konsep Kualitas Pelayanan.....	11
2.3 Konsep Kepuasan Pelanggan.....	15
Pengertian Kepuasan Pelanggan.....	15
2.4 Hubungan Antara Variabel Harga dan Kepuasan Pelanggan.....	18
2.5 Hasil Penelitian Yang Relevan.....	19
2.6 Kerangka Pikir.....	23

2.7 Hipotesis.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian.....	26
3.2 Jenis dan Metode Penelitian.....	26
3.2.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2.2 Metode Penelitian.....	27
3.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data.....	28
3.3.1 Jenis Data.....	28
3.3.2 Metode Pengumpulan Data.....	28
3.4 Populasi dan Sampel.....	29
3.4.1 Populasi.....	29
3.4.2 Sampel.....	30
3.5 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran Variabel.....	30
3.5.1 Definisi Operasional Harga (X1).....	30
3.5.2 Definisi Operasional Kualitas Pelayanan.....	31
3.5.3 Definisi Operasional Kepuasan Pelanggan.....	33
3.6 Skala Pengukuran Variabel.....	34
3.7 Metode Analisis.....	35
3.7.1 Total Skor.....	35
3.7.2 Pengukuran Validitas dan Reliabilitas.....	36
3.7.3 Uji Asumsi Klasik.....	43
3.7.4 Analisis Korelasi.....	44
3.7.5 Analisis Regresi Linear Berganda.....	45
3.7.6 Pengujian Hipotesis.....	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	47
4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....	47
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan.....	47
4.1.2 Lokasi dan Telepon Perusahaan.....	51
4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan.....	51
4.1.4 Deskripsi Pekerjaan.....	51
4.1.5 Makna dan Logo Perusahaan.....	67
4.1.6 Sumber Daya Perusahaan.....	68

4.1.7 Struktur Organisasi Perusahaan.....	70
4.2 Hasil Analisis.....	71
4.2.1 Deskripsi Responden.....	71
4.2.2 Total Skor Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan	77
4.2.3 Uji Asumsi Klasik.....	81
4.2.4 Hasil Analisis Korelasi dan Regresi Berganda.....	84
4.2.5 Uji Hipotesis Pertama Secara Parsial (Uji t) Harga X1 Terhadap Kepuasan Pelanggan Y.....	87
4.2.6 Uji Hipotesis Kedua Secara Parsial (Uji t) Kualitas Pelayanan X2 Terhadap Kepuasan Pelanggan Y.....	89
4.2.7 Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	91
4.3 Implementasi.....	93
4.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	94
4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan....	94
4.3.3 Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	95
BAB V PENUTUP.....	96
5.1 KESIMPULAN.....	96
5.2 SARAN.....	96
DAFTAR PUSTAKA.....	98
LAMPIRAN.....	100

DAFTAR TABEL

Tabel	Teks	Halaman
2.1	Hasil Penelitian Yang Relevan.....	20
3.1	Alokasi Waktu Pelaksanaan Penelitian.....	24
3.2	Kisi-kisi Instrumen Harga.....	31
3.3	Kisi-kisi Instrumen Kualitas Pelayanan.....	32
3.4	Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan.....	33
3.5	Pedoman Skala Nilai Instrumen Jawaban Responden.....	35
3.6	Uji Validitas Harga (X1).....	37
3.7	Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2).....	38
3.8	Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	39
3.9	Uji Reliabilitas Harga (X1).....	41
3.10	Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan (X2).....	41
3.11	Uji Reliabilitas Kepuasan Pelanggan (Y).....	42
3.12	Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	44
4.1	Lokasi Dan Telepon PDAM Wanua Wenang Manado.....	51
4.2	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	68
4.3	Data Responden Berdasarkan Pendidikan.....	69
4.4	Data Responden Berdasarkan Usia.....	69
4.5	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	71
4.6	Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan.....	72
4.7	Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	72
4.8	Rentang Skala Untuk Kategori Nilai Rata-rata Skor Jawaban.....	73
4.9	Instrumen Jawaban Responden Harga.....	74
4.10	Instrumen Jawaban Responden Kualitas Pelayanan.....	75
4.11	Instrumen Jawaban Responden Kepuasan Pelanggan.....	76
4.12	Presentase Total Skor Jawaban Instrumen Variabel Harga (X1).....	77
4.13	Presentase Total Skor Jawaban Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan	79
4.14	Presentase Total Skor Jawaban Instrumen Variabel Kepuasan Pelanggan	80

4.15	Rangkuman Uji Indepedensi Antara Variabel X1 dengan X2.....	82
4.16	Model Summary Korelasi dan Regresi Berganda Harga X1 dan Kualitas Pelayanan X2 Terhadap Kepuasan Pelanggan Y.....	85
4.17	Summary OutPut Coefficients Variabel Harga X1 Terhadap Kepuasan Pelanggan Y.....	87
4.18	Summary OutPut Coefficients Variabel Kualitas Pelayanan X2 Terhadap Kepuasan Pelanggan Y.....	90
4.19	Summary OutPut Coefficients Variabel Harga X1 dan Kualitas Pelayanan X2 Terhadap Kepuasan Pelanggan Y.....	92

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Teks	Halaman
2.1	Kerangka Berpikir.....	23
2.2	Paradigma Penelitian.....	24
4.1	Logo Perusahaan.....	67
4.2	Struktur Organisasi Perusahaan.....	70
4.3	Total Skor Harga X1.....	78
4.4	Total Skor Kualitas Pelayanan X2.....	79
4.5	Total Skor Kepuasan Pelanggan Y.....	80
4.6	Grafik Korelasi dan Regresi Berganda X1 dan X2 Terhadap Y.....	82
4.7	Normal ScatterPlot.....	83

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Teks	Halaman
1.	Dokumentasi Pengambilan Data di Perusahaan.....	100
2.	Kuesioner Harga X1.....	100
3.	Kuesioner Kualitas Pelayanan X2.....	102
4.	Kuesioner Kepuasan Pelanggan Y.....	103

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Dalam menghadapi persaingan pasar yang ketat, dunia usaha saat ini juga dituntut untuk mampu memenuhi kebutuhan dan permintaan pelanggan. Oleh karena itu, loyalitas pelanggan terhadap produk maupun jasa yang ditawarkan menjadi sangat penting. Salah satu sumber daya alam yang memiliki peranan vital adalah air, yang dibutuhkan dalam pembangunan serta berfungsi menopang berbagai aktivitas masyarakat.

Kebutuhan akan air bersih terus meningkat seiring dengan pertumbuhan jumlah penduduk. Oleh karena itu, diperlukan sistem pengelolaan air yang efisien guna mencegah terjadinya eksploitasi secara berlebihan. Peraturan Pemerintah (PP) Nomor 14 Tahun 1987 tentang Pengalihan Sebagian Urusan Pemerintahan di Bidang Pekerjaan Umum, menjadi dasar dalam pengaturan pemenuhan kebutuhan masyarakat terhadap air bersih di Indonesia. Sesuai dengan aturan tersebut, PDAM (Perusahaan Daerah Air Minum) berfungsi sebagai lembaga pelayanan publik yang bertugas menyediakan air bersih secara berkelanjutan. PDAM diharapkan mampu membiayai operasional dan meningkatkan layanannya secara mandiri. Penilaian terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM berkaitan langsung dengan tujuannya dalam memenuhi kebutuhan air bersih masyarakat.

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor penting yang memengaruhi keberhasilan suatu bisnis. Dalam dunia usaha, kepuasan pelanggan berperan sebagai tolok ukur dalam menentukan standar kualitas layanan yang

diberikan. Pelanggan akan merasa puas apabila memperoleh layanan yang bermanfaat serta mampu memenuhi, bahkan melampaui, harapan mereka. Kesesuaian antara harapan pelanggan dengan layanan yang diterima menjadi indikator utama kualitas layanan. Semakin tinggi kualitas layanan, semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan, yang pada akhirnya akan berdampak pada keberlangsungan dan kinerja penyedia layanan. Konsumen yang sudah merasa puas cenderung menunjukkan perilaku yang positif, seperti kembali menggunakan layanan atau menyarankan kepada orang lain atau memberikan testimoni yang baik. Misalnya, dalam konteks layanan kesehatan, pasien yang puas akan lebih mungkin untuk kembali berobat dan merekomendasikannya kepada lingkungan sekitarnya. Kotler dan Keller (2012:150) dalam (Anam, 2021) mengemukakan Kepuasan pelanggan merupakan kondisi psikologis yang muncul ketika seseorang membandingkan kinerja atau hasil suatu produk dengan harapannya. Apabila kinerja produk tidak sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan merasa puas. Namun, apabila kinerja melebihi harapan, pelanggan akan merasakan kepuasan yang lebih tinggi, bahkan hingga menimbulkan perasaan senang atau gembira.

Harga adalah sejumlah uang yang dibayarkan untuk memperoleh suatu produk atau layanan. Selain itu, harga juga menggambarkan nilai yang dipersepsikan konsumen sebagai timbal balik atas manfaat yang didapat dari kepemilikan atau penggunaan suatu barang atau jasa. Bagi konsumen, harga menjadi salah satu pertimbangan utama dalam pembelian, dan banyak yang menghubungkan harga dengan nilai suatu produk (Fitria & Sopian, 2024). Kotler

dan Amstrong (2014:345) dalam jurnal (Anam, 2021) Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayarkan oleh konsumen sebagai nilai tukar untuk memperoleh manfaat dari kepemilikan atau penggunaan suatu barang maupun jasa. Bagi konsumen yang peka terhadap harga, harga rendah umumnya menjadi faktor kunci karena memberikan kepuasan dengan nilai value for money yang tinggi. Harga sering dijadikan acuan oleh pelanggan untuk menilai apakah suatu barang atau jasa sepadan dengan biaya yang dikeluarkan. Kepuasan pelanggan cenderung menurun apabila perusahaan menetapkan harga yang tidak sebanding dengan manfaat yang diperoleh. Sebaliknya, tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat apabila persepsi mereka terhadap nilai yang diterima dianggap lebih tinggi. (Gunawan & Megawati, 2023).

Kualitas layanan juga menjadi elemen penting dalam menentukan keberhasilan sebuah perusahaan, kualitas layanan mencerminkan nilai produk yang ditawarkan dan berperan besar dalam menarik minat konsumen. Layanan yang baik tidak hanya membantu perusahaan mencapai tujuan jangka pendek, tetapi juga memperkuat hubungan jangka panjang dengan konsumen. Perusahaan dapat meminimalkan pengalaman negatif pelanggan serta meningkatkan pengalaman positif melalui pemberian layanan yang optimal. Untuk memastikan bahwa layanan yang diberikan mampu memenuhi bahkan melampaui harapan pelanggan, perusahaan perlu merencanakan, mengoordinasikan, melaksanakan, serta mengawasi sistem manajemen mutu secara cermat, konsisten, dan berkesinambungan.

Kotler dan Keller (2016) dalam (Gunawan & Megawati, 2023) menjelaskan bahwa Kualitas layanan dapat diartikan sebagai keseluruhan atribut suatu produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya dalam memenuhi kebutuhan maupun keinginan pelanggan, baik yang bersifat eksplisit maupun implisit. Sementara itu, Zeithaml dkk. mendefinisikan layanan sebagai seluruh aktivitas ekonomi yang menghasilkan keluaran selain objek fisik, dikonsumsi dan diciptakan secara bersamaan, memberikan nilai tambah, serta pada prinsipnya bersifat tidak berwujud bagi konsumen pertama.

PDAM Wanua Wenang Manado, resmi bernama Perusahaan Daerah Air minum (PDAM) Wanua Wenang, adalah badan usaha milik daerah kota Manado yang telah berdiri sejak 1976. Tugas utamanya adalah menyediakan air bersih bagi warga Manado, melalui beberapa Instalasi Pengolahan Air (IPA) seperti IPA konvensional, Degremont, Politeknik, Puri dan lainnya. PDAM Wanua Wenang Manado beralamat di Jl. Yos Sudarso No. 65, Paal Dua, Kecamatan Paal Dua, Kota Manado, Sulawesi Utara, Indonesia.

Berdasarkan temuan di lapangan, terdapat beberapa indikator yang menunjukkan lemahnya persepsi pelanggan terhadap harga dan kualitas pelayanan yang diberikan oleh PDAM Wanua Wenang Manado. Dari aspek Harga, masih ditemukan pelanggan yang mengeluhkan keterjangkauan tarif, terutama pada pelanggan rumah tangga berpenghasilan rendah. Sub indikator seperti "pelanggan merasa tarif masih terjangkau oleh pendapatan rumah tangga" serta "tidak ada keluhan terhadap tagihan bulanan" belum sepenuhnya terpenuhi, yang menandakan masih adanya beban ekonomi yang dirasakan oleh sebagian pelanggan.

Sub indikator "harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas air bersih yang diterima" dan "harga yang dibayar sebanding dengan manfaat yang diperoleh seperti mandi, memasak, dan mencuci" juga dinilai masih lemah. Hal ini menunjukkan adanya ketidakseimbangan antara persepsi pelanggan terhadap harga yang dibayarkan dan manfaat yang dirasakan. Sedangkan dari aspek kualitas pelayanan, masih terdapat kelemahan dalam indikator reliabilitas dan kompetensi. Beberapa pelanggan menyampaikan bahwa Responden belum sepenuhnya responsif dan mampu menangani keluhan dengan efektif. Pada sub indikator "Responden mampu menangani masalah pengguna jasa" dan "konsumen merasa puas dengan informasi pelayanan mengenai program yang tersedia", respon pelanggan menunjukkan adanya ketidakpuasan. Indikator memahami pelanggan, khususnya dalam aspek kepekaan Responden terhadap keluhan, juga belum maksimal diterapkan dalam pelayanan sehari-hari. Kelemahan pada kedua aspek tersebut berdampak pada kepuasan pelanggan. Beberapa sub indikator seperti "harapan pelanggan terhadap kualitas layanan sebelum mencoba", "efektivitas produk dalam memenuhi kebutuhan", hingga "tingkat penyesalan setelah pembelian layanan" menunjukkan hasil yang kurang memuaskan. Bahkan, sub indikator "kesediaan merekomendasikan layanan kepada orang lain" dan "kesetiaan untuk menggunakan kembali layanan di masa depan" berada pada tingkat yang rendah.

Berdasarkan fenomena tersebut, penting untuk dilakukan penelitian lebih lanjut. Maka dari itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul

“ANALISIS PENGARUH HARGA DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PDAM WANUA WENANG MANADO.”

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang masalah diatas, maka identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Masih terdapat pelanggan yang mengeluhkan keterjangkauan tarif air bersih, khususnya pada pelanggan rumah tangga berpenghasilan rendah.
- 2) Harga yang dibayarkan pelanggan dianggap tidak sebanding dengan kualitas maupun manfaat air bersih yang diterima.
- 3) Pada aspek kualitas pelayanan, pelanggan menilai bahwa Responden belum sepenuhnya mampu menangani keluhan secara responsif dan efektif.
- 4) Lemahnya harga dan kualitas pelayanan tersebut berdampak pada rendahnya tingkat kepuasan pelanggan.

1.3 Rumusan Masalah

Berdasarkan Identifikasi Masalah yang ada, maka penjabaran rumusan masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan PDAM Wanua Wenang Manado?
- 2) Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Wanua Wenang Manado?

- 3) Bagaimana pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Wanua Wenang Manado?

1.4 Pembatasan Masalah

Batasan masalah dalam penelitian ini ditetapkan untuk menjaga fokus pembahasan agar tidak berkembang di luar konteks yang telah ditentukan. Penelitian ini berfokus pada ruang lingkup kajian mengenai pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, penelitian dibatasi pada objek penelitian, yaitu pelanggan PDAM Wanua Wenang Manado.

1.5 Tujuan dan Manfaat

Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

- 1) Untuk mengetahui pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Wanua Wenang Manado.
- 2) Untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Wanua Wenang Manado.
- 3) Untuk mengetahui pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Wanua Wenang Manado.

Manfaat Penelitian

Manfaat yang diperoleh dari penelitian ini adalah:

- 1) Bagi Peneliti

Dengan adanya penelitian ini, diharapkan diperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengaruh faktor harga dan kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada PDAM Wanua Wenang Manado.

2) Bagi Manajerial

hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan masukan yang konstruktif bagi pihak perusahaan dalam melakukan evaluasi serta peningkatan kualitas layanan dan kebijakan harga.

3) Bagi Akademik

Menambah referensi ilmiah bagi institusi, khususnya dalam bidang manajemen pelayanan publik dan kepuasan pelanggan dan memperkuat hubungan kerja sama antara institusi pendidikan dan instansi pemerintah atau perusahaan daerah seperti PDAM.

BAB II

KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS

2.1 Konsep Harga

Pengertian Harga

Harga menjadi salah satu faktor penting dalam memilih produk, yang kemudian memengaruhi minat beli konsumen. Jika suatu produk membutuhkan biaya lebih tinggi daripada manfaat yang didapat, produk tersebut akan dianggap bernilai negatif. Sebaliknya, jika manfaat yang dirasakan konsumen lebih besar daripada biaya yang dikeluarkan, produk tersebut akan dinilai positif.

Menurut (Nugroho & Yulianto, 2024) harga dapat diartikan sebagai jumlah uang atau nilai yang dibayarkan oleh konsumen untuk memperoleh suatu produk atau jasa, atau sebagai total nilai yang diberikan oleh konsumen sebagai imbalan atas manfaat yang diterima dari produk atau jasa tersebut. Menurut Kotler dan Armstrong dalam (Nugroho & Yulianto, 2024), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk, atau jumlah dari nilai yang ditukar konsumen atas manfaat – manfaat karena memiliki atau menggunakan produk tersebut. Sementara menurut Dharmesta dan Irawan (2005), harga adalah sejumlah uang (ditambah beberapa produk kalau mungkin) yang dibutuhkan untuk mendapatkan sejumlah kombinasi dari produk dan pelayanannya.

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Harga

- 1) Mengenal permintaan produk dan persaingan Besarnya permintaan produk dan banyaknya pesaing juga mempengaruhi harga jual.

- 2) Target pasar yang hendak dilayani atau diraih semakin menetapkan harga yang tinggi maka penetapan harga harus lebih teliti.
- 3) Marketing mix sebagai strategi Produk baru jika itu produk baru maka bisa ditetapkan harga yang tinggi ataupun rendah.
- 4) Reaksi pesaing dalam pasar yang semakin kompetitif maka reaksi pesaing ini harus selalu dipantau oleh perusahaan, sehingga perusahaan dapat menentukan harga yang dapat diterima pasar dengan mendatangkan keuntungan.
- 5) Biaya produk dan perilaku biaya kebijakan atau peraturan yang ditentukan oleh pemerintah dan lingkungan.

Indikator Harga

Menurut Kotler dan Armstrong (2008 : 278) dalam (Akmami, n.d.) ada 4 indikator yang mencirikan harga, yaitu:

1) Keterjangkauan harga

Keterjangkauan harga mengacu pada sejauh mana konsumen merasa mampu membeli suatu produk atau jasa berdasarkan kemampuan daya beli mereka. Jika harga dianggap sesuai dengan penghasilan atau anggaran konsumen, maka harga tersebut dinilai terjangkau.

2) Kesesuaian harga dengan kualitas produk

Indikator ini menilai apakah harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas atau mutu dari produk atau jasa yang diberikan. Jika harga yang dibayar setimpal dengan kualitas yang diterima, maka pelanggan akan merasa puas dan tidak keberatan dengan tarif yang dikenakan.

3) Daya saing harga

Daya saing harga mengukur bagaimana harga yang ditawarkan dibandingkan dengan pesaing atau penyedia jasa lain. Harga dianggap kompetitif jika berada dalam kisaran wajar dan tidak terlalu jauh lebih tinggi dari standar pasar.

4) Kesesuaian harga dengan manfaat.

Indikator ini mengukur sejauh mana harga suatu produk/jasa mencerminkan manfaat atau nilai yang diperoleh oleh pelanggan. Semakin besar manfaat yang dirasakan pelanggan terhadap produk/jasa yang digunakan, semakin tinggi tingkat penerimaan terhadap harga.

2.2 Konsep Kualitas Pelayanan

Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Kualitas pelayanan jasa adalah aktifitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lainnya yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun (Paulus & Rasjid, 2024)

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha pada kegiatan yang sifatnya jasa. Kualitas memiliki beberapa definisi dan menurut Gaspersz (Amin & Adil, 2018) pengertian kualitas secara konvensional menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk, seperti performansi (performance), keandalan (reliability), mudah dalam penggunaan (easy to use), estetika (esthetics) dan sebagainya Menurut Kotler dalam (Kusuma & Haryanto, 2023) mendefinisikan kualitas adalah keseluruhan ciri serta sifat suatu produk atau pelayanan yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan

atau yang tersirat. Suatu barang atau jasa akan dinilai bermutu apabila dapat memenuhi ekspektasi atau harapan pelanggan terhadap produk atau jasa. Sedangkan menurut Salomon dalam Rizan & Arrasyid (Ekonomi et al., 2022) berpendapat bahwa kepuasan konsumen dibentuk melalui keseluruhan perasaan atau perilaku seseorang tentang sebuah produk atau jasa setelah membeli dan mengkonsumsinya. Kepuasan konsumen adalah evaluasi yang diberikan oleh konsumen terhadap perusahaan atas penggunaan produk atau jasa (Mandulangi, 2025) MSDM mencakup seluruh aspek yang berkaitan dengan perencanaan, pengadaan, pengembangan, pengelolaan, dan pemeliharaan tenaga kerja dalam organisasi dengan tujuan untuk mencapai efisiensi dan efektivitas kinerja organisasi secara keseluruhan. Kepuasan konsumen akan terpenuhi apabila proses penyampaian jasa dari si pemberi jasa kepada konsumen sesuai dengan apa yang dipersepsikan oleh konsumen. Pelanggan yang sangat terpuaskan kemungkinan besar akan tetap setia walaupun mendapatkan penawaran yang menarik dari perusahaan pesaing.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kualitas Pelayanan

Berdasar dari Lupiyoadi (Anam, 2021) mengidentifikasi lima metode untuk mengukur kualitas pelayanan :

1) Tangibles/Bukti Fisik

Tangibles merupakan bukti nyata dari kepedulian dan perhatian yang diberikan oleh penyedia jasa kepada konsumen. Pentingnya dimensi ini akan menumbuhkan image penyedia jasa terutama bagi konsumen baru dalam mengevaluasi kualitas jasa. Perusahaan yang tidak memperhatikan fasilitas

fisiknya akan menumbuhkan kebigungan atau bahkan merusak image perusahaan.

2) Reliability/Keandalan

Reliability atau keandalan merupakan kemampuan perusahaan untuk melaksanakan jasa sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara tepat waktu. Pentingnya dimensi ini adalah kepuasan konsumen akan menurun bila jasa yang diberikan tidak sesuai dengan yang dijanjikan. Jadi komponen atau unsur dimensi reliability ini merupakan kemampuan perusahaan dalam menyampaikan jasa secara tepat dan pembebanan biaya secara tepat.

3) Responsiveness / Ketanggapan

Responsiveness atau daya tanggap merupakan kemampuan perusahaan yang dilakukan langsung oleh Responden untuk memberikan pelayanan dengan cepat dan tanggap. Daya tanggap dapat menumbuhkan persepsi yang positif terhadap kualitas jasa yang diberikan. Termasuk didalamnya jika terjadi kegagalan atau keterlambatan dalam penyampaian jasa, pihak penyedia jasa berusaha memperbaiki atau meminimalkan kerugian konsumen dengan segera. Dimensi ini menekankan pada perhatian dan kecepatan Responden yang terlibat untuk menanggapi permintaan, pertanyaan, dan keluhan konsumen. Jadi komponen atau unsur dari dimensi ini terdiri dari kesiapan Responden dalam melayani pelanggan, kecepatan Responden dalam melayani pelanggan, dan penanganan keluhan pelanggan.

4) Assurance / Jaminan

Assurance atau jaminan merupakan pengetahuan dan perilaku employee untuk membangun kepercayaan dan keyakinan pada diri konsumen dalam mengkonsumsi jasa yang ditawarkan. Dimensi ini sangat penting karena melibatkan Persepsi Konsumen terhadap resiko ketidakpastian yang tinggi terhadap kemampuan penyedia jasa. Perusahaan membangun kepercayaan dan kesetiaan konsumen melalui Responden yang terlibat langsung menangani konsumen. Jadi komponen dari dimensi ini terdiri dari kompetensi Responden yang meliputi keterampilan, pengetahuan yang dimiliki Responden untuk melakukan pelayanan dan kredibilitas perusahaan yang meliputi hal-hal yang berhubungan dengan kepercayaan konsumen kepada perusahaan seperti reputasi perusahaan, prestasi dan lain-lain.

Indikator Kualitas Pelayanan

Adapun indikator-indikator Kualitas Pelayanan suatu jasa, maka dapat dilihat dari dimensi kualitas jasa berikut ini (Sri Handayani & Syarifudin, 2022) :

- 1) Reliabilitas (Reliability): Kemampuan memberikan jasa yang dijanjikan secara akurat dan andal.
- 2) Daya Tanggap (Responsiveness): Kesiediaan untuk membantu para konsumen dan menyampaikan jasa secara tepat.
- 3) Kompetensi (Competency): Penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat memberikan jasa yang dibutuhkan konsumen.
- 4) Akses (Access): Kemudahan untuk dihubungi dan ditemui.

- 5) Komunikasi (Communication): Memberikan informasi kepada para konsumen dengan bahasa yang mudah dipahami serta selalu mendengarkan saran dan keluhan mereka.

2.3 Konsep Kepuasan Pelanggan

Pengertian Kepuasan Pelanggan

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah tujuan utama setiap bisnis. Hal ini tidak hanya penting untuk keberlanjutan perusahaan, tetapi juga memperkuat posisi kompetitif di pasar. Pelanggan yang merasa puas dengan produk atau layanan suatu perusahaan biasanya akan melakukan pembelian berulang dan menjadi pengguna jangka panjang. Dengan demikian, kepuasan pelanggan menjadi elemen penting yang memengaruhi keputusan mereka untuk membeli kembali, yang pada akhirnya menyumbang porsi terbesar terhadap pendapatan perusahaan. Menurut Umar (2005:65) dalam jurnal (Kusuma & Haryanto, 2023) Kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara apa yang dia diterima dan harapannya. Seorang pelanggan, jika merasa puas dengan nilai yang diberikan oleh produk atau jasa, sangat besar kemungkinannya menjadi pelanggan dalam waktu yang lama.

Faktor-faktor yang mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Ada banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Irawan dalam (Nasution & Nasution, 2021) berpendapat bahwa ada lima driver utama kepuasan pelanggan yaitu :

- 1) Kualitas produk

Kualitas produk mengacu pada karakteristik dan fitur suatu barang yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Ini mencakup daya tahan, keandalan, performa, desain, dan kesesuaian dengan kebutuhan pengguna. Produk yang berkualitas tinggi cenderung membangun loyalitas merek dan kepuasan pelanggan.

2) Harga

Harga adalah nilai moneter yang dibebankan kepada pelanggan untuk memperoleh suatu produk atau layanan. Harga merupakan salah satu faktor utama yang memengaruhi keputusan pembelian, karena berkaitan dengan anggaran dan persepsi nilai (value for money) yang diharapkan oleh konsumen. Harga yang kompetitif dapat meningkatkan daya saing, tetapi harus seimbang dengan kualitas yang ditawarkan.

3) Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan layanan yang diberikan oleh perusahaan kepada pelanggan, meliputi responsivitas, keramahan, kecepatan, keakuratan, dan empati. Pelayanan yang baik dapat meningkatkan pengalaman pelanggan dan membedakan bisnis dari pesaing.

4) Faktor emosional

Faktor eksternal adalah elemen psikologis yang memengaruhi keputusan pembelian, seperti perasaan senang, bangga, nyaman, atau percaya diri yang dirasakan konsumen terhadap suatu merek atau produk. Emosi positif dapat meningkatkan loyalitas, sementara pengalaman negatif dapat menyebabkan ketidakpuasan.

5) Biaya dan kemudahan

Biaya tidak hanya mencakup harga produk, tetapi juga pengeluaran tambahan yang dikeluarkan pelanggan, seperti biaya pemeliharaan, transportasi, atau waktu yang dihabiskan. Dalam konteks bisnis, biaya juga merujuk pada pengorbanan yang dilakukan perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan. Sedangkan kemudahan mengacu pada seberapa mudah pelanggan mengakses, membeli atau menggunakan suatu produk.

Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut rondonuwu dan komalig dalam jurnal (Elvi & Sabela, 2023) Kepuasan konsumen diukur dari sebaik apa harapan konsumen atau pelanggan terpenuhi. Menjelaskan indikator kepuasan konsumen, yaitu :

1) Kesesuaian harapan

Tingkat kecocokan antara harapan pelanggan sebelum membeli dengan pengalaman nyata yang dirasakan setelah menggunakan produk/jasa.

2) Kualitas layanan yang dirasakan

Seberapa baik pelanggan menilai pelayanan yang diberikan, termasuk kecepatan, keramahan, dan profesionalisme.

3) Nilai yang diterima.

Pelanggan merasa bahwa manfaat atau kualitas yang diterima setara atau lebih besar dibandingkan dengan harga yang dibayarkan.

4) Kepuasan terhadap keputusan pembelian

Perasaan puas setelah mengambil keputusan untuk membeli, tanpa adanya penyesalan atau keraguan.

5) Kesetiaan (loyalitas Pelanggan)

Komitmen pelanggan untuk terus menggunakan produk atau layanan meskipun ada alternatif yang tersedia.

2.4 Hubungan Antara Variabel Harga dan Kepuasan Pelanggan

Dickson dan Sawyer dalam (Yudianto & Hidayat, 2018) menyatakan bahwa konsumen sangat heterogen dalam merespon harga dan promosi harga. Pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa pelanggan mempunyai persepsi yang berbeda terhadap harga.

Menurut Jacoby dan Olson persepsi harga merupakan representasi persepsi pelanggan atau persepsi subjektif harga dari suatu produk. Harga merupakan faktor krusial yang berkaitan dengan kualitas, nilai, niat beli, dan kepuasan pelanggan. Jika harga yang ditawarkan produsen memenuhi harapan, pelanggan akan memiliki persepsi positif terhadap harga tersebut, yang berujung pada kepuasan.

Hubungan Antara Variabel Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Kotler menjelaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan suatu proses kerja dalam meningkatkan dan mempertahankan perbaikan mutu secara berkelanjutan dari proses produksi, sampai pelayanan yang dihasilkan perusahaan.

Tingkat kualitas layanan yang baik dapat mendorong pelanggan untuk tetap loyal terhadap suatu produk atau jasa, sehingga berdampak positif pada peningkatan Kepuasan Pelanggan perusahaan. Dalam menjaga standar layanan, kepuasan

pelanggan menjadi faktor kunci untuk mempertahankan konsistennya minat pasar dan memastikan kesesuaian dengan kebutuhan konsumen.

Hubungan Antara Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Gofur (2019) dalam (Mervin et al., 2024) menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan harga secara bersama-sama berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas pelanggan.

Harga yang setara dengan kualitas produk dan disertai dengan kualitas pelayanan yang baik akan mendorong sebuah perusahaan untuk mencapai keberhasilan. Kedua hal ini memiliki peran yang kuat dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, apabila kualitas pelayanan yang diberikan semakin baik dan harga yang diberikan juga setara dengan kualitas produk maka tingkat kepuasan pelanggan juga akan semakin tinggi.

2.5 Hasil Penelitian Yang Relevan

Penelitian yang relevan ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian yang relevan, penulis menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian yang relevan berupa beberapa jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan penulis seperti pada Tabel 2.1 berikut ini:

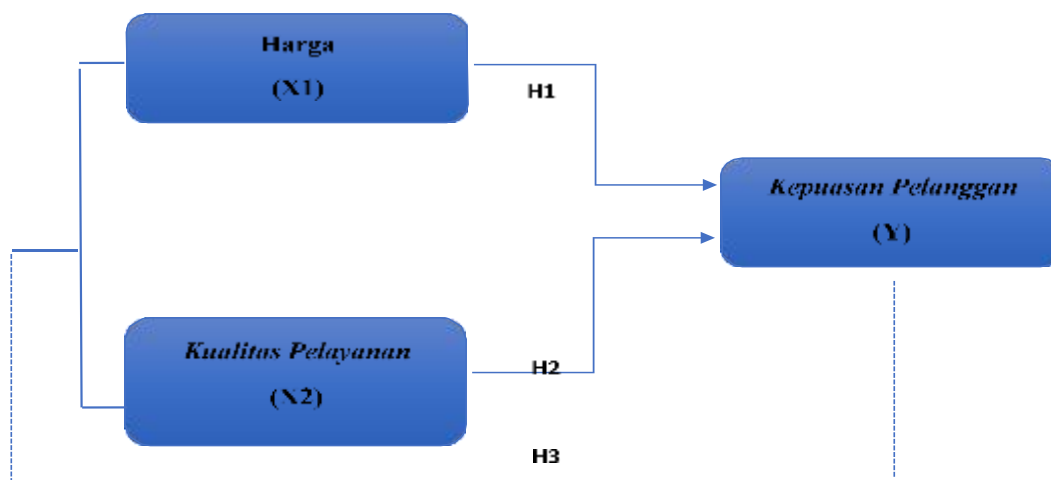
Tabel 2.1
Hasil Penelitian Yang Relevan

NO	JUDUL PENELITIAN	PERSAMAAN	PERBEDAAN	HASIL PENELITIAN
1.	Analisis Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan	Variabel harga dan Kualitas Pelayanan	Target Kontribusi dan fokus penelitian	Hasil penelitian menunjukan bahwa kualitas produk dan harga secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2.	Pengaruh Kualitas Pelayanan, Harga dan Citra Merk terhadap Kepuasan Pelanggan (studi kasus pada rental mobil mitra transport) suwitho sekolah tinggi ilmu ekonomi indonesia (stiesia) surabaya (Anam, Khoirul 2021)	Menggunakan Metode Kuantitatif	Objek Penelitian	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan serta citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3.	Analisis pengaruh kualitas pelayanan, harga,kepercayaan dan kepuasan terhadap loyalitas pelanggan goeboex coffee sleman (Ekonomi, Fakultas Kristen, UniversitasYogyakarta, Immanuel 2025)	Membahas variabel kepuasan pelanggan	Variabel tambahan seperti loyalitas pelanggan	Hasil penelitian variabel kualitas pelayanan, harga, kepercayaan dan kepuasa secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel loyalitas pelanggan goeboex coffee telah terbukti

4.	Analisis kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan perusahaan daerah air minum (studi pada perumda sirin maragun kota Sekadau) Elvi, Fitria, Sabela, Florentina Neneng 2023	Penelitian kuantitatif deskriptif dan menggunakan responden pelanggan PDAM sebagai subjek penelitian	Variabel bebas	Disimpulkan dari hasil observasi dan wawancara yang telah dilakukan bahwa pealnggan PDAM Perumda Sirin Maragun secara keseluruhan merasa puas dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh pegawai PDAM Perumda Sirin Maragun.
5.	Pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT Gojek Indonesia (Fitria, Aulia Nurul Sopian, Yepi 2024).	Variabel independen : sama-sama menggunakan harga dan kualitas pelayanan sebagai variabel yang memengaruhi kepuasan pelanggan.	Lingkup Geografis	Hasil analisis penelitian menunjukan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, harga dan kualitas pelayanan memberikan pengaruh positif secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini merekomendasikan perusahaan untuk mempertahankan kualitas pelayanan dan harga yang kompetitif guna meingkatkan kepuasan pelanggan dan daya saing.
6.	Pengaruh kualitas pelayanan dan harga terhadap kepuasan konsumen hotel swarna dwipa (Gunawan, Heri, Megawati, Megawati 2023)	Menggunakan variabel harga dan kualitas pelayanan sebagai variabel independen (bebas), dan kepuasan pelanggan/konsumen sebagai variabel dependen (terikat).	Jenis Layanan	Hasil menunjukan bahwa secara parsial kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Secara simultan kualitas pelayanan dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsuemn.

- | | | | | |
|----|---|---|--|---|
| 7. | Pengaruh kualitas pelayanan penyedia air bersih terhadap kepuasan pelanggan di PDAM Kabupaten Tapin (Kusuma, Noor Rezqi Haryanto, Rudy 2024) | Objek penelitian sama-sama meneliti pelanggan PDAM sebagai objek utama penelitian | Pendekatan analisis “analisis” bisa mencakup deskriptif atau regresi “pengaruh” kemungkinan besar menggunakan analisis regresi/inferensial | Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (Tangibel, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy) secara simultan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM Kabupaten Tapin sebesar 77,8%, dengan 22,2% dipengaruhi faktor lain. Secara parsial, hanya variabel Responsiveness dan Assurance yang berpengaruh signifikan, sementara tangibel, reliability dan empathy tidak berpengaruh signifikan. variabel Responsiveness memiliki pengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan dengan kontribusi sebesar 21% |
| 8. | Balance : Jurnal akuntansi dan manajemen Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Mervin, Stephanie Program, Tooy Bisnis, Studi Administrasi Bisnis, Sekolah tinggi dua, Manajemen Bitung, Sudara 2024) | Tujuan penelitian sama-sama bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan | Keluaran penelitian akademik berbentuk skripsi artikel jurnal ilmiah | Hasil penelitian menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan secara parsial berpengaruh secara positif dan signifikan serta berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. KFC girian harus mempertahankan harga untuk tetap terjangkau serta memperbaiki kualitas pelayanannya terutama layanan antar agar pelanggan merasa puas dan tetap setia berbelanja disana. |

Dengan kondisi peningkatan penduduk maka kebutuhan akan air bersihpun terus meningkat, setiap perusahaan atau instansi penyedia jasa dituntut untuk terus meningkatkan kualitasnya guna mempertahankan dan memperluas pangsa pasar. Salah satu faktor penting dalam mempertahankan Kepuasan Pelanggan adalah dengan memperhatikan Harga dan Kualitas Pelayanan yang diberikan. Harga yang terjangkau dan sesuai dengan manfaat yang diterima konsumen akan memengaruhi persepsi mereka terhadap nilai suatu produk atau jasa. Disisi lain juga pelayanan yang berkualitas juga memberikan pengaruh besar terhadap tingkat Kepuasan Pelanggan.



Gambar 2.2
Paradigma Penelitian

Sumber : Olahan data tahun 2025

Keterangan :

X1 = Harga

X2 = Kualitas Pelayanan

Y = Kepuasan Pelanggan

2.7 Hipotesis

Menurut Santoso (2016 :20), hipotesis merupakan Research Question yang diajukan. Hipotesis berasal dari kata hipo (=lemah) dan tesis (pernyataan). Oleh karena itu, hipotesis masih merupakan pernyataan yang masih lemah maka penulis merumuskan hipotesis penelitian sebagai berikut:

- 1) Diduga Harga secara parsial memiliki hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan pelanggan di PDAM Wanua Wenang Manado.
- 2) Diduga Kualitas Pelayanan secara parsial memiliki hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PDAM Wanua Wenang Manado.
- 3) Diduga Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan memiliki hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan di PDAM Wanua Wenang Manado.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada PDAM Wanua Wenang Manado yang terletak di Jl. Yos Sudarso NO. 65, Paal Dua, Kec. Paal Dua, Kota Manado, Sulawesi Utara. Tahapan kegiatan yang dilalui dimulai dari pra survey, pengumpulan data yang bersamaan dengan penelitian sampai dengan penyusunan proposal dan skripsi.

Tabel 3.1
Alokasi Waktu Pelaksanaan Penelitian

No	Kegiatan	Waktu	Keterangan
1.	Observasi dan Pengajuan Judul	Februari 2025 – Mei 2025	Peneliti dan Panitia
2.	Bimbingan Proposal	Mei 2025	Dosen Pembimbing
3.	Ujian dan Perbaikan Proposal	Juli 2025	Panitia dan Peneliti
4.	Pengumpulan dan Pengolahan Data Hasil Penelitian	Mei 2025 – Agustus 2025	Peneliti
5.	Bimbingan dan Penyusunan		Pembimbing 1 & 2
6.	Ujian Skripsi	September 2025	Peneliti dan Panitia
7.	Perbaikan Skripsi		Panitia/PPKS

Sumber : Olahan data tahun 2025

3.2 Jenis dan Metode Penelitian

3.2.1 Jenis Penelitian

Jenis Penelitian yang dilakukan oleh penulis menggunakan jenis penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yaitu dimanad penelitian yang akan dilakukan untuk mendeskripsikan dan meneliti sebuah fenomena yang akan diamati

dan dari hasil pengamatan yang sudah dilakukan akan diolah menjadi sebuah data-data yang berupa angka. Metode penelitian kuantitatif memiliki pengertian yaitu metode yang berlandaskan filsafat positivisme yang dimana digunakan untuk meneliti suatu populasi atau sampel tertentu berupa hasil statistik (Iwan Hermawan, 2020).

3.2.2 Metode Penelitian

Metode Deskriptif

Metode ini dimana peneliti menggambarkan fenomena atau gejala sosial yang sedang terjadi pada suatu objek penelitian. Dalam hal ini dengan mengamati dan mendeskripsikan serta melakukan analisis pengukuran terhadap tiga variabel utama yaitu, kepuasan pelanggan, harga dan kualitas pelayanan.

Metode Penelitian Lapangan

Metode ini mengadakan penelitian langsung ke lapangan untuk memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan mengenai harga dan kualitas layanan dari PDAM Wanua Wenang Manado.

Metode Penelitian Kepustakaan

Metode yang dilakukan dengan cara mengumpulkan bahan-bahan dari berbagai literatur yang berkaitan dengan harga, kualitas pelayanan serta kepuasan pelanggan, baik dari perusahaan apa saja.

3.3 Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

3.3.1 Jenis Data

Data adalah catatan khusus atas kumpulan data. Data juga merupakan fakta atau apapun yang dapat digunakan sebagai input dalam menghasilkan informasi. Data bisa berupa bahan untuk diskusi, pengambilan keputusan, perhitungan, atau pengukuran.

1) Data Primer

Dalam jurnal (Mazwar & Kuleh, 2023) Data primer adalah data yang belum pernah diolah oleh pihak tertentu untuk kepentingan tertentu. Data primer menunjukkan keaslian informasi yang terkandung didalam data tersebut. Sedangkan dalam jurnal (Innayah, 2023) menjelaskan bahwa data primer yaitu data yang dikumpulkan secara mandiri oleh individu maupun kelompok yang secara langsung dari objek penelitian untuk kepentingan studi yang berkaitan, yang dapat berupa wawancara maupun observasi.

2) Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang tidak langsung diberikan dari objek yang diteliti melainkan bisa melalui literasi dan studi pustaka misalnya struktur organisasi sebuah perusahaan, job desc dan profil perusahaan (Innayah, 2023).

3.3.2 Metode Pengumpulan Data

- 1) Observasi, Observasi adalah teknik pengumpulan data dan informasi dengan cara melakukan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Menurut (Sugiyono 2015:45) dalam (Iwan Hermawan, 2020) Tahap pertama dalam yang harus dilakukan dalam pengumpulan data untuk penelitian yang akan

dilakukan adalah memuli observasi dimana observasi akan membantu dalam pengamatan beserta fakta-fakta pendukung.

- 2) Kuesioner, Kuesioner adalah kumpulan pernyataan yang diajukan secara tertulis kepada seseorang dalam hal ini disebut responden dan cara jawab juga dilakukan dengan tertulis. Sugiyono (2015:199) skala yang digunakan dalam kuesioner menggunakan skala likert untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian yang dimana akan dibuat pernyataan dalam angket yang dibuat dengan menggunakan nilai 1-5 untuk mendapatkan sebuah data.
- 3) Kajian Pustaka, yaitu penulis mencari referensi-referensi yang terkait dengan Persepsi Konsumen dan Kualitas Pelayanan. Dari sumber - sumber seperti buku - buku literatur melalui studi pustaka dan situs internet yang berkaitan dan mendukung penelitian ini.

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2014) dalam jurnal (Gunawan & Megawati, 2023) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jenis populasi dalam penelitian ini adalah Non Probability (Teknik pengambilan sampel di mana setiap anggota populasi tidak memiliki peluang yang sama untuk terpilih sebagai sampel). Karena populasi dalam penelitian ini dilakukan secara acak tetapi berdasarkan kriteria

tertentu yang ditetapkan oleh peneliti, dan yang akan menjadi populasi dalam penelitian ini yaitu Pelanggan PDAM Wanua Wenang Manado.

3.4.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Gunawan & Megawati, 2023). Dalam penelitian ini tidak semua anggota populasi diambil, yaitu hanya sebagian dari populasi. Untuk menentukan ukuran atau besarnya sampel dari suatu populasi, maka digunakan teknik pengambilan sampel Non probability sampling yakni Stratified random Sampling dengan menggunakan sebanyak 38 konsumen atau pengguna PDAM Wanua Wenang Manado.

3.5 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran Variabel

3.5.1 Definisi Operasional Harga (X1)

Harga adalah besarnya nilai yang harus dibayarkan oleh pelanggan untuk memperoleh suatu produk atau jasa yang sesuai dengan manfaat yang diterimanya. Artinya, harga dikatakan tepat atau sesuai apabila perusahaan mampu menetapkan nilai tukar produk atau layanan yang seimbang dengan kualitas, manfaat, serta harapan pelanggan. Harga yang baik bukan hanya terjangkau, tetapi juga mencerminkan nilai, kepuasan, dan daya saing produk di mata konsumen.

Tabel 3.2
Kisi-Kisi Instrumen Harga (X1)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
Harga (X1)	1. Keterjangkauan harga	- Pelanggan merasa tarif air bersih masih terjangkau oleh pendapatan rumah tangga - Tidak ada keluhan terhadap besarnya tagihan air bulanan - Kenaikan tarif tidak terlalu membebani pelanggan - Pelanggan bersedia membayar tagihan air tepat waktu karena masih dalam batas wajar	1,2,3,4
	2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk	- Harga yang dibayarkan sebanding dengan kualitas air bersih yang diterima - Tidak ada kekecewaan pelanggan terhadap perbandingan antara harga dan mutu pelayanan - Harga mencerminkan kontinuitas dan ketersediaan air yang memadai	5,6,7
	3. Daya saing harga	- Harga air bersih PDAM lebih kompetitif dibanding sumber alternatif (air isi ulang, air tanah, sumur bor) - Pelanggan memilih tetap menggunakan PDAM karena harganya dianggap lebih rasional - Tidak ada keinginan beralih ke penyedia lain akibat harga	8,9,10
	4. Kesesuaian harga dengan manfaat	- Pelanggan merasa harga yang dibayar sebanding dengan manfaat yang di peroleh (air bersih untuk mandi, memasak, mencuci) - Pelanggan puas dengan nilai manfaat dari layanan PDAM dibanding harga yang dibayarkan - Harga mencerminkan kemudahan akses dan kenyamanan pelayanan	11,12,13

Sumber data : Hasil olahan data tahun 2025

3.5.2 Definisi Operasional Kualitas Pelayanan

Kualitas Pelayanan adalah tingkat layanan yang berhubungan dengan terpenuhinya harapan dan kebutuhan pelanggan. Artinya pelayanan dikatakan

berkualitas apabila perusahaan atau lembaga tertentu mampu menyediakan produk atau jasa sesuai dengan keinginan, kebutuhan maupun harapan penggunanya.

Adapun indikator Kualitas Pelayanan dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.3
Kisi-kisi Instrumen Kualitas Pelayanan (X2)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
Kualitas Pelayanan (X2)	1. Reliabilitas (Reliability)	- Responden cepat dan tanggap dalam melayani konsumen atau pengguna jasa	1,2,3
		- Responden mampu dalam menangani masalah konsumen atau pengguna jasa	
		- Responden mampu menjelaskan tentang produk dan layanan yang tersedia	
	2. Daya Tanggap (Responsiveness)	- Responden mampu menjawab pertanyaan-pertanyaan dari konsumen atau pengguna jasa	4,5
		- Keterampilan Responden dalam menjaga data pengguna jasa agar selalu akurat	
		- Kemampuan Responden dalam memberikan solusi terhadap masalah yang dihadapi konsumen atau pengguna jasa	6,7
	3. Kompetensi (Competency)	- Konsumen atau pengguna jasa merasa puas dengan informasi pelayanan mengenai program-program yang tersedia	
		- Responden menyosialisasikan dengan baik mengenai akses pelayanan kepada konsumen atau pengguna jasa	8,9
		- Akses pelayanan secara langsung memberikan kemudahan kepada konsumen atau pengguna jasa.	
	4. Akses	- Responden menggunakan bahasa yang baik dan mudah dipahami pada saat penyampaian informasi	10

Sumber : Hasil olahan data tahun 2025

3.5.3 Definisi Operasional Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan sebagai hasil dari terpenuhinya kebutuhan, keinginan, dan harapan mereka terhadap suatu produk atau layanan. Artinya, kepuasan dikatakan tercapai apabila perusahaan atau lembaga mampu memberikan produk atau jasa yang sesuai, atau bahkan melebihi, ekspektasi penggunaanya, sehingga menimbulkan perasaan senang, puas, dan loyal terhadap pelayanan yang diterima. Adapun indikator Kepuasan Pelanggan dilihat pada tabel berikut :

Tabel 3.4
Kisi-kisi Instrumen Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	Indikator	Sub Indikator	Item
Kepuasan Pelanggan (Y)	1. Kesesuaian Harapan	- Tingkat kesesuaian antara iklan/promosi dengan kenyataan produk	1,2,3
		- Kecocokan antara ekspektasi awal dengan hasil yang diterima	
		- Harapan pelanggan terhadap kualitas layanan sebelum mencoba	
	2. Kualitas layanan yang dirasakan	- Persepsi terhadap keramahan dan keprofesionalan staf	4,5,6
		- Persepsi terhadap kecepatan dan ketepatan pelayanan	
		- Kepuasan terhadap lingkungan fasilitas layanan.	
	3. Nilai yang diterima	- Manfaat atau hasil yang dirasakan dibanding harga yang dibayar	7,8,9
		- Efektivitas produk/jasa dalam memenuhi kebutuhan	
		- Tingkat keunggulan produk dibanding alternatif lain dengan harga sama	

4. Kepuasan terhadap keputusan pembelian	- Tingkat penyesalan atau keraguan setelah pembelian	10,11
	- Perasaan bangga atau puas dengan produk yang dibeli	
5. Kesetiaan	- Niat untuk melakukan pembelian ulang di masa depan	12,13
	- Keterikatan emosional terhadap merk atau penyedia layanan	

Sumber : Olahan data tahun 2025

3.6 Skala Pengukuran Variabel

Adapun skala pengukuran Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) yang dipakai dalam menganalisa data. Kisi-kisi angket kemudian dijabarkan kedalam dimensi variabel dan indikator, selanjutnya dijadikan landasan dan pedoman dalam menyusun item-item pertanyaan atau sebagai instrumen penelitian.

Pengukuran variabel pengukuran Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) yang digunakan oleh penulis untuk menganalisa data adalah dengan menggunakan skala Likert. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Nilai tersebut kemudian akan dijadikan variabel penilaian. Bobot jawaban responden diberi nilai sebagai berikut :

- a) Sangat Setuju diberi bobot 5
- b) Setuju diberi bobot 4
- c) Kurang Setuju diberi bobot 3
- d) Tidak Setuju diberi bobot 2
- e) Sangat Tidak Setuju diberi bobot 1

3.7 Metode Analisis

Dalam penelitian ini untuk menganalisis variable Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) digunakan analisis korelasi dan regresi linier berganda merupakan suatu metode statistic umum yang digunakan untuk meneliti hubungan antara beberapa variable independen dan dependen. Proses data menggunakan program Software Komputer SPSS 26. SPSS (Statistical Product and Service Solution), merupakan paket program aplikasi komputer untuk menganalisis data statistic. SPSS dapat memakai hamper dari seluruh tipe file data dan penggunaannya untuk membuat laporan berbentuk tabulasi, chart (grafik), plot (diagram) dari berbagai distribusi, statistik deskriptif dan analisis statistik yang kompleks. Jadi dapat dikatakan SPSS adalah sebuah system yang lengkap, menyeluruh, terpadu, dan sangat fleksibel untuk analisis statistik dan manajemen data.

3.7.1 Total Skor

Total skor digunakan untuk menghitung semua jawaban responden dalam angket penelitian serta mengetahui seberapa baik tanggapan responden terhadap instrumen yang dijalankan. Total skor juga bisa menggambarkan seberapa baik variabel penelitian yang sedang terjadi terhadap fenomena yang sedang diteliti. Biasanya menggunakan ukuran Qruatil dan rumus Presentase sebagai berikut :

Keterangan :

=

—

n = Jumlah-jumlah Jawaban Ke-n (Jawaban,1, 2, 3, 4 & 5)

N = Jumlah Instrumen (Pertanyaan)

Kriteria yang digunakan untuk menentukan tinggi rendahnya hubungan yang terjadi antara variabel sebagai berikut :

Tabel 3.5
Pedoman Skala Nilai Instrumen Jawaban Responden

No	Rentang Skala Nilai	Kategori	Keterangan
1.	1,00 – 1,80	Tidak Baik	TB
2.	1,81 – 2,61	Kurang Baik	KB
3.	2,62 – 3,40	Cukup Baik	CB
4.	3,41 – 4,21	Baik	B
5.	4,22 – 5,00	Sangat Baik	SB

Sumber : Hasil olahan data tahun 2025

3.7.2 Pengukuran Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian ini Ssbelum melakukan

analisis data, terlebih dahulu melakukan pengujian kualitas data yang telah diperoleh. Uji kualitas data, dilakukan untuk meyakini kualitas data yang diperoleh, yang terdiri dari pengujian validitas dan pengujian reliabilitas.

Uji Validitas

Uji Validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah atau valid jika pertanyaan pada kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang akan di ukur oleh kuesioner itu. Uji Validitas sebaiknya dilakukan pada setiap butir pertanyaan di uji validitasnya. Hasil r hitung kita bandingkan dengan r table dimana $df=n-2$ dengan sig 5% jika r table $< r$ hitung maka valid. Uji validitas menggunakan teknik korelasi Product Moment dari Karl Pearson (Nurrahman et al., 2020). Uji validitas pada penelitian ini menggunakan alat ukur Pearson Product Moment dengan mengkorelasikan skor

tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah skor tiap butir. Syarat minimum yang dianggap memenuhi syarat kalau $r = 0,3$. Untuk mengukur nilai validitas ditentukan dengan melihat nilai $\alpha = 0,05$ dengan jumlah responden 36 sehingga nilai $r(0,05, 36)$ pada Tabel Product Moment dan di dapat nilai $r = 0,320$. Jika hasil korelasi antara butir dengan skor total berada di bawah 0,320 maka butir pertanyaan atau instrumen tersebut dinyatakan tidak valid.

$$= \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Nilai Korelasi antara variabel X1,X2 dan variabel Y

N = Jumlah Sampel

X = Nilai Per Butir

Y = Total Nilai Kuesioner Masing-masing Responden

Dalam penelitian ini adapun uji validitas yang digunakan untuk mengetahui besarnya hubungan antara item butir pertanyaan dengan total item untuk masing-masing variabel, yaitu Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) dan Kepuasan Pelanggan (Y) adalah sebagai berikut:

Uji Validitas Variabel Harga (X1)

Uji validitas Harga (X1) dapat dilihat koefisien validitas masing-masing butir pertanyaan sebagai berikut:

Tabel 3.6
Uji Validitas Variabel Harga (X1)

No	Daftar Pernyataan	Stat. Produk Moment (r)	Validitas	N	Keterangan
1.	JAWABAN PERNYATAAN 1	0,312	0,843	38	VALID
2.	JAWABAN PERNYATAAN 2	0,312	0,666	38	VALID
3.	JAWABAN PERNYATAAN 3	0,312	0,694	38	VALID
4.	JAWABAN PERNYATAAN 4	0,312	0,830	38	VALID
5.	JAWABAN PERNYATAAN 5	0,312	0,808	38	VALID
6.	JAWABAN PERNYATAAN 6	0,312	0,879	38	VALID
7.	JAWABAN PERNYATAAN 7	0,312	0,747	38	VALID
8.	JAWABAN PERNYATAAN 8	0,312	0,802	38	VALID
9.	JAWABAN PERNYATAAN 9	0,312	0,856	38	VALID
10.	JAWABAN PERNYATAAN 10	0,312	0,901	38	VALID
11.	JAWABAN PERNYATAAN 11	0,312	0,892	38	VALID
12.	JAWABAN PERNYATAAN 12	0,312	0,843	38	VALID
13.	JAWABAN PERNYATAAN 13	0,312	0,821	38	VALID

Sumber : Hasil Pengolahan Ms.Excel Tahun 2025

Berdasarkan Tabel 3.6, untuk mengukur nilai validitas Harga (X1) ditentukan dengan melihat nilai $\alpha = 0,05$ dengan jumlah responden 38 sehingga nilai r (0,05, 38) pada Tabel Product Moment dan di dapat nilai r = 0,312. Jika hasil validitas berada di atas 0,312 maka dianggap butir pertanyaan atau instrumen tersebut sudah valid. Hasil analisis validitas untuk semua instrumen pada variabel Harga (X1) dinyatakan valid karena semua instrumen berada di atas r = 0,312.

Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X2)

Untuk lebih jelasnya validitas variabel Kualitas Pelayanan (X2) dapat dilihat koefisien validitas masing-masing butir pernyataan sebagai berikut:

Tabel 3.7
Uji Validitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

No	Daftar Pernyataan	Stat. Produk Moment	Validitas	N	Keterangan
		(r)			
1.	JAWABAN PERNYATAAN 1	0,312	0,758	38	VALID
2.	JAWABAN PERNYATAAN 2	0,312	0,731	38	VALID
3.	JAWABAN PERNYATAAN 3	0,312	0,741	38	VALID
4.	JAWABAN PERNYATAAN 4	0,312	0,736	38	VALID
5.	JAWABAN PERNYATAAN 5	0,312	0,688	38	VALID
6.	JAWABAN PERNYATAAN 6	0,312	0,712	38	VALID
7.	JAWABAN PERNYATAAN 7	0,312	0,649	38	VALID
8.	JAWABAN PERNYATAAN 8	0,312	0,577	38	VALID
9.	JAWABAN PERNYATAAN 9	0,312	0,534	38	VALID
10.	JAWABAN PERNYATAAN 10	0,312	0,586	38	VALID

Sumber : Hasil Pengolahan Ms.Excel Tahun 2025

Berdasarkan Tabel 3.7, untuk mengukur nilai validitas instrument Kualitas Pelayanan (X2) ditentukan dengan melihat nilai $\alpha = 0,05$ dengan jumlah responden 38 sehingga nilai r (0,05, 38) pada Tabel Product Moment dan di dapat nilai r = 0,312. Jika hasil validitas berada di atas 0,312 maka dianggap butir pertanyaan atau instrumen sudah valid. Hasil analisis validitas untuk semua instrumen pada variabel Kualitas Pelayanan (X2) dinyatakan valid karena semua instrumen berada di atas r = 0,312.

Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Uji validitas variabel Kualitas Pelayanan (X2) dapat dilihat koefisien validitas masing-masing butir pernyataan sebagai berikut :

Tabel 3.8
Uji Validitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No	Daftar Pernyataan	Stat. Produk Moment	Validitas	N	Keterangan
		(r)			
1.	JAWABAN PERNYATAAN 1	0,312	0,796	38	VALID
2.	JAWABAN PERNYATAAN 2	0,312	0,729	38	VALID
3.	JAWABAN PERNYATAAN 3	0,312	0,740	38	VALID
4.	JAWABAN PERNYATAAN 4	0,312	0,711	38	VALID

5.	JAWABAN PERNYATAAN 5	0,312	0,705	38	VALID
6.	JAWABAN PERNYATAAN 6	0,312	0,675	38	VALID
7.	JAWABAN PERNYATAAN 7	0,312	0,618	38	VALID
8.	JAWABAN PERNYATAAN 8	0,312	0,632	38	VALID
9.	JAWABAN PERNYATAAN 9	0,312	0,539	38	VALID
10.	JAWABAN PERNYATAAN 10	0,312	0,559	38	VALID
11.	JAWABAN PERNYATAAN 11	0,312	0,716	38	VALID
12.	JAWABAN PERNYATAAN 12	0,312	0,665	38	VALID
13.	JAWABAN PERNYATAAN 13	0,312	0,524	38	VALID

Sumber : Hasil Pengolahan Ms.Excel Tahun 2025

Berdasarkan Tabel 3.8, untuk mengukur nilai validitas instrument Kepuasan Pelanggan (Y) ditentukan dengan melihat nilai $\alpha = 0,05$ dengan jumlah responden 38 sehingga nilai $r(0,05, 38)$ pada Tabel Product Moment dan di dapat nilai $r = 0,312$. Jika hasil validitas berada di atas 0,312 maka dianggap butir pertanyaan atau instrumen sudah valid. Hasil analisis validitas untuk semua instrumen pada variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan valid karena semua instrumen berada di atas $r = 0,312$.

Uji Reliabilitas

Uji reabilitas dilakukan terhadap item pertanyaan yang dinyatakan valid. Uji ini digunakan untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah kuesioner atau stabil dari waktu ke waktu. Uji Reliabilitas dapat dilakukan secara bersama-sama terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai Alpha $> 0,60$ maka reliable (Nurrahman et al., 2020).

Instrumen (kuesioner) penelitian dikatakan memiliki reliabilitas yang sedang apabila nilai α dari Cronbach's antara 0,5 sampai 0,6. Instrumen penelitian variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel dan layak untuk dijadikan variabel

dalam pengukuran penelitian ini karena koefisien reliabel $> 0,6$. Hal ini dapat diukur dengan rumus sebagai berikut:

$$r_a = \frac{k \cdot r}{1 + (k - 1) r}$$

Keterangan:

- α = Keandalan alpha Cronbach
 r = Rata-rata Korelasi Diantara Butir Pertanyaan
 k = Jumlah Butir Pertanyaan Dalam Skala

Reliabilitas alat ukur dilihat dari nilai koefisien α (alpha) Cronbach dan instrumen dianggap reliabel apabila nilai koefisien α Cronbach $> 0,6$. Adapun uji reliabilitas untuk mengetahui apakah jawaban yang diberikan responden dapat dipercaya atau dapat diandalkan dengan menggunakan analisis reliabilitas melalui metode *Cronbach alpha*.

Uji Reliabilitas Variabel Harga

Tabel 3.9
Uji Reliabilitas Variabel Harga (X1)

Koefisien	Interpretasi
0,95	Sangat Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Tahun 2025

Dari Tabel 3.9, dapat dijelaskan bahwa instrumen atau pertanyaan memiliki koefisien keandalan atau masuk akal untuk dijadikan alat pengukuran dalam penelitian. Dimana kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai $\alpha > 0,6$.

Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Uji reliabilitas indikator dari variabel Kualitas Pelayanan (X2) dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3.10
Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

Koefisien	Interpretasi
0,92	Sangat Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Tahun 2025

Dari Tabel 3.10, dapat dijelaskan bahwa instrumen atau pertanyaan memiliki koefisien keandalan atau masuk akal untuk dijadikan alat pengukuran dalam penelitian. Dimana kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai $\alpha > 0,6$.

Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Uji reliabilitas indikator dari variabel Kualitas Pelayanan (X2) dapat dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 3.11
Uji Reliabilitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Koefisien	Interpretasi
0,93	Sangat Reliabel

Sumber: Hasil Pengolahan Data Tahun 2025

Dari Tabel 3.11, dapat dijelaskan bahwa instrumen atau pertanyaan memiliki koefisien keandalan atau masuk akal untuk dijadikan alat pengukuran dalam penelitian. Dimana kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel jika nilai $\alpha > 0,6$.

3.7.3 Uji Asumsi Klasik

Pengujian ini untuk mengetahui suatu sampel yang akan diteliti sudah dapat dilakukan suatu analisis dan model yang sudah dirancang kemudian dapat dijadikan suatu serangkaian data dan dilakukan pengujian. Dalam mendapatkan model regresi yang baik haruslah terbebas dari suatu penyimpangan data yang terdiri dari :

Uji Multikolinearitas

Pengujian kedua yaitu uji Multikolinieritas. Digunakan didalam penelitian untuk mengetahui model regresi yang diteliti memiliki suatu korelasi atau tidak. Biasanya model regresi yang baik tidak akan mengalami multikolinieritas. Untuk mengetahuinya didapat melalui pengujian nilai VIF (Variabel Inflation Factor). Jika suatu nilai VIF memiliki nilai kurang dari 10 bisa dianggap tidak ada pelanggaran. Sebaliknya jika suatu nilai VIF memiliki nilai lebih dari 10 maka adanya pelanggaran multikolinieritas. Biasanya digunakan untuk melihat apakah dalam model regresi ditemukan ada tidaknya korelasi antar variabel bebas. Dalam uji multikolinieritas Yang dikatakan model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi multikolinieritas.

Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian terakhir didalam uji asumsi klasik adalah pengujian secara heterokdastusitas. Pengujian ini melakukan uji model regresi apakah terjadi ketidaksamaan Untuk dasar sebagai analisisnya adalah sebagai berikut :

- 1) Jika ada suatu pola tertentu, serta terdapat titik-titik yang ada membentuk Suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, kemudian menyempit), maka dapat diindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas
- 2) Jika tidak ada pola tidak jelas serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y maka Dikatakan tidak terjadi heterosdekastisitas.

Uji Normalitas

Pengujian normalitas bermaksud untuk menguji suatu model variabel dependen dan independen dan melihat apakah variabel tersebut memiliki nilai distribusi normal atau tidak. Dikatakan memiliki nilai regresi yang baik jika:

- 1) Angka memperlihatkan nilai signifikan $>0,05$ maka data tersebut mempunyai distribusi normal.
- 2) Sedangkan angka memperlihatkan niali signifikan $<0,05$ maka data tidak mempunyai distribusi normal.

3.7.4 Analisis Korelasi

Untuk mengetahui besarnya derajat hubungan antara variabel bebas yaitu Harga (X1), Kualitas Pelayanan (X2) terhadap variabel terikat yaitu Kepuasan Pelanggan (Y), digunakan analisis korelasi dan analisis regresi linier berganda. Dan untuk menguji keberanian derajat r digunakan uji signifikansi antara X1,X2 dan Y dengan menggunakan statistik t dengan rumus:

$$t = \frac{\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Kriteria yang digunakan untuk menentukan tinggi rendahnya hubungan yang terjadi antara variabel sebagai berikut:

Tabel 3.12
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi

No	Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
1.	0,00 – 0,19	Sangat Rendah
2.	0,20 – 0,39	Rendah
3.	0,40 – 0,59	Cukup
4.	0,60 – 0,79	Kuat
5.	0,80 – 0,10	Sangat Kuat

Sumber: Metodologi Penelitian Bisnis oleh Sugiyono, (2008:250)

Analisis determinasi digunakan untuk mengetahui variasi hubungan variabel terikat yang disebabkan oleh variabel bebas dengan rumus sebagai berikut:

D = Koefisien determinasi

R = Koefisien Korelasi multiple

3.7.5 Analisis Regresi Linear Berganda

Regresi linier berganda adalah jenis analisis regresi di mana terdapat satu variabel terikat dan dua atau lebih variabel bebas. Menurut Sahir (2021:52) regresi berganda adalah metode analisis yang terdiri lebih dari dua variabel yaitu dua/lebih variabel independen dan satu variabel dependen. Analisis regresi linier berganda adalah analisis untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh yang signifikan secara parsial atau simultan antara dua atau lebih variabel independen terhadap satu variabel dependen, untuk mengetahui bagaimana pengaruhnya (positif atau negatif), seberapa besar pengaruhnya, dan untuk memprediksi nilai variabel dependen dengan menggunakan variabel independen.

Dimana :

Y = Kepuasan Pelanggan

X1 = Harga

X_2 = Kualitas Pelayanan

A = Nilai intercept atau konstanta

1, 2, = Koefisien regresi (nilai peningkatan atau penurunan)

3.7.6 Pengujian Hipotesis

Pengujian terhadap hipotesis yang diajukan dilakukan dengan cara sebagai berikut:

Uji t Secara Parsial

Uji t-statistik menunjukkan seberapa besar kontribusi satu variabel independen (X) terhadap penjelasan variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini variabel independennya adalah Harga (X_1), dan Kualitas layanan. Dari kedua variabel tersebut nantinya akan digabungkan untuk mempengaruhi perubahan pada kepuasan masyarakat (Y). Uji t-statistik digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat. Jika nilai t hitung lebih besar dari nilai t tabel dengan signifikansi lebih kecil dari 0,05, maka H_0 ditolak. Jika nilai t hitung lebih kecil dari nilai tabel dengan signifikansi lebih dari 0,05 maka H_0 diterima.

Uji f (Simultan)

Pengujian statistik F digunakan supaya mengetahui apakah dari beberapa variabel dependen akan memiliki hubungan dengan variabel dependen. Uji statistik F bisa juga dengan koefisien korelasi Pearson (Ghozali, 2016:179) Ketika suatu nilai F hitung kurang dari 0,05, H_0 akan ditolak. Sedangkan nilai F hitung memiliki nilai lebih besar dari 0,05 maka H_0 akan diterima Tingkat suatu signifikansi harus lebih dari 0,05 agar H_0 dapat diterima dan kurang dari 0,05 maka H_0 ditolak.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Perusahaan

4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan

1. Tahun 1922,

Pada masa penjajahan Belanda, Mata Air Koemahoekoer yang terletak di Desa Warembungan berfungsi sebagai salah satu sumber utama penyediaan air minum bagi masyarakat Kota Manado.

2. Tahun 1976,

Terbit Peraturan Daerah No. 1/Perda/WKDM/1976, yang menjadi dasar pembentukan Perusahaan Air Minum (PAM) di Kota Manado.

3. Tahun 1977,

Surat Keputusan Gubernur Sulawesi Utara No. 6 Tahun 1977 diterbitkan, memberikan persetujuan pengelolaan PAM Manado oleh Pemerintah Kota Manado dengan koordinasi Dinas Pekerjaan Umum.

4. Tahun 1986,

Perusahaan Air Minum (PAM) Manado resmi berganti nama menjadi Perusahaan Daerah Air Minum Kota Manado (PDAM Manado).

Surat Keputusan Gubernur Sulawesi Utara No. 6 Tahun 1986 dikeluarkan sebagai tindak lanjut perubahan pengelolaan.

Kewenangan pengelolaan prasarana dan sarana air bersih di Kota Manado mengalami alih tanggung jawab, yang semula berada pada Menteri Pekerjaan Umum kemudian dilimpahkan kepada Gubernur Sulawesi Utara, dan

selanjutnya diserahkan kepada Wali Kota Manado. Proses pelimpahan tersebut ditetapkan melalui Keputusan Menteri Pekerjaan Umum Nomor 16/KPTS/1986.

Keputusan Wali Kota Manado No. 288 Tahun 1986 ditetapkan, yang secara resmi mengatur pengelolaan Perusahaan Daerah Air Minum Manado.

5. Tahun 2000,

Seiring dengan diberlakukannya Undang-Undang Nomor 22 Tahun 2000 tentang Pemerintahan Daerah, terjadi perubahan nama pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Manado. Pergantian tersebut ditetapkan melalui Keputusan Wali Kota Manado Nomor 141 Tahun 2000 tanggal 21 Oktober 2000, kemudian diperkuat dengan Peraturan Daerah Nomor 14 Tahun 2000 tanggal 12 Desember 2000. Selanjutnya, pengaturan lebih lanjut mengenai perubahan tersebut dituangkan dalam Keputusan Wali Kota Manado Nomor 55 Tahun 2001 yang diterbitkan pada 1 Maret 2001.

6. Tahun 2005,

Pada tanggal 22 Oktober 2005, Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Manado bersama Pemerintah Kota Manado menjalin perjanjian kerja sama dengan BVTs dan WMD Belanda.

7. Tahun 2007,

PT Air Manado secara resmi mulai beroperasi pada tanggal 15 Januari 2007. Dalam operasionalnya, PT Air Manado menerima pengalihan aset dan liabilitas dari Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Manado.

8. Tahun 2007S/D2014,

Meskipun Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Manado tetap berstatus sebagai organisasi kelembagaan yang didukung oleh Peraturan Daerah (Perda), namun lembaga tersebut tidak lagi menjalankan operasional karena konsesi, sumber daya manusia, dan asetnya telah dialihkan kepada PT Air Manado.

9. Tahun 2012,

Berdasarkan hasil Rapat Umum Pemegang Saham (RUPS) PT Air Manado yang dilaksanakan pada tanggal 25 Juni 2012 sebagaimana tercantum dalam Risalah RUPS Nomor 13, diputuskan antara lain:

Memberikan kuasa kepada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Manado untuk menerima aset yang sebelumnya dimanfaatkan oleh PT Air Manado.

Melanjutkan wilayah konsesi di Kecamatan Mapanget sesuai dengan peta wilayah konsesi yang telah ditetapkan.

10. Tahun 2014,

Melalui Berita Acara No. 07/PK.PAM/2014, Kepala Satuan Kerja Pengembangan Kepuasan Pelanggan Dinas Pengelolaan Air Minum Provinsi Sulawesi Utara menyerahkan aset Sistem Penyediaan Air Minum (SPAM) IKK Mapanget kepada Wali Kota Manado pada tanggal 9 Desember 2014. Penyerahan tersebut dilakukan atas nama Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat, Direktorat Pengembangan Air Minum.

Selanjutnya, berdasarkan Berita Acara No. 690/KD-PU/653, Kepala Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Sulawesi Utara melalui Unit Pelaksana Teknis Air Minum menyerahkan pengelolaan administrasi pelanggan air minum kepada Direktur Utama PDAM Kota Manado pada tanggal 16 Desember 2014.

11. Tahun 2015-2017

Pelayanan air minum di Kecamatan Mapanget, Kota Manado, secara resmi diambil alih oleh Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Manado pada tanggal 1 Januari 2015. Unit Sistem Penyediaan Air Minum (SPAM) IKK Mapanget mulai memberikan pelayanan perdana dengan kapasitas produksi sebesar 20 liter per detik dan jumlah pelanggan awal sebanyak 164 sambungan rumah (SR).

12. Tahun 2017-2021

Pada pertengahan tahun 2017, PDAM Kota Manado menambah sebanyak 430 sambungan rumah (SR) di wilayah Kecamatan Buha. Selanjutnya, pada tahun 2018 dilakukan serah terima Instalasi Pengolahan Air (IPA) Pandu yang melayani sekitar 370 SR di Kecamatan Pandu, serta penambahan satu unit IPA SPAM SWRO (Salt Water Reverse Osmosis) di Kabupaten Kepulauan Bunaken dengan 319 SR pada tahun 2019.

Pada tahun 2020 hingga 2021, PDAM Kota Manado kembali memperluas cakupan pelayanan dengan penambahan 2.164 SR melalui pemasangan oleh Dinas PUPR, 1.558 SR melalui program Badan Penanggulangan Bencana Daerah Kota Manado, serta 250 SR yang bersumber dari Dana Alokasi Khusus (DAK).

4.1.2 Lokasi dan Telepon Perusahaan

Tabel 4.1
Lokasi dan Telepon PDAM Wanua Wenang Manado

Alamat	Jl. Yos Sudarso No. 65 Paal Dua
Telpon	+62 812 5666 6203

Sumber : Olahan data tahun 2025

4.1.3 Visi dan Misi Perusahaan

Visi

Menjadi PDAM yang handal dengan berorientasi kepada Kualitas, Kuantitas dan Kontinuitas pelayanan.

Misi

- 1) Menjalankan bisnis perusahaan dengan menerapkan prinsip tata Kelola perusahaan yang baik.
- 2) Menjaga serta meningkatkan hubungan dengan pemerintah daerah.
- 3) Meningkatkan cakupan pelayanan.
- 4) Meningkatkan potensi Pegawai.
- 5) Meningkatkan Kesejahteraan Pegawai.

4.1.4 Deskripsi Pekerjaan

Direktur Utama

- 1) Bertanggung jawab kepada Kuasa Pemilik Modal (KPM) dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya.
- 2) Menyusun dan mengendalikan strategi bisnis perusahaan secara menyeluruh.
- 3) Menyusun dan mengorganisir Visi dan Misi perusahaan.

- 4) Menyusun strategi pengembangan perusahaan baik dari sisi produksi, jaringan maupun pemasaran.
- 5) Menyampaikan Laporan Keuangan, Laporan Bisnis dan Kepuasan Pelanggan perusahaan kepada KPM.
- 6) Mengawasi semua kegiatan perusahaan baik internal maupun external.
- 7) Mengevaluasi pencapaian dan Kepuasan Pelanggan perusahaan dan staff.
- 8) Mengatur seluruh system manajemen perusahaan bagi perkembangan dan kemajuan perusahaan.
- 9) Merealisasikan dan melaksanakan rencana serta prosedur yang ditetapkan melalui pendelegasian wewenang kepada staff dibawah tanggung jawabnya.
- 10) Memotivasi seluruh Responden agar bekerja secara professional, effien dan efektif.

Staff Khusus Direktur Utama

- 1) Membantu Direktur Utama dalam melakukan pekerjaan yang berhubungan dengan pihak external dan stake holder.
- 2) Melakukan pekerjaan yang berhubungan dengan masyarakat.
- 3) Memberikan masukan kepada Direktur Utama hal2 yang ditemukan di lapangan

Satuan Pengawas Internal

- 1) Bertanggung jawab kepada Direktur Utama dalam melaksanakan tugasnya.
- 2) Menyusun perencanaan pengawasan dan pemeriksaan baik administrasi maupun teknik.

- 3) Membuat program pemeriksaan harian, mingguan, bulanan terhadap dugaan pencurian air, sambungan liar baik domestik maupun non domestik.
- 4) Mengawasi pelaksanaan pengawasan oleh supervisor dan staff.
- 5) Mengarahkan dan memonitor jalannya pengawasan oleh supervisor dan staff.
- 6) Menyusun laporan hasil audit setiap bulan kepada Direktur Utama.
- 7) Memberikan rekomendasi kepada Direktur Utama hasil pemeriksaan dilapangan.

Corporate Secretary

- 1) Menyusun jadwal Direktur Utama dalam setiap kegiatan dan rapat.
- 2) Mengarahkan semua Anggota Corporate Secretary dalam melaksanakan tugas.
- 3) Mendampingi Direktur Utama baik dalam rapat maupun kunjungan keluar kantor.
- 4) Menyediakan semua kebutuhan kantor Direktur Utama.
- 5) Membuat surat Direktur Utama baik surat external maupun internal.
- 6) Mengadministrasikan dengan baik semua surat baik surat masuk maupun keluar.
- 7) Mensirkulasi surat yang masuk dari pihak external.
- 8) Mengelola Petty Cash.

Dept. HRD & Legal

- 1) Bertanggung jawab kepada Direktur Utama dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya.

- 2) Mengsupervisi semua kegiatan Sumber Daya Manusia, Personil, dan Remunerasi Responden.
- 3) Mengsupervisi semua keperluan legalitas perusahaan, masalah hukum, dan segala kerjasama.
- 4) Merencanakan dan mengendalikan proses rekrutmen, penempatan, dan pengembangan Responden.
- 5) Merencanakan dan mengendalikan struktur gaji Responden.
- 6) Merencanakan dan mengendalikan remunerasi Responden.
- 7) Merencanakan dan mengendalikan semua peraturan perusahaan dan Responden.
- 8) Menyusun program perekrutan Responden.
- 9) Membuat program pengembangan karir Responden.
- 10) Menyusun program pelatihan bagi seluruh Responden.
- 11) Memantau seluruh proses administrasi Responden perusahaan.
- 12) Menyusun program reward dan punishment Responden.
- 13) Merencanakan dan mengatur serta memantau kedisiplinan Responden.

Unit Personalia

- 1) Memastikan mengawasi proses rekrutmen Responden berjalan dengan baik.
- 2) Memastikan calon Responden di rekrut sesuai dengan prosedur.
- 3) Memastikan program pengembangan Responden berjalan dengan baik.
- 4) Memastikan training terhadap Responden dilakukan sesuai dengan jenjang karir.
- 5) Memastikan data base Responden dibuat dengan baik dan up to date.

Unit Penggajian dan Remunerasi

- 1) Melakukan survey gaji dalam rangka menyusun program remunerasi perusahaan.
- 2) Membuat daftar gaji dan remunerasi perusahaan untuk dibahas di tingkat management.
- 3) Meneliti semua program Responden dan pensiunan sesuai dengan undang-undang yang berlaku.
- 4) Membuat struktur gaji dan golongan Responden.
- 5) Membuat program kesejahteraan Responden.
- 6) Menganalisa beban kerja Responden disesuaikan dengan remunerasi yang diterima.

Unit Legal

- 1) Melaksanakan fungsi pengaturan serta pengawasan terhadap perizinan usaha yang berkaitan dengan berbagai jenis kegiatan ekonomi.
- 2) Menindaklanjuti permasalahan hukum di dalam maupun di luar yang menyangkut perusahaan.
- 3) Berkoordinasi dengan instansi lain dalam penyelesaian masalah hukum.
- 4) Mengurus dan merumuskan perjanjian kerja sama yang dijalankan perusahaan.
- 5) Melakukan penyesuaian serta penyempurnaan terhadap peraturan pemerintah yang baru ditetapkan, khususnya yang berhubungan dengan operasional dunia usaha.

- 6) Mengurus dan menyimpan dokumen-dokumen perusahaan, dan surat-surat terkait.

Divisi Admin Umum dan Keuangan

- 1) Bertanggung jawab kepada Direktur Utama dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya.
- 2) Memimpin dan mengkoordinasikan tugas dibidang Akuntansi, Keuangan, Umum dan Sistem Informasi Teknologi.
- 3) Menyusun Rencana Kerja dan Anggaran Perusahaan.
- 4) Mengendalikan program dibidang Akuntansi, Keuangan, Anggaran, Loker, IT, Umum, Gudang, Aset, Barang dan Jasa, Keamanan dan Kebersihan.
- 5) Melakukan evaluasi secara berkala terhadap pencapaian target perusahaan.
- 6) Menyiapkan laporan manajemen dan keuangan baik bulanan, triwulan dan tahunan.
- 7) Menyusun strategi Human Resources baik dari segi recruitment, pengembangan staff, remuneration dan pensiun.
- 8) Menyusun rencana pengembangan dan perbaikan infrastruktur kantor dan instalasi.
- 9) Menyusun strategi pengelolaan semua aset perusahaan.
- 10) Menyusun strategi dibidang IT.
- 11) Menyusun strategi pengadaan barang dan jasa serta perusahaan.
- 12) Mengatur manajemen gudang.

Dept. Umum

- 1) Menyusun rencana pengadaan barang dan jasa dan inventaris perusahaan.
- 2) Menyusun rencana pemeliharaan dan perbaikan inventaris perusahaan.
- 3) Mengawasi semua pengadaan barang dan jasa.
- 4) Memastikan semua pembelian barang dan jasa dengan harga yang murah.
- 5) Memastikan semua permintaan barang dan jasa dari user dilakukan on time.
- 6) Memastikan stok barang di gudang tersedia dalam jumlah minimum.
- 7) Mengawasi pelaksanaan stock opname gudang setiap bulan.
- 8) Mengawasi keamanan kantor berjalan dengan baik.
- 9) Mengawasi kebersihan seluruh area kantor dan halaman.

Unit Gudang

- 1) Menyusun perencanaan kebutuhan bahan kimia bagi kebutuhan produksi.
- 2) Menyusun perencanaan kebutuhan pipa dan aksesoris.
- 3) Mengkoordinir saldo persediaan barang baik bahan kimia, pipa dan aksesoris yang ada di gudang.
- 4) Bertanggung jawab terhadap kegiatan penerimaan, penyimpanan serta pengeluaran barang.
- 5) Bertanggung jawab dalam pengelolaan stok bahan kimia, pipa, aksesoris distribusi peralatan dan perlengkapan.
- 6) Memeriksa semua dokumen pembelian sesuai dengan barang yang diterima.

- 7) Melakukan pemeriksaan terhadap kuantitas dan kualitas barang sesuai dengan pesanan serta melaporkan jika ada barang yang kurang serta tidak sesuai permintaan.
- 8) Menyimpan, menyusun dan menjaga semua barang-barang persediaan yang ada di gudang secara rapih dan mudah di hitung.
- 9) Secara berkala melaporkan keadaan barang persediaan yang ada di gudang.
- 10) Melakukan stock opname barang yang ada di gudang setiap bulan.

Unit Inventarisasi Aset

- 1) Membuat data base semua aset perusahaan baik aset tetap maupun bergerak.
- 2) Memastikan semua bangunan dan tanah mempunyai sertifikat resmi.
- 3) Memastikan semua surat-surat kendaraan lengkap kendaraan perusahaan.
- 4) Memastikan semua pajak kendaraan dibayar on time.

Unit Pengadaan Barang dan Jasa

- 1) Menyusun rencana kebutuhan bahan kimia, pipa dan aksesoris.
- 2) Menyelenggarakan pengadaan barang sesuai dengan wewenang.
- 3) Menyelenggarakan penyusunan harga referensi melalui kegiatan survey pasaran pabrik, distributor dan agen instalasi pemerintah.
- 4) Mengawasi dan mengevaluasi kuantitas dan kualitas hasil pengadaan.
- 5) Monitor proses pengadaan, penerimaan barang dan penyelesaian kewajiban pembayaran.

Unit Maintenance Bangunan

- 1) Membuat program maintenance semua bangunan perusahaan.

- 2) Memastikan dan melakukan maintenance secara rutin baik bangunan gedung kantor, kendaraan, AC.
- 3) Memastikan dan melakukan maintenance rutin semua komputer, printer.

Unit Keamanan dan Kebersihan

- 1) Menyusun jadwal pelaksanaan shift bagi petugas keamanan.
- 2) Memastikan semua petugas keamanan berada di tempat tugas masing-masing sesuai dengan jadwal.
- 3) Melakukan apel secara rutin dengan petugas keamanan.
- 4) Memastikan semua area kantor dan toilet dibersihkan setiap hari.
- 5) Memastikan semua taman dirawat dengan baik.
- 6) Memastikan rumput di semua area kantor dipangkas secara rutin.

Dept. Akuntansi dan Keuangan

- 1) Bertanggung jawab kepada Kepala Divisi Admin Umum dan Keuangan dalam tugas dan tanggung jawabnya.
- 2) Menyusun rencana kerja bidang Akuntansi, Keuangan dan IT perusahaan.
- 3) Supervisi dibidang keuangan Akuntansi, Keuangan dan IT.
- 4) Merencanakan dan menyusun laporan keuangan baik bulanan, triwulan maupun tahunan.
- 5) Merencanakan dan mengendalikan budget anggaran dan belanja perusahaan.
- 6) Merencanakan dan mengendalikan Cash Flow perusahaan.
- 7) Merencanakan dan mengendalikan Sistem Informasi Perusahaan.
- 8) Merencanakan dan mengendalikan IT perusahaan.

- 9) Merencanakan dan mengkoordinasikan pengembangan sistem dan prosedur akuntansi dan keuangan.

Unit Akuntansi

- 1) Menyusun laporan keuangan baik harian, bulanan, triwulan maupun tahunan untuk diserahkan kepada manager Dept. Akuntansi dan Keuangan.
- 2) Memastikan semua transaksi telah dicatat dan dijurnal dengan benar dan akurat.
- 3) Membuat aging report piutang.
- 4) Menganalisa DRD yang ditertibkan dan membuat daftar tagihan.
- 5) Memastikan siklus akuntansi berjalan dengan baik.

Unit Keuangan

- 1) Menganalisa dan melakukan pembayaran terhadap hutang yang sudah jatuh tempo.
- 2) Memeriksa semua pembayaran baik melalui kas kecil maupun transfer.
- 3) Membuat aging report terhadap hutang perusahaan sesuai jatuh tempo.
- 4) Mengawasi dan meneliti semua dokumen yang berhubungan dengan invoice pembayaran.
- 5) Membuat schedule pembayaran baik hutang maupun pajak.
- 6) Mengawasi pembayaran yang dilakukan oleh kasir.
- 7) Melakukan pembayaran pajak baik PPN PPH 21 dan pajak lainnya sebelum jatuh tempo.

Unit Anggaran

- 1) Membantu manajemen dalam menyusun anggaran perusahaan.
- 2) Membuat sistem/tool variance budget anggaran perusahaan dan realisasinya.
- 3) Mengkoordinir semua data dari semua departemen dalam rangka penyusunan anggaran perusahaan.
- 4) Membuat dan menganalisa budget variance setiap bulan dan melaporkan kepada Manager Akuntansi dan Keuangan.
- 5) Memberikan masukan kepada manager Akuntansi dan Keuangan hasil analisa.

Unit Sistem Informasi

- 1) Mengimplementasikan semua pengembangan sistem informasi di perusahaan.
- 2) Memastikan semua pengembangan sistem informasi berjalan dengan baik.
- 3) Memastikan sistem informasi dan jaringan IT berjalan baik, dan jika terjadi permasalahan segera dilakukan perbaikan.
- 4) Memastikan sistem dashboard berjalan dengan baik.
- 5) Memastikan sistem dan software akuntansi berjalan dengan baik.
- 6) Melakukan penelitian secara rutin untuk mengembangkan sistem informasi agar selalu mengikuti perkembangan yang ada.
- 7) Memelihara website perusahaan agar berjalan lancar dan up to date.

Unit Loker

- 1) Mengkoordinir semua staff loket, baik loket paal 2, Bank Mandiri dan Loket Pandu dalam melayani pembayaran pelanggan.

- 2) Menerima pembayaran pelanggan melalui loket.
- 3) Memberikan pelayanan yang baik dan ramah kepada seluruh pelanggan.
- 4) Menerima keluhan pelanggan dan memberikan solusi yang baik.
- 5) Membuat laporan penerimaan loket setiap sore dan melaporkan kepada Manager.

Divisi Hubungan Langgan

- 1) Bertanggung jawab kepada Direktur Utama dalam melaksanakan tugasnya.
- 2) Menyusun rencana strategi pemasaran dan pelayanan kepada pelanggan.
- 3) Menyusun strategi dalam mencapai target penjualan dan pendapatan perusahaan.
- 4) Menyusun strategi dalam rangka mengaktifkan pelanggan yang non aktif baik pelanggan domestik maupun non domestik.
- 5) Membuat perencanaan dan mengawasi pelaksanaan penertiban baik pelanggan yang menunggak maupun sambungan liar.
- 6) Membuat perencanaan pelayanan pelanggan dan mengawasinya agar pelayanan pelanggan maksimal.
- 7) Berkoordinasi dengan Divisi Distribusi dalam merencanakan perluasan cakupan pelayanan air.
- 8) Mengevaluasi kerja staff dibawah supervisinya.

Dept. Hubungan Langgan

- 1) Bertanggung jawab kepada Kepala Divisi Hubungan Langgan dalam melaksanakan tugasnya.

- 2) Menyusun rencana pelayanan yang maksimal bagi semua pelanggan.
- 3) Menganalisa target dan pencapaian sambungan baru.
- 4) Menjalin hubungan yang baik dengan pelanggan.
- 5) Menyusun konsep promosi bagi pencapaian target sambungan baru.
- 6) Menyusun visit program bagi pelanggan potensial baik domestik maupun non domestik.
- 7) Membuat rencana penagihan kepada semua pelanggan non domestik.

Unit CS

- 1) Mengkoordinir seluruh staff Customer Service.
- 2) Membagi tugas kepada seluruh staff Customer Services.
- 3) Bersama dengan staff CS membantu menyelesaikan keluhan pelanggan.
- 4) Mengkoordinir dan memastikan semua JO keluhan pelanggan di distribusikan kepada yang bekepentingan.
- 5) Memonitor semua JO yang didistribusikan agar dikerjakan dalam waktu 1x24 jam.
- 6) Bersama sama dengan staff CS mengevaluasi hasil kerja setiap hari.

Unit Baca Meter & Tangki

- 1) Mengawasi seluruh pelaksanaan tugas staf baca meter dan perhitungan kubikasi pemakaian air.
- 2) Menyusun jadwal pembaca meter sesuai dengan wilayahnya.
- 3) Menganalisa dan menyelidiki sebab penurunan dan kenaikan pemakaian air pelanggan dan melakukan koreksi.

- 4) Menyusun laporan penggunaan kubikasi air pelanggan secara sistematis dan menyerahkan kepada Sistem Informasi.
- 5) Menerima dan menindak lanjuti pengaduan pelanggan terhadap hasil baca meter.
- 6) Mengumpulkan dan melaporkan data mengenai penyalahgunaan air, pengrusakan meter, ketidak wajaran pembaca meter dll.
- 7) Menetapkan wilayah masing-masing staf baca meter.
- 8) Memastikan penyaluran air tangki baik penjualan maupun pelayanan sesuai dengan JO.

Unit Buka Tutup & Pasang Baru

- 1) Mengkoordinir semua Job Order kegiatan penyegelan dan buka segel pelanggan menunggak dan pencurian air.
- 2) Mengkoordinir semua JO pasang baru terhadap pelanggan yang non aktif.
- 3) Bersama-sama dengan Supervisor Penertiban memonitor dan mengawasi penyegelan dan buka segel pelanggan yang menunggak.
- 4) Bersama-sama dengan staff melakukan penyegelan, buka segel dan pasang baru pelanggan yang menunggak.
- 5) Melakukan evaluasi terhadap target harian, mingguan dan bulanan.
- 6) Melaporkan kepada manager kegiatan penyegelan, buka segel dan pasang baru pelanggan yang menunggak.

Unit Restrak & Pengaduan

- 1) Mengoordinir semua staff pengaduan dan restrukturisasi tagihan air.

- 2) Menganalisa semua pengaduan dan permohonan restrukturisasi atas tagihan air.
- 3) Menyerahkan kepada unit seal meter jika pengaduan berhubungan dengan masalah meter.
- 4) Memberikan rekomendasi kepada Manager, Kadiv dan Dirut atas pengaduan dan permohonan restrukturisasi tagihan air.

Dept. Penertiban

- 1) Menyusun rencana penertiban dan penyegelan pelanggan yang menunggak
- 2) Mengkoordinir dan melaksanakan penertiban dan penyegelan serta pemutusan sambungan rumah. Sesuai dengan surat perintah.
- 3) Mengadakan pengawasn secara rutin di terhadap pelanggan yang berpotensi penyalaguan air.
- 4) Melakukan penelitian terhadap pemasangan pipa dan penyambungan ilegal.
- 5) Melaksanakan penelitian dan pemeriksaan meter atas pengaduan pelanggan.
- 6) Bekerja sama dengan supervisor pembaca meter guna menertibkan sambungan pelanggan.
- 7) Menandatangani laporan penyegelan.

Dept. Marketing

- 1) Bertanggung jawab kepada Kepala Divisi Hubungan Langgan dalam melaksanakan tugasnya.
- 2) Menyusun rencana pelayanan yang maksimal bagi semua pelanggan.
- 3) Menjalin hubungan baik dengan semua pelanggan.

- 4) Merencanakan dan mengawasi pelaksanaan sistem yang efektif dan efisien dalam program pemasangan baru dan buka tutup segel.
- 5) Membuat perencanaan dan strategi restrukturisasi baik pelanggan non aktif maupun yang menunggak dan pengaduan pelanggan.
- 6) Menyusun rencana dan mengawasi penjualan air tangki dan pelayanan air tangki kepada pelanggan dan non pelanggan.

Unit Domestik

- 1) Menjalin hubungan baik dengan semua pelanggan rumah tangga.
- 2) Melakukan pelaksanaan sistem yang efektif dan efisien dalam program pemasangan baru dan buka tutup segel untuk seluruh pelanggan rumah tangga.
- 3) Menindaklanjuti segala rencana dan strategi restrukturisasi baik pelanggan non aktif maupun yang menunggak dan pengaduan pelanggan.
- 4) Mensupervisi penagihan pelanggan rumah tangga.

Unit Corporate

- 1) Menjalin hubungan baik dengan semua pelanggan baik Instansi Pemerintah, Niaga Besar, Niaga Kecil, Air Curah, Sosial Umum, dan Kedutaan.
- 2) Melakukan pelaksanaan sistem yang efektif dan efisien dalam program pemasangan baru dan buka tutup segel untuk seluruh pelanggan baik Instansi Pemerintah, Niaga Besar, Niaga Kecil, Air Curah, Sosial Umum, dan Kedutaan.
- 3) Menindaklanjuti segala rencana dan strategi restrukturisasi baik pelanggan non aktif maupun yang menunggak dan pengaduan pelanggan baik Instansi

Pemerintah, Niaga Besar, Niaga Kecil, Air Curah, Sosial Umum, dan Kedutaan.

- 4) Mensupervisi penagihan pelanggan baik Instansi Pemerintah, Niaga Besar, Niaga Kecil, Air Curah, Sosial Umum, dan Kedutaan.

4.1.5 Makna dan Logo Perusahaan

Logo PDAM Wanua Wenang Manado



Gambar 4.1
Logo Perusahaan

Sumber: Kantor PDAM Wanua Wenang Manado Tahun 2025

Tetes air (warna putih/abu-abu)

Melambangkan sumber kehidupan: air bersih dan murni, yang menjadi layanan utama PDAM.

Lingkaran merah di bawah tetesan

Warna merah sering dikaitkan dengan semangat, energi, dan tekad. Bisa melambangkan upaya PDAM dalam menyediakan air dengan penuh kegigihan serta dedikasi tinggi.

Lingkar luar hitam

Memberikan kesan stabilitas dan profesionalisme. Juga bisa menunjukkan perlindungan, seperti sistem distribusi dan struktur yang kuat dalam pelayanan PDAM.

Komposisi keseluruhan (tetesan dalam lingkaran)

Menciptakan visual seperti atau mengingatkan pada teknologi filter atau instalasi water treatment. Menegaskan fokus PDAM terhadap kualitas dan pengolahan air.

Teks “PDAM Manado” di bagian bawah

Memberikan identitas jelas terhadap institusi yang diwakili logo ini, yakni PDAM Wanua Wenang di Kota Manado.

4.1.6 Sumber Daya Perusahaan

Keberlanjutan operasional PDAM Wanua Wenang Manado sangat dipengaruhi oleh kualitas sumber daya manusia yang dimilikinya. Dalam mengevaluasi efektivitas serta kompetensi tenaga kerja, faktor-faktor seperti usia, jenis kelamin, dan tingkat pendidikan menjadi aspek penting yang patut diperhatikan

Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Sebagaimana ditampilkan pada Tabel 4.2, jumlah responden perempuan pada PDAM Wanua Wenang Manado berdasarkan kategori jenis kelamin tercatat sebanyak 28 orang.

Tabel 4.2
Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin Yang Ada Pada PDAM
Wanua Wenang Manado

No	Jenis Kelamin	Jumlah
----	---------------	--------

1.	Laki-laki	10 Orang
2.	Perempuan	28 Orang
	Total	38 Orang

Sumber: Kantor PDAM Wanua Wenang Manado Tahun 2025

Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan pendidikan yang ada di PDAM Wanua Wenang Manado, di temui Responden yang berpendidikan SMA/SMK paling banyak yaitu berjumlah 20 orang Responden, dapat di lihat pada Tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3
Data Responden Berdasarkan Pendidikan Yang Ada Pada PDAM Wanua Wenang Manado

No	Pendidikan	Jumlah
1.	SD	3 Orang
2.	SMP	5 Orang
3.	SMA/SMK	20 Orang
4.	D III/D-IV/S1/S2	10 Orang
	Total	38 Orang

Sumber: Kantor PDAM Wanua Wenang Manado Tahun 2025

Jumlah Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan usia yang ada di PDAM Wanua Wenang Manado, di temui Responden yang berusia 40-49 tahun paling banyak yaitu berjumlah 20 orang Responden, dapat di lihat pada Tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4
Data Responden Berdasarkan Usia Yang Ada Pada PDAM Wanua Wenang Manado

No	Usia	Jumlah
1.	≤ 19	0 Orang
2.	20-29	9 Orang
3.	30-39	4 Orang
4.	40-49	20 Orang
5.	50-66	5Orang
	Total	38 Orang

Sumber: Kantor PDAM Wanua Wenang Manado Tahun 2025

4.2 Hasil Analisis

4.2.1 Deskripsi Responden

Sampel pengguna air PDAM Wanua Wenang Manado berpartisipasi dalam penelitian ini, yang dilaksanakan pada instansi tersebut. Selanjutnya, akan dipaparkan deskripsi umum mengenai partisipan penelitian berdasarkan data yang diperoleh. Komposisi responden disajikan menurut beberapa kategori, antara lain usia, jenis kelamin, dan latar belakang pendidikan.

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden dalam penelitian ini diklasifikasikan ke dalam dua kelompok berdasarkan jenis kelamin, yakni laki-laki dan perempuan. Hasil distribusi kuesioner menunjukkan bahwa jumlah responden perempuan lebih dominan dibandingkan laki-laki. Dari total responden, sebanyak 23 orang (57,9%) merupakan perempuan, sedangkan 15 orang (42,1%) adalah laki-laki. Rincian jumlah responden tersebut disajikan pada Tabel 4.5 :

Tabel 4.5
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Laki – laki	15	57,9 %
2	Perempuan	23	42,1 %
	Jumlah	38	100 %

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2025

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Dalam penelitian ini (50%) merupakan lulusan sarjana sebanyak 19 orang. Sementara itu, terdapat 1 responden (2,6%) yang berpendidikan terakhir sekolah menengah pertama, serta 18 responden (47,2%) yang telah menamatkan pendidikan

pada jenjang sekolah menengah atas. Informasi lebih rinci mengenai latar belakang pendidikan responden dapat dilihat pada Tabel 4.6.

Tabel 4.6
Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Masa Kerja	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SARJANA	19	50 %
2	SMA	18	47,4 %
3	SMP	1	2,6 %
	Jumlah	38	100 %

Sumber : Data Primer Diolah Tahun 2025

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil penelitian, mayoritas pelanggan berada pada kelompok usia 36–45 tahun, yaitu sebanyak 21 orang (55,2%). Kelompok usia berikutnya adalah 26–35 tahun dengan jumlah 15 orang (39,4%), sedangkan kelompok usia 46–56 tahun berjumlah 2 orang (5,2%). Data mengenai jumlah responden berdasarkan usia selengkapnya dapat dilihat pada Tabel 4.7 berikut. :

Tabel 4.7
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	<25	0	0%
2	26 – 35 Tahun	15	39,4 %
3	36 – 45 Tahun	21	55,2 %
4	46 – 56 Tahun	2	5,2 %
	Jumlah	38	100

Sumber Data Primer Di Olah Tahun 2025

Hasil Analisis Instrumen Jawaban Responden

Penelitian ini melibatkan dua variabel independen, yaitu harga (X1) dan kualitas layanan (X2), serta satu variabel dependen, yaitu kepuasan pelanggan (Y). Temuan penelitian diperoleh dari tanggapan yang diberikan oleh partisipan melalui

kuesioner. Uraian berikut menyajikan hasil analisis statistik deskriptif untuk masing-masing variabel penelitian, meliputi variabel harga, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan.

Tabel 4.8
Rentang Skala Untuk Kategori Nilai Rata –Rata Skor Jawaban

No	Rentang Skala Nilai	Kategori	Keterangan
1	1 – 1,25	Tidak Baik	TB
2	1,26 – 2,50	Kurang Baik	KB
3	2,51 – 3,75	Baik	B
4	3,76 – 5,00	Sangat Baik	SB

Sumber : Hasil olahan data tahun 2025

Harga (Variabel X1)

Harga ini akan menggambarkan penilaian Pelanggan mengenai Harga yang ada di PDAM Wanua Wenang Manado. Variabel Harga diukur dari 13 item atau instrumen yang dibuat berdasarkan empat indikator : 1) Keterjangkauan Harga, 2) Kesesuaian Harga, 3) Daya saing harga, 4) Kesesuaian harga dengan manfaat.

Dari jawaban responden hasil analisis Tabel. 4.9 menunjukkan bahwa instrument jawaban responden Harga Responden PPDAM Wanua Wenang Manado dikategorikan baik. Dari hasil analisis dari 13 instrumen pertanyaan didapatkan nilai skor jawaban rata-rata sebesar (3,29) berada pada kategori baik. Ini berarti instrument jawaban responden variabel Harga dikategorikan baik namun perlu dimaksimalkan agar menjadi sangat baik.

Berikut tanggapan dari responden mengenai Harga pada PDAM Wanua Wenang Manado dapat dilihat pada Tabel 4.9 dibawah ini sebagai berikut :

Tabel 4.9
Instrumen Jawaban Responden Harga
Pada PDAM Wanua Wenang Manado

INSTRUMEN JAWABAN HARGA (X1)												
Item	frekuensi (F) dan Presentase (%) Jawaban dari Responden										Mean	Kategori
	1		2		3		4		5			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Keterjangkauan Harga												
X1.1	9	24%	6	16%	8	21%	11	29%	4	11%	2,87	B
X1.2	4	11%	10	26%	12	32%	10	26%	2	5%	2,89	B
X1.3	8	21%	9	24%	12	32%	7	18%	2	5%	2,63	B
X1.4	1	3%	5	13%	8	21%	12	32%	12	32%	3,76	SB
Mean Indikator 1											3,04	B
Kesesuaian Harga												
X1.5	5	13%	6	16%	10	26%	11	29%	6	16%	3,18	B
X1.6	6	16%	6	16%	11	29%	10	26%	5	13%	3,05	B
X1.7	1	3%	7	18%	9	24%	12	32%	9	24%	3,55	B
Mean Indikator 2											3,26	B
Daya Saing Harga												
X1.8	10	26%	6	16%	7	18%	11	29%	4	11%	2,82	B
X1.9	0	0%	6	16%	5	13%	14	37%	13	34%	3,89	SB
X1.10	0	0%	6	16%	6	16%	15	39%	11	29%	3,82	SB
Mean Indikator 3											3,51	B
Kesesuaian Harga dengan Harapan												
X1.11	5	13%	5	13%	11	29%	11	29%	6	16%	3,21	B
X1.12	0	0%	8	21%	6	16%	11	29%	13	34%	3,76	SB
X1.13	6	16%	5	13%	13	34%	9	24%	5	13%	3,05	B
Mean Indikator 4											3,34	B
Mean Variabel											3,29	B

Sumber : Hasil pengolahan data ms excel tahun 2025

Kualitas Pelayanan (Variabel X2)

Karakteristik Kualitas Pelayanan ini akan menggambarkan penilaian Responden mengenai karakteristik Kualitas Pelayanan yang ada di PDAM Wanua Wenang Manado. Variabel Kualitas Pelayanan diukur dari 10 item yang dibuat berdasarkan lima indikator : 1) Reliabilitas, 2) Daya tanggap, 3) Kompetensi, 4) Akses, 5) Komunika. Berikut instrument jawaban responden mengenai karakteristik Kualitas Pelayanan pada PDAM Wanua Wenang Manado dapat dilihat Tabel 4.10 dibawah ini :

Tabel 4.10
Instrumen Jawaban Responden Kualitas Pelayanan Pada
PDAM Wanua Wenang Manado

INSTRUMEN JAWABAN KUALITAS PELAYANAN (X2)												
Item	frekuensi (F) dan Presentase (%)) Jawaban dari Responden										Mean	Kategori
	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Reliabilitas												
X2.1	10	26%	8	21%	7	18%	9	24%	4	11%	2,71	B
X2.2	6	16%	7	18%	4	11%	12	32%	9	24%	3,29	B
X2.3	2	5%	11	29%	6	16%	10	26%	9	24%	3,34	B
Mean Indikator 1											3,11	B
Daya Tanggap												
X2.4	1	3%	10	26%	7	18%	11	29%	9	24%	3,45	B
X2.5	1	3%	8	21%	5	13%	14	37%	10	26%	3,63	B
Mean Indikator 2											3,54	B
Kompetensi												
X2.6	1	3%	5	13%	7	18%	15	39%	10	26%	3,74	B
X2.7	1	3%	6	16%	8	21%	10	26%	13	34%	3,74	B
Mean Indikator 3											3,74	B
Akses												
X1.8	1	3%	6	16%	9	24%	10	26%	12	32%	3,68	B
X1.9	4	11%	7	18%	6	16%	10	26%	11	29%	3,45	B
Mean Indikator 4											3,57	B
Komunikasi												
X2.10	5	13%	4	11%	8	21%	10	26%	11	29%	3,47	B
Mean Indikator 5											3,47	B
Mean Variabel											3,49	B

Sumber : Hasil pengolahan data ms excel tahun 2025

Dari jawaban responden hasil analisis di atas menunjukkan bahwa instrument jawaban responden terhadap Kualitas Pelayanan PDAM Wanua Wenang Manado, yaitu dari 15 instrumen pertanyaan didapatkan nilai skor jawaban rata-rata sebesar (3.49) berada pada kategori baik. Ini berarti instrument jawaban responden terhadap variabel Kualitas Pelayanan dikategorikan baik namun perlu di maksimalkan karena masih terdapat gap.

Kepuasan Pelanggan (Y)

Kinerja ini akan menggambarkan penilaian para Responden mengenai hal seputar Kinerja yang berlaku di PDAM Wanua Wenang Manado. Variabel Kepuasan Pelanggan diukur dari 13 item yang dibuat berdasarkan 5 indikator : 1) Kesesuaian harapan, 2) Kualitas layanan yang dirasakan, 3) nilai yang diterima, 4)

Kepuasan terhadap keputusan pembelian, 5) Kesetiaan. Berikut jawaban dari responden mengenai Kepuasan Pelanggan di PDAM Wanua Wenang Manado.

Dari jawaban responden hasil analisis menunjukkan bahwa instrument jawaban responden Kepuasan Pelanggan PDAM Wanua Wenang Manado dikategorikan baik. Dari hasil analisis 13 instrumen pertanyaan didapatkan nilai skor jawaban rata-rata sebesar (3,30) berada pada kategori baik. Ini berarti instrument jawaban responden variabel Kinerja dikategorikan baik namun perlu di maksimalkan lagi agar menjadi sangat baik. Untuk jelasnya dapat dilihat pada instrument jawaban responden mengenai Kinerja pada Tabel 4.11 dibawah ini

Tabel 4.11
Instrumen Jawaban Responden Kepuasan Pelanggan Pada
PDAM Wanua Wenang Manado

INSTRUMEN JAWABAN KEPUASAN PELANGGAN (Y)												
Item	frekuensi (F) dan Presentase (%) Jawaban dari Responden										Mean	Kategori
	STS (1)		TS (2)		KS (3)		S (4)		SS (5)			
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%		
Kesesuaian Harapan												
Y.1	4	11%	8	21%	11	29%	9	24%	6	16%	3,13	B
Y.2	5	13%	7	18%	11	29%	8	21%	7	18%	3,13	B
Y.3	3	8%	11	29%	9	24%	8	21%	7	18%	3,13	B
Mean Indikator 1											3,13	B
Kualitas Layanan Yang Dirasakan												
Y.4	6	16%	9	24%	7	18%	8	21%	8	21%	3,08	B
Y.5	6	16%	9	24%	6	16%	7	18%	10	26%	3,16	B
Y.6	9	24%	7	18%	9	24%	6	16%	7	18%	2,87	B
Mean Indikator 2											3,04	B
Nilai Yang Diterima												
Y.7	7	18%	5	13%	7	18%	7	18%	12	32%	3,32	B
Y.8	3	8%	9	24%	7	18%	12	32%	7	18%	3,29	B
Y.9	1	3%	6	16%	8	21%	10	26%	13	34%	3,74	B
Mean Indikator 3											3,45	B
Kepuasan Terhadap Keputusan Pembelian												
Y.10	4	11%	3	8%	8	21%	11	29%	12	32%	3,63	B
Y.11	4	11%	4	11%	7	18%	13	34%	10	26%	3,55	B
Mean Indikator 4											3,59	B
Kesetiaan												
Y.12	3	8%	5	13%	7	18%	13	34%	10	26%	3,58	B
Y.13	2	5%	5	13%	8	21%	13	34%	10	26%	3,63	B
Mean Indikator 5											3,58	B
Mean Variabel											3,30	B

Sumber : Hasil engolahan data ms excel Tahun 2025

4.2.2 Total Skor Harga, Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Pada bagian ini akan dijelaskan secara rinci hasil analisis deskriptif mengenai variabel penelitian, yaitu harga (X1), kualitas layanan (X2), dan kepuasan pelanggan (Y). Penyajian data disertai dengan perhitungan persentase yang menggambarkan kondisi setiap variabel, sehingga dapat menunjukkan sejauh mana responden memberikan tanggapan terhadap indikator yang diteliti.

Total Skor Harga (X1)

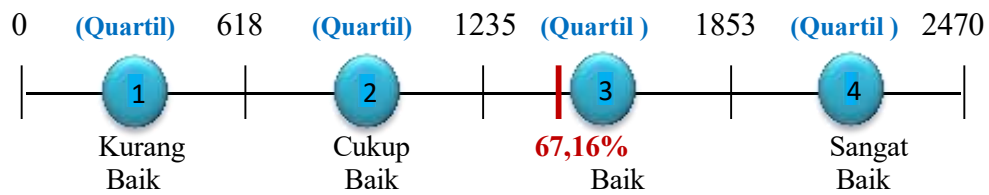
Skor tertinggi adalah $5 \times 13 \times 38 = 2470$ ketika jumlah item 13, jumlah responden 38, dan skor maksimum 5. Harga (X1) = 1659 adalah jumlah temuan analisis instrumen jawaban variabel dari 38 responden. Hasilnya, $1659 \times 2470 \times 100 = 67,16\%$ adalah persentase keseluruhan instrumen jawaban variabel Harga dari 38 responden. Untuk lebih jelasnya, Tabel 4.12 menunjukkannya sebagai berikut:

Tabel 4.12
Presentase Total Skor Jawaban Instrumen Variabel Harga (X1)

NO	ANALISA TOTAL SKOR X1 :	HASIL	KETERANGAN						
1	SKOR TERTINGGI	5							
2	JUMLAH PERTANYAAN	13							
3	JUMLAH RESPONDEN	38							
4	TOTAL SKOR JWAB TERTINGGI (	2470	TTL SKOR TERTINGGI = $5 \times 13 \times 38 = 2470$						
5	TOTAL SKOR JAWABAN	1659							
6	TOTAL SKOR PROSENTASE	67,17							
7	QUARTIL (EMPAT BBGN.YG SA	617,5							
8	GARIS QUARTIL PEMBAHASAN	4	Q0	Q1	Q2	Q3	Q4		
			0	618	1235	1853	2470		

Sumber Data Pengolahan MS.Excel Tahun 2025

Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori penyebaran data dalam (Quartil) yang dapat dibagi atas empat bilangan angka yang sama sebagai berikut:



Gambar 4.3. Total Skor Harga (X₁)

Berdasarkan hasil analisis, skor total instrumen jawaban variabel Harga (X₁) adalah 1.853. Skor tersebut berada pada kuartil ketiga, sebagaimana ditunjukkan pada Gambar 4.3. Hasil analisis persentase menunjukkan bahwa 67,16% dari total skor jawaban responden masuk dalam kategori “baik”. Temuan ini mengindikasikan bahwa meskipun harga layanan PDAM Wanua Wenang Manado sudah dianggap wajar oleh sebagian besar pelanggan, perusahaan masih perlu memperhatikan adanya kesenjangan sebesar 32,84% (100% – 67,16%) untuk lebih meningkatkan kepuasan pelanggan. Upaya penyesuaian harga dan peningkatan persepsi nilai yang dirasakan konsumen dapat menjadi strategi penting dalam menutup kesenjangan tersebut.

Total Skor Kualitas Pelayanan (X₂)

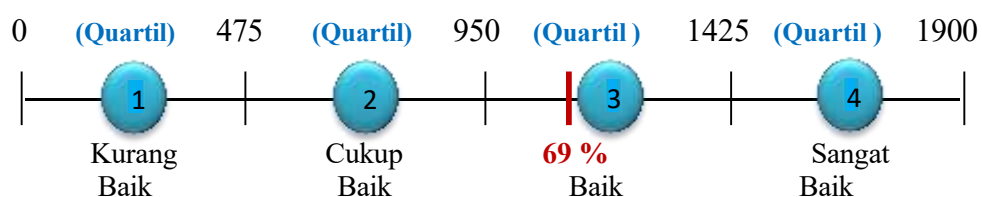
Skor tertinggi adalah $5 \times 10 \times 38 = 1900$ ketika jumlah item 10, jumlah responden 38, dan skor maksimum 5. Namun, skor keseluruhan hasil pemeriksaan alat penjualan 38 responden untuk variabel Kualitas Layanan (X₂) = 1311. Dengan demikian, $1311 : 1900 \times 100 = 69\%$ merupakan proporsi keseluruhan instrumen penjualan dari 38 responden variabel Kualitas Layanan. Untuk lebih jelasnya, Tabel 4.13 menunjukkannya sebagai berikut:

Tabel 4.13
Presentase Total Skor Jawaban Instrumen Variabel Kualitas Pelayanan (X2)

NO	ANALISA TOTAL SKOR X2 :	HASIL	KETERANGAN				
1	SKOR TERTINGGI	5					
2	JUMLAH PERTANYAAN	10					
3	JUMLAH RESPONDEN	38					
4	TOTAL SKOR JWB TERTINGGI (5)	1900	TTL SKOR TERTINGGI = 5 X 10 X 38 = 1900				
5	TOTAL SKOR JAWABAN	1311					
6	TOTAL SKOR PROSENTASE	69					
7	QUARTIL (EMPAT BBGN.YG SAMA)	475					
8	GARIS QUARTIL PEMBAHASAN	4	Q0	Q1	Q2	Q3	Q4
			0	475	950	1425	1900

Sumber Data Pengolahan MS.Excel Tahun 2025

Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori penyebaran data dalam (Quartil) yang dapat dibagi atas empat bilangan angka yang sama sebagai berikut:



Gambar 4.4. Total Skor Kualitas Pelayanan(X₂)

Berdasarkan hasil analisis pada Gambar 4.4, skor total instrumen jawaban variabel Kualitas Pelayanan (X₂) sebesar 1.425 berada pada kuartil ketiga. Analisis persentase menunjukkan bahwa 69% dari total skor jawaban responden masuk dalam kategori “baik”. Temuan ini mengindikasikan bahwa kualitas pelayanan PDAM Wanua Wenang Manado telah dinilai cukup baik oleh pelanggan. Namun demikian, masih terdapat kesenjangan sebesar 31% (100% – 69%) yang perlu diperhatikan dan diatasi. Upaya perbaikan pada aspek pelayanan diharapkan dapat mendukung serta meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan secara lebih optimal.

Total Skor Kepuasan Pelanggan (Y)

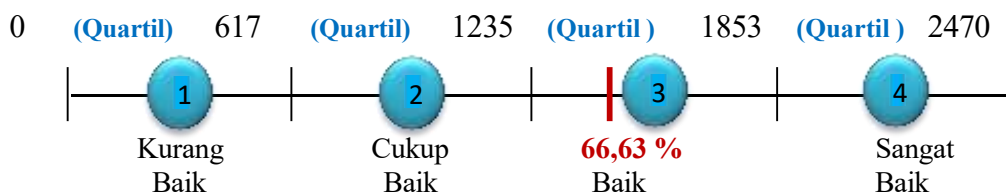
Skor tertinggi adalah $5 \times 13 \times 38 = 2470$ ketika jumlah item 13, jumlah responden 38, dan skor maksimum 5. Untuk variabel Kinerja (Y), hasil analisis instrumen yang digunakan oleh 38 responden menghasilkan skor total 1646. Untuk variabel Kepuasan Pelanggan, total jawaban instrumen dari 38 responden adalah sebagai berikut: $1646 : 2470 \times 100 = 66,63\%$. Untuk lebih jelasnya, tabel 4.14 menunjukkannya sebagai berikut:

Tabel 4.14
Presentase Total Skor Jawaban Instrumen Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

NO	ANALISA TOTAL SKOR Y :	HASIL	KETERANGAN					
1	SKOR TERTINGGI	5						
2	JUMLAH PERTANYAAN	13						
3	JUMLAH RESPONDEN	38						
4	TOTAL SKOR JWB TERTINGGI (5)	2470	TTL SKOR TERTINGGI = 5 X 13 X 38 = 2470					
5	TOTAL SKOR JAWABAN	1646						
6	TOTAL SKOR PROSENTASE	66,64						
7	QUARTIL (EMPAT BBGN.YG SAMA)	617,5						
8	GARIS QUARTIL PEMBAHASAN	4	Q0	Q1	Q2	Q3	Q4	
			0	617,5	1235	1853	2470	

Sumber Data Pengolahan MS.Excel Tahun 2025

Hal ini secara kontinum dapat dibuat kategori penyebaran data dalam (Quartil) yang dapat dibagi atas empat bilangan angka yang sama sebagai berikut:



Gambar 4.5. Total Skor Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan gambar 4.5 di atas, skor total jawaban instrumen variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 1853 berada pada kuartil ketiga. Sementara itu, 66,63% dari keseluruhan skor jawaban responden berada pada kategori “baik”

menurut analisis persentase. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun kepuasan pelanggan baik, PDAM Wanua Wenang Manado masih memiliki kesenjangan sebesar 33,37% yang perlu diatasi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

4.2.3 Uji Asumsi Klasik

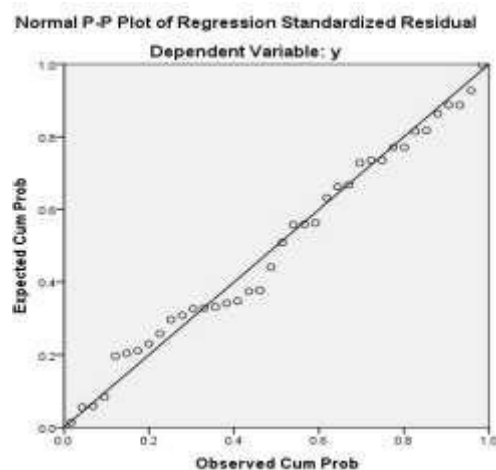
Uji asumsi klasik digunakan untuk memilih model analisis terbaik, pengujian hipotesis tradisional digunakan untuk menilai kondisi data yang tersedia. Untuk menguji hipotesis, data yang digunakan dalam model regresi berganda tidak boleh menyimpang dari asumsi tradisional, yaitu: 1) Data harus linear dan terdistribusi normal; 2) Data harus lolos uji multikolinearitas, yang mencari korelasi yang sangat rendah antar variabel independen; dan 3) Distribusi data harus homoskedastik. Sebagai klarifikasi, berikut adalah temuan analisis :

Uji Normalitas

Pada uji normalitas data harus terdistribusi secara teratur sebelum variabel independen diperiksa. Variabel dependen, dalam hal ini Harga (X1) dan Kualitas Layanan (X2), harus memenuhi persyaratan distribusi data dan mengikuti garis diagonal agar pengujian normalitas dapat dilakukan menggunakan plot P-P untuk Kepuasan Pelanggan (Y).

Analisis regresi dan korelasi dapat digunakan untuk menganalisis data secara kuantitatif jika temuannya terdistribusi secara teratur. Karena distribusi data terdistribusi secara teratur dan mengikuti garis diagonal, Gambar 4.6 di bawah ini menunjukkan bahwa data tersebut sesuai untuk penelitian. Berdasarkan tanggapan responden terhadap instrumen penelitian, yaitu kuesioner yang diberikan kepada responden, hal ini menunjukkan bahwa variabel Harga (X1), Kualitas Layanan

(X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) terdistribusi normal dan sesuai untuk dianalisis dalam menyelesaikan permasalahan penelitian. Gambar 4.6 menampilkan grafik Plot P-P Normal.



Gambar 4.6 Grafik Korelasi dan Regresi Berganda Variabel Harga X_1 dan Kualitas Pelayanan X_2 Terhadap Kepuasan Pelanggan Y

Sumber : data olahan spss tahun 2025

Uji Multikolineartitas

Uji independensi antar variabel independen harus dilakukan untuk menentukan apakah Harga Responden (X_1) dan Kualitas Layanan (X_2) benar-benar independen satu sama lain atau tidak berkorelasi sama sekali sebelum melakukan analisis regresi dan korelasi. Tabel 4.15 menampilkan ringkasan hasil perhitungan sebagai berikut:

Tabel 4.15
Rangkuman Uji Independensi Antara Variabel X_1 Dengan X_2

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance VIF
1	(Constant)	13.146	6.303		2.086	.044	
	Harga	.081	.173	.089	.469	.642	.469 2.134
	Kualitas Pelayanan	.772	.255	.573	3.027	.005	.469 2.134

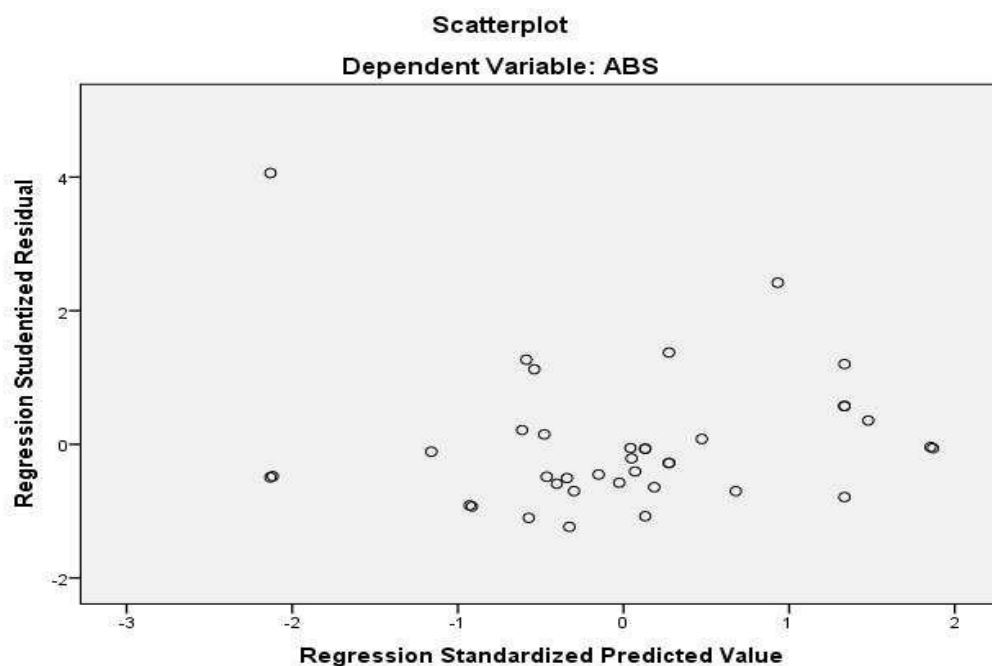
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Hasil olahan data spss tahun 2025

Variabel harga memiliki nilai toleransi $0,469 > 0,100$, berdasarkan tabel diatas, sedangkan variabel kualitas pelayanan memiliki nilai toleransi $3,027 > 0,100$. Dapat disimpulkan bahwa asumsi multikolinearitas telah terpenuhi atau tidak terdapat tanda-tanda multikolinearitas karena kedua variabel independen yang digunakan memiliki nilai toleransi lebih besar dari ($> 0,100$).

Uji Heteroskedastisitas

Tujuan uji heteroskedastisitas adalah untuk memastikan apakah varians residual dalam suatu model regresi bervariasi secara tidak merata antar observasi. Uji ini disebut homoskedastisitas jika varians residual tetap konstan, dan disebut heteroskedastisitas merupakan model yang baik.



Gambar 4.7

Normal Scatterplot

Sumber : olahan data spss tahun 2025

Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dengan menggunakan metode *Scatterplot*, tidak ditemukan indikasi adanya masalah heteroskedastisitas pada model regresi yang digunakan. Hal tersebut terlihat dari sebaran titik data yang menyebar secara acak di sekitar garis nol (0) tanpa membentuk pola tertentu. Dengan kata lain, variabel Harga (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan distribusi yang merata baik di atas maupun di bawah garis nol. Kondisi ini mengindikasikan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi salah satu asumsi klasik, yaitu tidak terjadinya heteroskedastisitas.

4.2.4 Hasil Analisis Korelasi dan Regresi Berganda

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor, baik yang bersifat internal maupun eksternal. Berdasarkan tinjauan pustaka yang telah dipaparkan pada Bab II, komponen-komponen dalam model penelitian ini saling berinteraksi secara kompleks. Oleh karena itu, analisis terhadap hubungan antarvariabel menjadi aspek yang sangat penting.

Untuk memperoleh data penelitian, sebanyak 38 responden yang merupakan pelanggan PDAM Wanua Wenang Manado diminta untuk mengisi kuesioner yang telah disusun sesuai dengan kriteria penelitian. Data yang terkumpul selanjutnya diklasifikasikan berdasarkan masing-masing variabel penelitian. Setelah itu, analisis data dilakukan dengan menggunakan bantuan perangkat lunak SPSS versi 26.

Hasil pengujian variabel Harga (X1), Kualitas Layanan (X2), dan Kepuasan Pelanggan (Y) ditampilkan pada tabel berikut.

Hasil Analisis Korelasi Dan Regresi Berganda Variabel Harga X1 dan Kualitas Pelayanan X2 Terhadap Kepuasan Pelanggan Y

Analisis regresi linier berganda serta uji korelasi dilaksanakan secara simultan pada data penelitian di PDAM Wanua Wenang Manado dengan tujuan untuk mengetahui hubungan, pengaruh, serta koefisien determinasi antara variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Pengolahan data penelitian dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak statistik SPSS versi 26, yang menghasilkan output berupa ringkasan hasil analisis. Adapun hasil pengujian tersebut dapat dilihat pada Tabel 4.16 berikut.

Tabel 4.16
Model Summary Korelasi dan Regresi Berganda Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary ^b								
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate				
1	.641 ^a	.411	.377	8,996				
a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga								
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan								
ANOVA ^a								
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.		
1	Regression	1977.369	2	988.685	12.215	.000 ^b		
	Residual	2832.841	35	80.938				
	Total	4810.211	41					
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan								
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga								
Coefficients ^a								
	Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.146	6.303		2.086	.044		
	Harga	.081	.173	.089	.469	.642	.469	2.134
	Kualitas Pelayanan	.772	.255	.573	3.027	.005	.469	2.134
a. Dependent Variable: Kinerja								

Sumber: Hasil Analisis Data SPSS 26 Tahun 2025

Analisis Output

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PDAM Wanua Wenang Manado, dengan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,641. Temuan ini diperkuat oleh analisis regresi linier berganda, yang menunjukkan bahwa kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama memberikan kontribusi terhadap tingkat kepuasan pelanggan.

Berdasarkan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,411, dapat disimpulkan bahwa variabel Harga dan Kualitas Pelayanan mampu menjelaskan 41,1% variasi pada Kepuasan Pelanggan, sementara 58,9% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model penelitian ini. Hal ini menegaskan besarnya pengaruh kedua variabel tersebut terhadap kepuasan pelanggan.

Untuk menguji hipotesis, dilakukan uji t dan uji F . Tujuan pengujian koefisien regresi adalah untuk menilai derajat signifikansi hubungan, baik secara simultan maupun parsial, antara variabel independen (X1 dan X2) dengan variabel dependen (Y). Signifikansi pengaruh kedua variabel independen secara bersama-sama dievaluasi melalui uji F , sedangkan pengaruh masing-masing variabel secara parsial diuji menggunakan uji t . Nilai t hitung (t_{Stat}) dan F hitung (F_{hit}) digunakan sebagai dasar penilaian untuk menentukan apakah hubungan tersebut signifikan atau tidak.

Pembahasan

4.2.5 Uji Hipotesis Pertama Secara Parsial (Uji t) Harga X1 Terhadap Kepuasan Pelanggan Y

Tujuan utama uji statistik t adalah untuk mengevaluasi sejauh mana masing-masing variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara parsial. Dalam penelitian ini, hubungan parsial antara variabel Harga (X1) dan Kepuasan Pelanggan (Y) pada PDAM Wanua Wenang Manado diuji menggunakan regresi linier sederhana serta analisis korelasi sederhana.

Hasil pengolahan data melalui SPSS versi 26 menjadi dasar untuk mengevaluasi hipotesis penelitian. Ringkasan temuan uji t tersebut disajikan pada tabel berikut, yang memberikan informasi mengenai signifikansi pengaruh Harga terhadap Kepuasan Pelanggan secara individual.

Tabel 4.17
Summary Output Coefficients Variabel Harga (X1)
Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

		Coefficients ^a			t	Sig.	Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	13.146	6.303		2.086	.044		
	Harga	.081	.173	.089	.469	.642	.469	2.134

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil Analisis Data SPSS tahun 2025

Berdasarkan hasil uji parsial (*uji t*) yang disajikan pada Tabel 4.17, variabel Harga (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) memperoleh nilai t hitung sebesar 2,030. Dengan jumlah responden $n = 38$ dan jumlah variabel bebas $k = 2$, derajat kebebasan dihitung sebagai $df = n - k - 1 = 35$. Nilai t tabel pada tingkat signifikansi

5% ($\alpha = 0,05$) sebesar 2,021. Dari perbandingan tersebut terlihat bahwa t hitung (2,030) sedikit lebih besar daripada t tabel (2,021).

Namun, berdasarkan hasil uji signifikansi, nilai Sig. sebesar 0,642 lebih besar daripada $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa secara parsial, variabel Harga (X1) tidak memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di PDAM Wanua Wenang Manado. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) ditolak dan hipotesis nol (H_0) diterima.

Kesimpulannya, variabel Harga (X1) tidak berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan, meskipun nilai t hitung sedikit lebih tinggi dari t tabel. Temuan ini menunjukkan bahwa faktor harga tidak menjadi determinan utama dalam meningkatkan kepuasan pelanggan, sebagaimana dibuktikan secara empiris melalui penelitian ini.

Dengan membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung} untuk menentukan Hipotesis 1 pada uji t yaitu :

$H_0: \beta_1 \leq 0$ (Harga secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan Kepuasan Pelanggan pada PDAM Wanua Wenang Manado)

$H_a: \beta_1 > 0$ (Harga secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan Kepuasan Pelanggan pada PDAM Wanua Wenang Manado)

Dalam pengujian hipotesis menggunakan uji t, ketentuan yang berlaku adalah sebagai berikut: jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak; sebaliknya, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Pada penelitian ini, t_{hitung} sebesar 2,086 lebih besar dibandingkan t_{tabel} sebesar 2,030. Meskipun demikian, berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh, variabel Harga (X_1) secara parsial tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), karena angka signifikansi yang tercatat menunjukkan nilai kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa faktor harga tidak berperan secara dominan dalam memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan di PDAM Wanua Wenang Manado.

4.2.6 Uji Hipotesis Kedua Secara Parsial (Uji t) Kualitas Pelayanan X_2 Terhadap Kepuasan Pelanggan Y

Secara umum, tujuan uji statistik t adalah untuk mengevaluasi secara parsial pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, pengaruh variabel Kualitas Layanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di PDAM Wanua Wenang Manado dianalisis secara parsial menggunakan regresi linier sederhana dan analisis korelasi sederhana.

Hasil pengolahan data melalui SPSS versi 26 disajikan untuk memastikan dan menguji hipotesis kedua, sehingga dapat diketahui sejauh mana variabel Kualitas Layanan (X_2) memberikan kontribusi signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Tabel 4.18
Summary Output Coefficients Variabel Kualitas Pelayanan (X₂)
Terhadap Kepuasan Pelanggan Y)

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance VIF
1	(Constant)	13.146	5.436		3.870	.000	
	Kualitas Pelayanan	.772	.255	.573	3.027	.005	469 2.134

a. Dependent Variable: Kinerja

Sumber: Hasil Analisis Data SPSS Tahun 2025

Berdasarkan hasil uji parsial (*uji t*) yang disajikan pada Tabel 4.18, variabel Kualitas Layanan (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) memperoleh nilai t-hitung sebesar 3,027. Dengan jumlah responden $n = 38$ dan jumlah variabel bebas $k = 2$, derajat kebebasan dihitung sebagai $df = n - k - 1 = 35$. Nilai t-tabel pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) sebesar 2,030. Dari perbandingan tersebut terlihat bahwa t-hitung ($3,027$) $>$ t-tabel ($2,030$). Selanjutnya, hasil uji signifikansi menunjukkan nilai Sig. sebesar 0,005, yang lebih kecil daripada $\alpha = 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Kualitas Layanan (X₂) memiliki pengaruh yang signifikan dan positif terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di PDAM Wanua Wenang Manado. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak.

Dengan membandingkan t_{tabel} dan t_{hitung} untuk menentukan hipotesis 2 uji t yaitu :

$H_0: \beta_1 \leq 0$ (Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan Kinerja pada PDAM Wanua Wenang Manado)

$H_a: \beta_1 > 0$ (Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan Kepuasan Pelanggan pada PDAM Wanua Wenang Manado)

Dalam pengujian hipotesis menggunakan uji t, ketentuan yang berlaku adalah: jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak; sebaliknya, jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Pada penelitian ini, variabel Kualitas Pelayanan (X_2) menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan Kepuasan Pelanggan (Y) di PDAM Wanua Wenang Manado. Hal ini ditunjukkan oleh nilai t_{hitung} sebesar 3,027, yang lebih tinggi dibandingkan t_{tabel} sebesar 2,030, sehingga menegaskan bahwa pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan bersifat signifikan secara statistik.

4.2.7 Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Uji Hipotesis Ketiga Secara Simultan (F-Test) Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

Uji F digunakan untuk menilai apakah variabel-variabel independen secara bersama-sama mampu menjelaskan variasi pada variabel dependen, serta untuk mengetahui apakah pengaruh simultan variabel-variabel tersebut terhadap variabel dependen bersifat signifikan.

Dalam penelitian ini, untuk mengevaluasi pengaruh simultan variabel Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di PDAM Wanua Wenang Manado, dilakukan uji F melalui analisis regresi linier berganda.

Hasil pengolahan data menggunakan SPSS versi 26 disajikan dalam tabel ANOVA, yang digunakan sebagai dasar untuk menentukan dan menguji hipotesis simultan penelitian ini.

Tabel 4.19
Summary Output Anova Variabel
Harga (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) Terhadap
Kepuasan Pelanggan (Y)

ANOVA ^a						
	Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1977.369	2	988.685	12.215	.000 ^b
	Residual	2832.841	35	80.938		
	Total	4810.211	37			

a. Dependent Variable: Kinerja
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Harga

Sumber: Hasil Analisis Data SPSS 26 Tahun 2025

Berdasarkan Tabel 4.19, nilai F hitung sebesar 12,215 diperoleh dari uji simultan (*uji F*) untuk menilai pengaruh bersama variabel Harga (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Dengan taraf signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$) dan derajat kebebasan $df = (k : n - k - 1) = (2 : 38 - 2 - 1) = (2 : 35)$, diperoleh nilai F tabel sebesar 3,24.

Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Harga (X₁) dan Kualitas Pelayanan (X₂) secara simultan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di PDAM Wanua Wenang Manado, karena F hitung (12,215) > F tabel (3,24) dan nilai signifikansi < 0,05. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H₀) ditolak, yang berarti variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan secara signifikan oleh kedua variabel independen tersebut secara bersama-sama.

Dengan membandingkan F_{tabel} dan F_{hitung} untuk menentukan hipotesis 3 pada uji t dan uji F yaitu :

$H_0: \beta_1, \beta_2 \leq 0$ (Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan tidak berpengaruh secara signifikan terhadap peningkatan Kepuasan Pelanggan pada PDAM Wanua Wenang Manado)

$H_a: \beta_1, \beta_2 \geq 0$ (Harga dan Kualitas Pelayanan secara simultan berpengaruh secara signifikan terhadap Peningkatan Kepuasan Pelanggan pada PDAM Wanua Wenang Manado)

Berdasarkan hasil uji simultan (*uji F*), F hitung sebesar 12,215 lebih besar dibandingkan F tabel sebesar 3,24 pada tingkat signifikansi 5% ($\alpha = 0,05$), dengan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Temuan ini menunjukkan bahwa hipotesis alternatif (H_a) diterima dan hipotesis nol (H_0) ditolak. Dengan demikian, variabel Harga (X_1) dan Kualitas Pelayanan (X_2) secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di PDAM Wanua Wenang Manado.

Karena kedua variabel independen tersebut mampu secara bersama-sama menjelaskan fluktuasi pada variabel dependen (Y), model regresi berganda yang digunakan dalam penelitian ini terbukti layak dan dapat diterapkan untuk memprediksi tingkat kepuasan pelanggan.

4.3 Implementasi

Berdasarkan hasil penelitian, implementasi strategis yang dapat dilakukan adalah:

Harga (X1): meskipun tidak berpengaruh signifikan, harga tetap harus dikelola agar sesuai dengan manfaat yang diterima pelanggan, sehingga tidak menimbulkan persepsi negatif.

Kualitas Pelayanan (X2): menjadi faktor utama yang perlu ditingkatkan, misalnya melalui perbaikan keandalan distribusi air, ketepatan waktu layanan, responsif terhadap pengaduan, serta sikap ramah pegawai.

Kombinasi Harga & Kualitas Pelayanan: PDAM perlu menyeimbangkan keterjangkauan tarif dengan pelayanan yang prima agar kepuasan pelanggan meningkat secara berkelanjutan.

4.3.1 Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji parsial (uji t) menunjukkan bahwa harga (X1) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), dengan nilai Sig. $0,642 > 0,05$. Artinya, meskipun pelanggan menganggap harga yang ditetapkan PDAM relatif wajar, faktor ini bukan penentu utama tingkat kepuasan.

Implikasi: PDAM tidak bisa hanya mengandalkan kebijakan harga untuk meningkatkan kepuasan, tetapi harus memperhatikan faktor lain yang lebih berpengaruh.

4.3.2 Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji parsial menunjukkan bahwa kualitas pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), dengan nilai Sig. $0,005 < 0,05$ dan thitung $3,027 > t_{tabel} 2,030$. Hal ini membuktikan bahwa semakin baik kualitas pelayanan, semakin tinggi kepuasan pelanggan.

Implikasi: PDAM harus berfokus pada peningkatan kualitas pelayanan, seperti keandalan pasokan air, kecepatan pelayanan, dan profesionalitas pegawai dalam menangani pelanggan.

4.3.3 Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil uji simultan (uji F) menunjukkan bahwa harga (X1) dan kualitas pelayanan (X2) secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y), dengan $F_{hitung} 12,215 > F_{tabel} 3,24$ dan $Sig. 0,000 < 0,05$. Nilai $Adjusted R^2 = 0,411$ menunjukkan bahwa 41,1% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel harga dan kualitas pelayanan, sementara 58,9% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian

Implikasi: meskipun harga tidak dominan, ketika digabung dengan kualitas pelayanan, keduanya mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

- 1) Variabel Harga (X1) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PDAM Wanua Wenang Manado. Hal ini menunjukkan bahwa harga air PDAM dinilai cukup wajar, namun bukan faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan.
- 2) Variabel Kualitas Pelayanan (X2) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Artinya, semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan PDAM, maka semakin tinggi pula kepuasan pelanggan.
- 3) Secara simultan, variabel Harga (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) dengan kontribusi sebesar 41,1%, sedangkan 58,9% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.
- 4) Secara umum, skor penilaian responden terhadap Harga, Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan berada pada kategori baik, namun masih terdapat gap yang perlu diperbaiki agar bisa meningkat menjadi sangat baik.

5.2 SARAN

Bagi PDAM Wanua Wenang Manado

- 1) Meningkatkan kualitas pelayanan, terutama aspek daya tanggap, kecepatan penanganan keluhan, serta komunikasi yang lebih efektif dengan pelanggan.

- 2) Melakukan evaluasi berkala terkait harga agar tetap sesuai dengan kualitas layanan yang diberikan serta daya beli masyarakat.
- 3) Memanfaatkan hasil penelitian ini untuk menetapkan strategi peningkatan kepuasan pelanggan melalui program inovasi layanan.

Bagi Penelitian Selanjutnya

- 1) Perlu menambahkan variabel lain seperti kepercayaan, citra perusahaan, dan fasilitas teknis, yang kemungkinan juga berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- 2) Memperluas jumlah responden dan cakupan wilayah agar hasil penelitian lebih representatif.

DAFTAR PUSTAKA

- Yuliana, Tiwatu, Badwi, Faizah, Rumambi, Kadir, Mandulangi, Lusono, Risdiana. (2025). *Manajemen Sumberdaya Manusia* (Edisi Dua). Aksara Sastra Media
- Akmami, J. (n.d.). *Nurafrina Siregar-Analisis Kualitas Produk, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan*. 2(3), 538–551.
- Amin, A. R. S., & Adil, M. (2018). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kualitas Pelayanan Publik Pada Kantor Distrik Hingk Kabupaten Pegunungan Arfak Provinsi Papua Barat. *Jurnal Competitiveness*, 7(1), 65–75.
- Anam, K. (2021). PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN (STUDI KASUS PADA RENTAL MOBIL MITRA TRANSPORT) Suwitho Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA) Surabaya. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 10(9), 1–15.
- Ekonomi, F., Kristen, U., & Yogyakarta, I. (2022). © 2022 Ongko Pribadi, Hadi Purnomo *EQUILIBRIUM - Jurnal Bisnis & Akuntansi*. 80. XVI(2), 80–89.
- Elvi, F., & Sabela, F. N. (2023). Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (Studi pada Perumda Sirin Maragun Kota Sekadau). *Jurnal Manajemen Sains Dan Organisasi*, 3(3), 232–239. <https://doi.org/10.52300/jmso.v3i3.8229>
- Fitria, A. N., & Sopian, Y. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT Gojek Indonesia. *As-Syirkah: Islamic Economic & Financial Journal*, 3(4), 103–109. <https://doi.org/10.56672/syirkah.v3i4.379>
- Gunawan, H., & Megawati, M. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Hotel Swarna Dwipa. *MDP Student Conference*, 2(2), 333–337. <https://doi.org/10.35957/mdp-sc.v2i2.4246>
- Innayah, A. (2023). Upaya Peningkatan Keterampilan Siswa Melalui Program Kelas Keterampilan TKR Di MAN 2 Ngawi. *Jurnal Tawadhu*, 7(1), 24–32.
- Iwan Hermawan. (2020). Bab Iii Metode Penelitian. *Suparyanto Dan Rosad (2015*, 5(3), 248–253.
- Kusuma, N. R., & Haryanto, R. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Penyediaan Air Bersih Terhadap Kepuasan Pelanggan di PDAM Kabupaten Tapin. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 2(2), 125–130.
- Mazwar, M., & Kuleh, Y. (2023). Pengaruh E-WOM dan Kualitas Produk Serta Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian. *Ekonomi, Manajemen, Dan Akuntansi*, 25(2), 408–417.
- Mervin, S., Program, T., Bisnis, S. A., Bisnis, S. T., Dua, M., & Bitung, S. (2024). Balance: Jurnal Akuntansi dan Manajemen Pengaruh Harga dan Kualitas

- Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan. *Balance: Jurnal Akuntansi Dan Manajemen*, 3(1).
- Nasution, S. M. A., & Nasution, A. E. (2021). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen Pada Aplikasi Gojek di Medan. *MANEGGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(2), 1–9.
- Nugroho, A. S., & Yulianto, A. E. (2024). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Di Rumah Makan Teras Melody. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen(JIRM)*, 13(1), 1–20.
- Paulus, A. G. P., & Rasjid, E. (2024). Pengaruh Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Pt. Angkasa Pura I Bandar Udara Internasional Sam Ratulangi Manado. *Manajemen Administrasi Bisnis Dan Pemasaran*, 6(1), 75–88.
- Sri Handayani, L., & Syarifudin, A. (2022). the Effect of Service Quality, Price and Relationship Marketing on Consumer Satisfaction on Gojek Transportation Service. *Jurnal Unrika*, 11, 298–313.
<https://www.journal.unrika.ac.id/index.php/jurnaldms>
- Yudianto, A., & Hidayat, R. (2018). Analisis Kualitas Pelayanan dan Persepsi Harga TerhadapKepuasan PelangganStudi Pada PDAM Kabupaten Cirebon. *Journal.Uyr.Ac.Id, Volume 11*(1), 34–50.

LAMPIRAN

1. Dokumentasi Pengambilan Data



2. Kuesioner X1

Saya merasa tarif air bersih dari PDAM masih terjangkau oleh pendapatan saya *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya jarang atau tidak pernah mengeluhkan besarnya tagihan air bulanan dari PDAM *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Kenaikan tarif air PDAM tidak terlalu membebani saya sebagai pelanggan *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya bersedia membayar tagihan air tepat waktu karena harganya masih dalam batas wajar *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Harga yang saya bayarkan sebanding dengan kualitas air yang saya terima *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya tidak merasa kecewa dengan perbandingan antara harga dan mutu pelayanan air PDAM *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Harga yang ditetapkan PDAM mencerminkan kontinuitas dan ketersediaan air bersih yang memadai *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya memilih tetap menggunakan layanan PDAM karena harganya dianggap lebih rasional dibanding alternatif lain *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya tidak memiliki keinginan beralih ke penyedia air lain karena harga dari PDAM sudah sesuai *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya merasa harga yang saya bayarkan sebanding dengan manfaat air bersih yang saya peroleh (untuk mandi, memasak, mencuci, dll) *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Saya puas dengan nilai manfaat dari layanan PDAM jika dibandingkan dengan harga yang saya bayarkan *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Harga layanan PDAM mencerminkan kemudahan akses dan kenyamanan dalam memperoleh air bersih *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Karyawan PDAM mampu menjelaskan informasi tentang produk dan layanan yang tersedia dengan jelas *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

111

Karyawan PDAM dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan saya dengan baik dan jelas *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Karyawan PDAM cepat dan tanggap dalam melayani saya sebagai pelanggan *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Karyawan PDAM mampu menangani permasalahan yang saya hadapi dengan baik *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

4. Kuesioner Y

Saya merasa puas dan bangga menggunakan layanan air bersih dari PDAM *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

Layanan PDAM memiliki keunggulan dibanding alternatif lain dengan harga yang sama *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

111

Saya tidak merasa menyesal atau ragu telah memilih menggunakan layanan PDAM *

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ Sangat Setuju

