

**PENGARUH DISTRIBUSI AIR BERSIH TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PERUSAHAAN DAERAH
AIR MINUM PDAM DESA PANGI
KECAMATAN BAJO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

EFIKA YULIANTI

19 0403 0128

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2023**

**PENGARUH DISTRIBUSI AIR BERSIH TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PERUSAHAAN DAERAH
AIR MINUM PDAM DESA PANGI
KECAMATAN BAJO**

Skripsi

*Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana
Ekonomi (S.E) pada Program Studi Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo*



IAIN PALOPO

Oleh

EFIKA YULIANTI

19 0403 0128

Pembimbing:

Rismayanti, S.E., M.Si

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PALOPO
2023**

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : EFIKA YULIANTI
Nim 19 0403 0128
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa:

1. Skripsi ini benar-benar merupakan hasil karya sendiri, bukan plagiasi ataupun duplikat dari tulisan/karya orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.
2. Seluruh bagian dari skripsi ini adalah karya saya sendiri selain kutipan yang ditunjukkan sumbernya dan segala kekeliruan yang ada di dalamnya adalah tanggung jawab saya.

Bilamana di kemudian hari pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi administratif atas perbuatan tersebut dan gelar akademik yang saya peroleh karenanya dibatalkan.

Demikian pernyataan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palopo, 12 September 2023

Yang membuat pernyataan






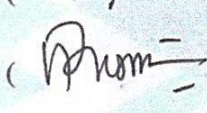

EFIKA YULIANTI
Nim. 19 0403 0128

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi berjudul Pengaruh Distribusi Air Bersih terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum PDAM Desa Pangi Kecamatan Bajo yang ditulis oleh Efika Yulianti Nomor Induk Mahasiswa (NIM) 19 0403 0128, mahasiswa mahasiswa Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo, yang dimunaqasyahkan pada hari Kamis, tanggal 19 Oktober 2023 Miladiyah bertepatan dengan 4 Rabiul Akhir 1445 Hijriyah telah diperbaiki sesuai catatan dan permintaan Tim Penguji, dan diterima sebagai syarat meraih gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Palopo, 20 Oktober 2023

TIM PENGUJI

- | | | |
|--------------------------------------|-------------------|---|
| 1. Dr.Hj.Anita Marwing,S.H.I.,M.H.I. | Ketua Sidang | () |
| 2. Akbar Sabani, S.E.I., M.E.I. | Sekretaris Sidang | () |
| 3. Dr. Fasiha, S.E.I., M.E.I. | Penguji I | () |
| 4. Dr. Mujahidin, Lc., M.E.I. | Penguji II | () |
| 5. Rismayanti, S.E., M.Si. | Pembimbing | () |

Mengetahui

a.n. Rektor IAIN Palopo
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Hj. Anita Marwing, S.H.I., M.H.I.
NIP 19820124 200901 2 006.

Ketua Program Studi
Manajemen Bisnis Syariah



Akbar Sabani, S.E.I., M.E.I.
NIDN 200504058501

PRAKATA

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الْحَمْدُ لِلَّهِ رَبِّ الْعَالَمِينَ. وَالصَّلَاةُ وَالسَّلَامُ عَلَى سَيِّدِنَا مُحَمَّدٍ وَعَلَى آلِهِ وَأَصْحَابِهِ

أَجْمَعِينَ . (اما بعد)

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah swt. Yang telah menganugerahkan rahmat, hidayah serta kekuatan lahir dan batin, sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Distribusi Air Bersih terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum PDAM Desa Pangi Kecamatan Bajo” setelah melalui proses yang panjang.

Skripsi ini disusun sebagai syarat yang harus diselesaikan, guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dalam bidang Manajemen Bisnis Syariah pada Institut Agama Islam Negeri Palopo. Penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan, bimbingan serta dorongan dari banyak pihak walaupun penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tak terhingga dengan penuh ketulusan hati dan keikhlasan.

Terkhusus kepada kedua orang tuaku tercinta ayah saya dan ibu saya, yang telah mengasuh dan mendidik penulis dengan penuh kasih sayang sejak kecil hingga sekarang dan segala yang telah diberikan kepada anak-anaknya serta saudariku yang selama ini membantu mendoakanku. Semoga Allah SWT., mengumpulkan kita semua dalam surga-Nya kelak.

1. Dr. Abbas Langaji, M.Ag selaku Rektor IAIN Palopo, beserta Dr. Munir Yusuf, M.Pd, selaku wakil Rektor bidang Akademik Kelembagaan, Dr. Masruddin S.S., M.Hum, selaku Rektor Bidang Administrasi Umum dan Perencanaan Keuangan, Dr. Mustaming, S.Ag., M.HI, selaku Wakil Rektor Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
2. Dr. Hj. Anita Marwing, M. HI selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Palopo, Beserta wakil dekan bidang Akademik, Dr. Fasiha, M.El., Muzayyana Jabani, S.T., M.M, selaku Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum dan Perencanaan dan Keuangan. Muhammad Ilyas, S. Ag., M.Ag selaku Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama. , yang telah banyak memberikan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan
3. Akbar Sabani, S.El., M.El., selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah di IAIN Palopo beserta staf yang telah membantu dan mengarahkan dalam penyelesaian skripsi.
4. Rismayanti, S.E., M.Si. selaku pembimbing yang telah memberikan bimbingan, masukan dan mengarahkan dalam rangka penyelesaian skripsi. Seluruh Dosen beserta seluruh staf pegawai IAIN Palopo yang telah mendidik penulis selama berada di IAIN Palopo dan memberikan bantuan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dr. Fasiha, S.El., M.El. selaku Penguji 1 yang telah banyak memberikan arahan dan masukan dalam penyelesaian Skripsi ini.
6. Dr. Mujahidin, Lc., M.El selaku Penguji 2 yang telah memberikan arahan,

Masukan dalam rangka penyelesaian Skripsi.

7. Nurdin Batjo, S. Pt., M.M. selaku Dosen Penasehat Akademik MBS Angkatan 2019
8. Kepada Abu Bakar, S.Pd.I., M.Pd Selaku Kepala Unit Perpustakaan beserta Karyawan dan Karyawati dalam lingkup IAIN Palopo, yang telah banyak membantu dalam mengumpulkan literatur yang berkaitan dengan pembahasan skripsi ini.
9. Seluruh dosen beserta Para Staf IAIN Palopo, dan terkhususnya kepada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam yang banyak membantu saya terlebih dalam pengurusan berkas-berkas demi penyelesaian studi saya.
10. Terkhusus kepada kedua orang tuaku tercinta ayahanda Tajuddin Nur, Udin dan ibunda tercinta Nurdiana, erni , terimakasih atas doa, cinta, kasih sayang, dukungan, motivasi dan pengorbanan yang telah mendidik dan membesarkan penulis dengan penuh kasih sayang, serta saudara dan saudariku yang telah memberikan dorongan dalam menyelesaikan skripsi ini. Semoga Allah SWT melimpahkan kasih sayang-Nya dan semoga kelak kita semua di kumpulkan disisi Allah SWT di surga-Nya kelak Amin.
11. Kepada sahabat-sahabatku tercinta great women, grup wacana, grup cemara, grup posko botta, hidayat, hajra, dan para sepupu saya mensupport saya, dan semua teman-teman seperjuangan, mahasiswa program studi manajemen bisnis syariah angkatan 2019 (khususnya MBS E), yang

selama ini telah mendukung dan banyak memberikan Motivasi untuk menyelesaikan skripsi ini.

12. Serta terima kasih banyak untuk semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, yang selalu memberikan saya motivasi serta arahan dalam penyusunan skripsi ini, sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu.

Semoga setiap bantuan Do"aa, dukungan, motivasi, dorongan, kerjasama dan amal bakti yang telah diberikan kepada penulis mendapat balasan yang layak disisi Allah swt. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi setiap yang memerlukan dan semoga Allah swt. Menuntun kearah yang benar dan lurus. Aamiin.

Palopo, 12 September2023



EFIKA YULIANTI
Nim. 19 0403 0128

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN

A. *Transliterasi Arab-Latin*

Daftar huruf bahasa Arab dan transliterasi nya ke dalam huruf Latin
dapat dilihat pada tabel berikut:

1. Konsonan

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	-	-
ب	Ba [°]	B	Be
ت	Ta [°]	T	Te
خ	Ša [°]	Š	Es dengan titik di atas
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa [°]	Ḥ	Ha dengan titik di bawah
ك	Kha	Kh	Ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	Ž	Zet dengan titik di atas
ز	Ra [°]	R	Er
ش	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
س	Syin	Sy	Esdan ye
ص	Šad	Š	Es dengan titik di bawah
ض	Ḍaḍ	Ḍ	De dengan titik di bawah
ط	Ṭa	Ṭ	Te dengan titik di bawah
ظ	Ža	Ž	Zet dengan titik di bawah
ع	„Ain	„	Koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Fa
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha ^h	H	Ha
ء	Hamzah	‘	Apostrof
ي	Ya ^h	Y	Ye

Hamzah (ء) yang terletak di awal kata mengikuti vokalnya tanpa diberi tanda apa pun. Jika ia terletak di tengah atau di akhir, maka ditulis dengan tanda (‘).

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri atas vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harakat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَ	<i>fathah</i>	a	a
اِ	<i>kasrah</i>	i	i
اُ	<i>damamah</i>	u	u

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harakat dan huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu:

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
اَيّ	<i>fathah dan ya’</i>	ai	a dan i
اَوّ	<i>fathah dan wau</i>	au	a dan u

Contoh:

كَيْفَ : *kaifa*

هَوَّلَ : *hauला*

3. Maddah

Maddah atau vokal panjang yang lambangnya berupa harakat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harakat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda	Nama
اَ... اِ...	<i>fathah</i> dan <i>alif</i> atau <i>yā'</i>	ā	a dan garis di atas
اِ...	<i>kasrah</i> dan <i>yā'</i>	ī	i dan garis di atas
اُ...	<i>ḍammah</i> dan <i>wau</i>	ū	u dan garis di atas

مَاتَ : māta
 رَمَى : rāmā
 قِيلَ : qīla
 يَمُوتُ : yamūtu

4. Tā marbūtah

Transliterasi untuk *tā'' marbūtah* ada dua, yaitu *tā'' marbūtah* yang hidup atau mendapat harakat *fathah*, *kasrah*, dan *ḍammah*, transliterasinya adalah [t]. sedangkan *tā'' marbūtah* yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah [h].

Kalau pada kata yang berakhir dengan *tā'' marbūtah* diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al-* serta bacaan kedua kata itu terpisah, maka *tā'' marbūtah* itu ditransliterasikan dengan ha [h].

Contoh:

رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ : *raudah al-atfāl*
 الْمَدِينَةُ الْفَاضِلَةُ : *al-madīnah al-fādilah*
 الْحِكْمَةُ : *al-hikmah*

5. Syaddah (*Tasydīd*)

Syaddah atau *tasydīd* yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda *tasydīd* (ّ , dalam transliterasi ini dilambangkan dengan perulangan huruf (konsonan ganda) yang diberi tanda *syaddah*.

Contoh:

رَبَّنَا : *rabbānā*
 نَجَّيْنَا : *najjainā*
 الْحَقُّ : *al-haqq*
 نُعِمُّ : *nu''ima*
 عُدُّوْ : *„,aduwwun*

Jika huruf *ع* ber-*tasydid* di akhir sebuah kata dan didahului oleh huruf *kasrah* (عِ) maka ia ditransliterasi seperti huruf *maddah* menjadi *ī*.

Contoh:

عَلِيٌّ : „Alī (bukan „Aliyy atau A“ly)
عَرَبِيٌّ : „Arabī (bukan A“rabiyy atau „Arabiy)

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf *alif lam ma“rifah* (ال). Dalam pedoman transliterasi ini, kata sandang ditransliterasi seperti biasa , al-, baik ketika ia diikuti oleh huruf *syamsi yah* maupun huruf *qamariyah*. Kata sandang tidak mengikuti bunyi huruf langsung yang mengikutinya. Kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikutinya dan dihubungkan dengan garis mendatar (-).

Contoh:

الشَّمْسُ : *al-syamsu* (bukan *asy-syamsu*)
الزَّلْزَلَةُ : *al-zalzalah* (bukan *az-zalzalah*)
الْفَلْسَفَةُ : *al-falsafah*
الْبِلَادُ : *al-bilādu*

7. Hamzah

Aturan transliterasi huruf hamzah menjadi apostrof (‘) hanya berlaku bagi hamzah yang terletak di tengah dan akhir kata. Namun, bila hamzah terletak di awal kata, ia tidak dilambangkan, karena dalam tulisan Arab ia berupa alif.

Contoh:

تَأْمُرُونَ : *ta“murūna*
النَّوْعُ : *al-nau“*
شَيْءٌ : *syai“un*
أَمْرٌ : *umirtu*

8. Penulisan Kata Arab yang Lazim Digunakan dalam Bahasa Indonesia

Kata, istilah atau kalimat Arab yang ditransliterasi adalah kata, istilah atau kalimat yang belum dibakukan dalam bahasa Indonesia. Kata, istilah

atau kalimat yang sudah lazim dan menjadi bagian dari perbendaharaan bahasa Indonesia, atau sering ditulis dalam tulisan bahasa Indonesia, atau lazim digunakan dalam dunia akademik tertentu, tidak lagi ditulis menurut cara transliterasi di atas. Misalnya, kata al-Qur‘an (dari *al-Qur‘ān*), alhamdulillah, dan munaqasyah. Namun, bila kata-kata tersebut menjadi bagian dari satu rangkaian teks Arab, maka harus ditransliterasi secara utuh. Contoh:

Syarh al-Arba‘īn al-Nawāwī
Risālah fī Ri‘āyah al-Maslahah

9. Lafz al-Jalālah

Kata “Allah” yang didahului partikel seperti huruf jarr dan huruf lainnya atau berkedudukan sebagai *mudāfilaih* (frasa nominal), ditransliterasi tanpa huruf hamzah.

Contoh:

دِينُ اللَّهِ *Dīnullāh* بِاللَّهِ *billāh*

adapuntā‘*marbūtah* di akhir kata yang disandarkan kepada *lafz al-jalālah*, diteransliterasi dengan huruf [t]. Contoh:

هُمْ فِي رَحْمَةِ اللَّهِ *hum fī rahmatillāh*

10. Huruf Kapital

Walau sistem tulisan Arab tidak mengenal huruf kapital (*All Caps*), dalam transliterasinya huruf-huruf tersebut dikenai ketentuan tentang penggunaan huruf kapital berdasarkan pedoman ejaan Bahasa Indonesia yang berlaku (EYD). Huruf kapital, misalnya, digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri (orang, tempat, bulan) dan huruf pertama pada permulaan kalimat. Contoh:

Wa mā Muhammadun illā rasūl
Inna awwala baitin wudi‘a linnāsi lallazī bi Bakkata mubārakan
Syahru Ramadān al-lazī unzila fīhi al-Qurān

Nasir al-Din al-Tusi

Nasr Hamid Abu Zayd

Al-Tufi

Al-Maslahah fi al-Tasyir al-Islami

Jika nama resmi seseorang menggunakan kata Ibnu (anak dari) dan Abu (bapak dari) sebagai nama kedua terakhirnya, maka kedua nama terakhir itu harus disebutkan sebagai nama akhir dalam daftar pustaka atau daftar referensi. Contoh:

Abu al-Walid Muhammad ibn Rusyd, ditulis menjadi: Ibnu Rusyd,
Abu al-Walid Muhammad (bukan: Rusyd, Abu al-Walid Muhammad
Ibnu)

Nasr Hamid Abu Za'id, ditulis menjadi: Abu Za'id, Nasr Hamid (bukan,
Za'id Nasr Hamid Abu)

B. Daftar Singkatan

Beberapa singkatan yang dibakukan adalah:

SWT.	= <i>Subhanahu Wa Ta,,ala</i>
SAW.	= <i>Sallallahu ,,Alaihi Wasallam</i>
AS	= <i>,,Alaihi Al-Salam</i>
H	= Hijrah
M	= Masehi
SM	= Sebelum Masehi
l	= Lahir Tahun (untuk orang yang masih hidup saja)
W	= Wafat Tahun
QS .../...: 4	= QS al-Baqarah/2: 4 atau QS Ali ,,Imran/3: 4
HR	= Hadis Riwayat

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
PRAKATA	v
PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB DAN SINGKATAN	ix
DAFTAR ISI	xv
DAFTAR AYAT.	xvii
DAFTAR TABEL.	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
ABSTRAK	xxi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan.....	8
B. Landasan Teori.....	10
C. Kerangka Pikir	34
D. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis Penelitian.....	36
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	36
C. Definisi Operasional Variabel	37
D. Populasi dan Sampel	38
E. Instrumen Penelitian.....	39
F. Teknik Pengumpulan Data	39
G. Uji Instrumen Penelitian.....	41
H. Teknik Analisis Data.....	43
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	47
A. Hasil Penelitian	47
B. Pembahasan	61

BAB V PENUTUP	65
A. Simpulan.....	65
B. Saran.....	65
DAFTAR PUSTAKA.....	67
LAMPIRAN	

DAFTAR KUTIPAN AYAT

Kutipan ayat 1 Q.S Al-Baqarah/2:190	3
Kutipan ayat 2 Q.S Al-Imran/3:59.....	19

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel	37
Tabel 3.2 Alternatif Jawaban.....	40
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	49
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	50
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas	51
Tabel 4.5 Hasil Uji Realibilitas	53
Tabel 4.6 Uji Normalitas.....	54
Tabel 4.7 Uji Heteroskedastisitas	55
Tabel 4.8 Uji Multikolinieritas	56
Tabel 4.9 Uji Regresi Linear Berganda	57
Tabel 4.10 Uji T	58
Tabel 4.11 Uji F.....	60
Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	61

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pikir.....	34
--------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner

Lampiran 2 Tabulasi Data

Lampiran 3 Hasil Olah Data

Lampiran 4 Izin Meneliti

Lampiran 5 Dokumentasi

Lampiran 6 Riwayat Hidup

ABSTRAK

EFIKA YULIANTI, 2023. *“Pengaruh Distribusi Air Bersih terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum PDAM Desa Pangi Kecamatan Bajo.”*. Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Palopo. Dibimbing oleh Rismayanti, S.E., M.Si.

Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Distribusi Air Bersih terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum PDAM Desa Pangi Kecamatan Bajo. Sehingga tujuan penelitian ini yaitu untuk menganalisis Pengaruh Distribusi Air Bersih terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum PDAM Desa Pangi. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif, dengan metode pengumpulan data yang menggunakan angket atau kuesioner. Penentuan sampel penelitian menggunakan metode *total sampling* yaitu teknik pengambilan sampel dimana seluruh populasi menjadi objek penelitian dan dijadikan sebagai sampel. Teknik Analisis yang digunakan pada penelitian ini yaitu teknik analisis regresi berganda. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa secara parsial sub variabel Distribusi Air Bersih yaitu tempat, waktu, bentuk dan informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM di Desa Pangi Kecamatan Bajo. Berdasarkan hasil uji regresi berganda variabel bebas yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel waktu kemudian diikuti variabel tempat, informasi dan bentuk. Secara simultan sub variabel Distribusi Air Bersih yaitu tempat, waktu, bentuk dan informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Perusahaan daerah air minum di Desa Pangi Kecamatan Bajo, dengan pengaruh sebesar 20,4% terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Distribusi Air Bersih, Kepuasan Pelanggan, PDAM.

ABSTRACT

EFIKA YULIANTI, 2023. *"The Influence of Clean Water Distribution on Customer Satisfaction of the Regional Water Company PDAM in Pangi Village, Bajo Subdistrict."* Bachelor Thesis in the Sharia Business Management Program, Faculty of Islamic Economics and Business, State Islamic Institute of Palopo. Supervised by Rismayanti, S.E., M.Si.

This research discusses the Influence of Clean Water Distribution on Customer Satisfaction of the Regional Water Company PDAM in Pangi Village, Bajo Subdistrict. The purpose of this study is to analyze the Influence of Clean Water Distribution on Customer Satisfaction of the Regional Water Company PDAM in Pangi Village. This research is quantitative in nature, employing a data collection method involving questionnaires. The research sample was determined using total sampling, where the entire population was included in the study as samples. The analysis technique employed in this research is simple regression analysis. The results of this study show that partially the sub-variables of Clean Water Distribution, namely place, time, form and information have a positive and significant effect on PDAM customer satisfaction in Pangi Village, Bajo District. Simultaneously, the sub-variables of Clean Water Distribution, namely place, time, form and information have a positive and significant effect on PDAM customer satisfaction in Pangi Village, Bajo District, with an influence of 20.4% on customer satisfaction.

Keywords: *Clean Water Distribution, Customer Satisfaction, PDAM..*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Dalam era globalisasi yang semakin terbuka, perusahaan harus mampu menghadapi persaingan yang semakin beragam dengan berbagai produk dan jasa di pasar. Oleh karena itu, setiap perusahaan harus merancang strategi yang tepat agar dapat memenuhi kebutuhan konsumen dan memberikan kepuasan maksimal kepada pelanggan. Pelayanan yang baik kepada konsumen menjadi salah satu tindakan penting yang harus dilakukan oleh perusahaan untuk menciptakan rasa puas pada konsumen dan memenangkan persaingan di pasar.¹

Air merupakan mineral yang vital bagi kehidupan makhluk hidup di muka bumi ini, termasuk manusia. Ketersediaan air sangat penting bagi kegiatan sehari-hari manusia, seperti mengkonsumsinya, sehingga pengolahan air harus dilakukan secara efektif dan efisien. Sebagai sumber nasional yang menyangkut kepentingan hidup orang banyak, pengelolaan sumber daya air harus diatur oleh pemerintah. Oleh karena itu, Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2004 dibentuk untuk menjaga dan mengelola sumber daya air yang dimiliki oleh negara kesatuan Republik Indonesia.²

Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) adalah salah satu lembaga Organisasi Perangkat Daerah (OPD) yang dibentuk berdasarkan Undang-Undang Nomor 5

¹ Rachmadi Usman, *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia* (Jakarta: Sinar Grafika, 2022), 26.

² Efbertias Sitorus, *Pengantar Pengetahuan Lingkungan* (Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2022), 36.

Tahun 1962 tentang Perusahaan Daerah. Tujuan utama BUMD adalah untuk melaksanakan pembangunan daerah melalui pelayanan jasa kepada masyarakat, penyelenggaraan kemanfaatan umum, dan meningkatkan penghasilan pemerintah daerah.³

Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) adalah salah satu perusahaan daerah yang tergabung dalam Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) dan bertanggung jawab untuk mengelola sumber daya air di setiap daerah. PDAM di Kecamatan Bajo merupakan salah satu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa penyediaan air bersih, dengan tugas pokok untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan air bersih dan meningkatkan kualitas, kuantitas, dan kontinuitas dalam penyediaan air bersih secara merata. Visi PDAM di Kecamatan Bajo adalah menjadi PDAM Profesional yang mengutamakan kepuasan dengan memberikan pelayanan yang prima kepada masyarakat (Ishak, 2022; L *et al.*, 2022)

PDAM Kecamatan Bajo dituntut untuk terus meningkatkan kualitas pelayanannya dengan mengembangkan kinerja secara profesional dan optimal, untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan. Proses menciptakan kepuasan pelanggan bukanlah suatu hal yang mudah, karena melibatkan komitmen dan dukungan aktif dari para karyawan dan pemilik perusahaan. Proses penciptaan kepuasan pelanggan sebenarnya merupakan sebuah siklus proses yang saling terkait antara kepuasan pemilik, kepuasan karyawan, dan kepuasan pelanggan. Keseimbangan di antara ketiga aspek tersebut menjadi tantangan sekaligus kunci keberhasilan pemasaran suatu perusahaan.

³ Setiawan Ady, *Financial Engineering Pada BUMD Air Minum* (Yogyakarta: Deepublish, 2022), 16.

Dalam Al-Quran, konsep kepuasan pelanggan tidak secara langsung disebutkan. Namun, terdapat beberapa ayat yang dapat dihubungkan dengan konsep ini secara tidak langsung, yaitu:

Allah Swt. Berfirman dalam Q.S AL-Baqarah ayat 190,

وَمَا جَعَلَهُ اللَّهُ سَبِيحًا وَلَا دُرُودًا ۗ أَلَّا يَكُونَ لِلنَّاسِ عِشْرَانًا مِثْلَ نَسَبِكُمْ لِأَبْنَائِكُمْ وَلِلنَّاسِ عِشْرَانًا مِثْلَ نَسَبِكُمْ لِأَبْنَائِكُمْ وَلِلنَّاسِ عِشْرَانًا مِثْلَ نَسَبِكُمْ لِأَبْنَائِكُمْ

Terjemahnya:

Perangilah di jalan Allah orang-orang yang memerangi kamu dan jangan melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas (Q.S Al-Baqarah/2:190).

Ayat ini menunjukkan pentingnya berbuat baik kepada orang lain, termasuk pelanggan. Dalam konteks bisnis, berbuat baik kepada pelanggan dapat diartikan sebagai memberikan pelayanan yang terbaik dan memenuhi kebutuhan mereka. Meskipun ayat ini tidak secara langsung membahas tentang kepuasan pelanggan, namun ada beberapa nilai yang dapat dihubungkan dengan konsep tersebut. Salah satunya adalah nilai memberikan pelayanan yang baik dan berbuat kebaikan kepada orang lain. Ayat tersebut menunjukkan pentingnya belanja dari rezeki yang diberikan kepada kita dan memberikan sedekah dengan niat yang tulus, serta berusaha menjadi orang yang saleh.⁴

Dalam konteks bisnis, nilai-nilai tersebut dapat diaplikasikan dengan memberikan pelayanan yang terbaik dan memenuhi kebutuhan pelanggan dengan niat yang tulus untuk memberikan kepuasan pada pelanggan. Perusahaan juga diharapkan untuk memperhatikan kepentingan pelanggan dan memastikan bahwa produk atau layanan yang diberikan sesuai dengan yang diinginkan oleh pelanggan.

⁴ M. Quraish Shihab. *Kaidah tafsir*. (Jakarta: Lentera Hati Group, 2018). 14

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti di Desa Pangi Kecamatan Bajo menunjukkan bahwa, masih terdapat beberapa keluhan dan pengaduan yang disampaikan oleh pelanggan kepada PDAM Kecamatan Bajo. Beberapa keluhan yang di sampaikan oleh pelanggan PDAM di Desa Pangi yaitu penyaluran air yang masih belum maksimal serta belum merata sehingga masyarakat kesulitan memperoleh air bersih. Selain itu, teknisi dari pihak PDAM juga sering kali lambat dalam menanggapi dan merespon keluhan yang diajukan oleh pelanggan, hal ini membuat pelanggan di Desa Pangi merasa tidak puas dengan pelayanan yang diberikan oleh perusahaan. Untuk mengantisipasi dampak buruk dari kekeringan yang di sebabkan oleh kemarau panjang, perusahaan Daerah air minum telah mengambil tindakan darurat dengan menyediakan tambahan pasokan air, mereka mengalokasikan 60 ton air per hari untuk kebutuhan air bersih masyarakat.

Berdasarkan pengalaman peneliti di Desa Pangi juga menunjukkan bahwa beberapa pelanggan PDAM mengeluhkan tentang kualitas air yang dihasilkan tidak sesuai dengan standar, terutama pada saat musim kemarau ketika sumber air semakin berkurang. Terlebih waktu musim hujan, air yang di salurkan sangat keruh dan volume air menjadi sangat sedikit. Selain itu teknisi pihak PDAM yang lambat dalam menanggapi dan merespon keluhan yang di ajukan oleh pelanggan, sehingga membuat pelanggan PDAM di Desa Pangi kurang puas terhadap pelayanan yang berikan oleh perusahaan. Maka dari itu, pihak PDAM Kecamatan Bajo seharusnya lebih memperhatikan kualitas air yang di salurkan kepada pelanggan untuk meminimalisir keluhan pelanggan PDAM.

Adanya keluhan dan pengaduan tersebut mengindikasikan rendahnya kualitas pelayanan yang sering menjadi perhatian masyarakat. Jika hal ini terus dibiarkan dan tidak ada perbaikan, maka akan mengakibatkan pelanggan akan merasa tidak puas akibat tidak nyaman terhadap pelayanan PDAM yang kurang baik. Beberapa dampak yang mungkin terjadi akibat ketidakpuasan pelanggan yaitu pelanggan yang tidak puas bisa beralih ke penyedia layanan air yang lain, seperti memasang sumur bor. Hal ini akan merugikan PDAM Kecamatan Bajo, karena akan mengurangi jumlah pelanggan dan pendapatannya. Serta pelanggan yang merasa tidak puas dengan pelayanan dapat memberikan ulasan negatif tentang PDAM Kecamatan Bajo, baik secara langsung kepada orang lain maupun di media sosial. Hal ini dapat mempengaruhi citra dan reputasi perusahaan.

Sehingga berdasarkan uraian tersebut maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul Pengaruh Distribusi Air Bersih terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Air Minum (PDAM) Desa Pangi Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah Distribusi Air Bersih Berpengaruh Secara Parsial Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Air Minum (PDAM) Desa Pangi Kecamatan Bajo?
2. Seberapa Besar Pengaruh Distribusi Air Bersih Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Air Minum (PDAM) Desa Pangi Kecamatan Bajo?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk Menganalisis Pengaruh Distribusi Air Bersih Secara Parsial Terhadap Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Air Minum (PDAM) Desa Pangi Kecamatan Bajo.
2. Untuk Menganalisis Besar Pengaruh Distribusi Air Bersih Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Air Minum (PDAM) Desa Pangi Kecamatan Bajo.

D. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diperoleh dari penelitian yang dilakukan yaitu:

1. Manfaat Teoritis
 - a. Memberikan wawasan dan pemahaman tentang teori-teori yang terkait dengan pengaruh distribusi air bersih terhadap kepuasan pelanggan perusahaan daerah air minum (PDAM).
 - b. Menjelaskan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi kepuasan pelanggan dalam hal distribusi air bersih.
 - c. Memberikan kerangka konseptual yang dapat digunakan untuk memahami pengaruh distribusi air bersih terhadap kepuasan pelanggan perusahaan daerah air minum (PDAM).

2. Manfaat Praktis

- a. Memberikan informasi yang berguna bagi manajemen PDAM Desa Pangi untuk meningkatkan kualitas distribusi air bersih dan meningkatkan kepuasan pelanggan.
- b. Memberikan panduan praktis bagi manajemen PDAM Desa Pangi untuk meningkatkan pelayanan dan kualitas produknya dengan lebih memperhatikan kebutuhan dan keinginan pelanggan.
- c. Membantu manajemen PDAM Desa Pangi dalam mengidentifikasi masalah yang terkait dengan distribusi air bersih dan merumuskan solusi yang tepat untuk mengatasi masalah tersebut.
- d. Menyediakan data dan informasi yang diperlukan oleh pemerintah daerah dan masyarakat untuk menilai kinerja PDAM Desa Pangi dalam memenuhi kebutuhan air bersih masyarakat.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan

Berikut adalah beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan topik Pengaruh Distribusi Air Bersih Terhadap Kepuasan Pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Desa Pangi Kecamatan Bajo.

1. Syaiful Aswad, Realize Realize, and Ronald Wangdra dengan judul penelitian "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center." Objek penelitian ini adalah pengguna air. Tujuan penelitian untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh secara parsial dan simultan antara variabel independen terhadap variabel dependen. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode non probability sampling, jumlah sampel penelitian sebanyak 111 responden. Teknik analisis menggunakan analisis regresi linier berganda. Berdasarkan hasil penelitian terhadap hasil uji t, t hitung harga dan kualitas pelayanan lebih besar dari pada t tabel, maka dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh positif dan signifikan harga terhadap kepuasan konsumen, ada pengaruh positif dan signifikan. dan pengaruh signifikan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil uji F lebih besar F tabel. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel harga dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap.⁵ Persamaan penelitian

⁵Syaiful Aswad, Realize Realize, and Ronald Wangdra. "Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pengguna Air Bersih Masyarakat Kampung Air Batam Center." *JIM UPB (Jurnal Ilmiah Manajemen Universitas Putera Batam)* 6.2 (2018): 77-85.

sebelumnya dengan penelitian ini yaitu memiliki topik pembahasan yang sama yaitu jenis penelitian yang digunakan sama, yaitu jenis penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian ini menambahkan variabel air bersih sedangkan penelitian sebelumnya tidak.

2. Harry Budiman dengan judul penelitian Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi Air terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Medan Kota Metode dalam penelitian ini menggunakan deskriptif kuantitatif, Dengan menggunakan desain cross sectional, yaitu suatu penelitian dimana variabel-variabel yang termasuk faktor resiko termasuk efek diobservasi sekaligus pada waktu yang sama. Metode pengumpulan data dilakukan dengan daftar pertanyaan (Kuesioner) dan studi dokumentasi, Analisis data menggunakan analisis jalur (path analisis). Hasil penelitian menunjukkan bahwa. Secara parsial kinerja distribusi air berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, artinya kinerja distribusi air berpengaruh nyata dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.⁶ Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu jenis penelitian yang digunakan sama, yaitu jenis penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian ini menambahkan variabel air bersih sedangkan penelitian sebelumnya tidak.
3. Andi Bau Salman, Andi Jamaluddin, and Andi Bakti dengan judul penelitian Pengaruh Distribusi Air bersih Terhadap Kepuasan Pelanggan di Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Air Minum Tirta Danau Tempe Kabupaten Wajo. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kualitatif dan data

⁶ Harry Budiman. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Distribusi Air terhadap Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtanadi Cabang Medan Kota*. Diss. Universitas Sumatera Utara, 2019: 71

kuantitatif. Analisis data dilakukan dengan menggunakan analisis deskriptif yang bertujuan untuk memaparkan atau menggambarkan hasil dari studi lapangan dan studi literatur yang dilakukan. Berdasarkan hasil penelitian, faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain lokasi strategis yang membuat jangkauan pengaliran dapat dikondisikan dengan cepat, perekrutan orang yang berkompeten dengan keahlian di bidangnya untuk meningkatkan kualitas layanan, fasilitas dengan teknologi modern seperti layanan pembayaran berbasis teknologi web dan aplikasi android dan IOS, pola kerjasama dengan Bank, serta akses pembayaran terpadu yang tersedia di mini market untuk memudahkan masyarakat dalam membayar dengan tepat waktu. Selain itu, kendaraan operasional yang cukup juga mempengaruhi kepuasan pelanggan.⁷ Persamaan penelitian sebelumnya dengan penelitian ini yaitu memiliki topik pembahasan yang sama yaitu pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dan jenis penelitian yang digunakan sama, yaitu jenis penelitian kuantitatif. Sedangkan perbedaannya yaitu penelitian ini menambahkan variabel air bersih sedangkan penelitian sebelumnya tidak.

B. Landasan Teori

1. Distribusi Air Bersih

a. Pengertian Distribusi Air Bersih

Distribusi merupakan suatu rangkaian kegiatan yang meliputi perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan dalam

⁷ Andi Bau Salman, Andi Jamaluddin, and Andi Bakti, "Pengaruh Distribusi Air Bersih Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Air Minum Tirta Danau Tempe Kabupaten Wajo," *Precise Journal of Economic* 1, no. 2 (2022): 31–50.

menggerakkan barang atau produk akhir dari produsen ke konsumen melalui saluran distribusi yang efisien. Distribusi meliputi berbagai kegiatan seperti penyimpanan, pengangkutan, penjualan, dan pemasaran produk akhir. Distribusi bertujuan untuk memastikan produk akhir tersedia di tempat yang tepat, pada waktu yang tepat, dan dalam kondisi yang baik sehingga dapat memenuhi kebutuhan pelanggan dengan mendapatkan keuntungan bagi produsen atau penjual. Distribusi yang efektif dan efisien akan membantu meningkatkan kepuasan pelanggan, memperkuat hubungan antara produsen dan konsumen, serta meningkatkan reputasi merek atau produk di pasar.⁸

Sistem distribusi air bersih sangat penting untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan air bersih. Perencanaan sistem distribusi air bersih harus mempertimbangkan beberapa faktor seperti daerah layanan dan jumlah penduduk yang akan dilayani, kebutuhan air, topografi daerah layanan, jenis sambungan sistem, pipa distribusi, tipe pengaliran, pola jaringan, perlengkapan sistem distribusi air bersih, dan deteksi kebocoran. Memperhatikan faktor-faktor tersebut dapat membantu dalam merencanakan sistem distribusi air bersih yang efisien, efektif, dan dapat memenuhi kebutuhan masyarakat dengan baik. Salah satu faktor penting dalam perencanaan sistem distribusi air bersih adalah perlengkapan sistem distribusi air bersih, seperti pompa air, tangki air, katup, dan pipa yang berkualitas tinggi, serta sistem deteksi kebocoran yang dapat membantu dalam mengurangi kehilangan air dan mempertahankan kualitas air yang baik.⁹

⁸ Komaruddin Sastradipoera. *Manajemen Sumber Daya Manusia: Suatu Pendekatan Fungsi Operatif*. (Bandung: Kappa Sigma, 2019). 56

⁹ Agus Maryono, *Memanen Air Hujan* (Yogyakarta: UGM PRESS, 2018), 78.

Sistem penyediaan air bersih yang baik harus dapat memastikan bahwa jumlah air yang disediakan memenuhi kebutuhan masyarakat. Peraturan Pemerintah No. 16 Tahun 2005 tentang sistem pengembangan air minum menyebutkan bahwa sistem penyediaan air minum terdiri dari empat unit, yaitu:

a) Unit Air Baku

Unit ini berfungsi sebagai tempat pengambilan air baku yang biasanya diambil dari sumber-sumber alam seperti sungai, danau, atau sumur bor. Air baku tersebut kemudian diolah melalui proses pengolahan air untuk menjadikan air tersebut aman untuk dikonsumsi.

b) Unit Produksi

Setelah air baku diolah menjadi air yang bersih dan aman, unit produksi bertugas untuk memproduksi air minum dalam jumlah yang cukup untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Unit produksi terdiri dari peralatan seperti pompa air, filter, tangki air, dan perlengkapan lain yang dibutuhkan untuk memproduksi air minum yang berkualitas.

c) Unit Distribusi

Unit distribusi bertanggung jawab untuk mendistribusikan air minum yang telah diproduksi dari unit produksi ke daerah-daerah pelayanan atau konsumen. Unit ini terdiri dari perpipaan dan perlengkapan lain seperti valve, hydrant, dan lain-lain yang memungkinkan air minum dapat dihantarkan ke tempat-tempat yang membutuhkan.

d) Unit Pelayanan

Unit pelayanan merupakan unit yang berhubungan langsung dengan konsumen. Unit ini bertanggung jawab untuk memberikan pelayanan kepada konsumen, seperti pemasangan meteran air, penerimaan pembayaran, dan penanganan keluhan atau masalah yang terkait dengan air minum. Unit pelayanan harus memastikan bahwa konsumen mendapatkan pelayanan yang baik dan memuaskan dalam menggunakan air minum yang disediakan.

Sistem penyediaan air bersih yang baik harus memiliki unsur-unsur yang terintegrasi dengan baik untuk memastikan bahwa jumlah air yang disediakan memenuhi kebutuhan masyarakat.¹⁰

Air bersih merupakan kebutuhan dasar manusia yang sangat penting untuk mempertahankan kesehatan dan kelangsungan hidup. Namun, tidak semua sumber air dapat digunakan sebagai air bersih karena kemungkinan tercemarnya air oleh limbah, polutan, dan bahan kimia berbahaya. Oleh karena itu, penting bagi kita untuk memilih sumber air yang tepat dan aman untuk digunakan sebagai air bersih. Berikut ini adalah beberapa macam sumber air yang dapat digunakan untuk air bersih:¹¹

a) Sungai

Sungai adalah salah satu sumber air yang umum digunakan untuk air bersih. Namun, air sungai sering tercemar oleh limbah industri, limbah

¹⁰ Agus Maryono, *Memanen Air Hujan*, 79.

¹¹ Radianta Triarmadja, *Teknik Penyediaan Air Minum Perpipaan* (Yogyakarta: UGM PRESS, 2019), 17.

domestik, dan limbah pertanian, sehingga perlu diolah terlebih dahulu sebelum digunakan. Pengolahan ini dilakukan dengan cara memisahkan partikel-partikel kotoran atau polutan dari air sungai, baik secara mekanik maupun kimia.

b) Danau

Danau juga dapat digunakan sebagai sumber air bersih. Namun, seperti halnya sungai, air danau juga dapat tercemar oleh limbah industri, limbah domestik, dan limbah pertanian. Oleh karena itu, sebelum digunakan sebagai air bersih, air danau harus melalui proses pengolahan yang sama dengan air sungai.

c) Air Tanah

Air tanah adalah sumber air yang relatif bersih dan aman untuk digunakan sebagai air bersih, karena sudah melalui proses penyaringan alami di dalam tanah. Namun, perlu diingat bahwa air tanah juga dapat tercemar oleh limbah dan polutan yang menembus lapisan tanah. Oleh karena itu, sebelum digunakan sebagai air bersih, air tanah juga perlu diolah terlebih dahulu.

d) Air Hujan

Air hujan dapat digunakan sebagai sumber air bersih, terutama pada daerah yang sulit mendapatkan sumber air lainnya. Namun, air hujan juga dapat tercemar oleh polutan yang terdapat di atmosfer. Oleh karena itu, perlu diolah terlebih dahulu sebelum digunakan sebagai air bersih.

e) Air Permukaan Lainnya

Selain sungai dan danau, air permukaan lainnya seperti waduk, bendungan, atau kanal juga dapat digunakan sebagai sumber air bersih. Namun, seperti halnya sungai dan danau, air permukaan ini juga dapat tercemar oleh limbah industri, limbah domestik, dan limbah pertanian. Oleh karena itu, sebelum digunakan sebagai air bersih, air permukaan ini juga perlu diolah terlebih dahulu.

f) Air Laut

Air laut dapat diolah menjadi air bersih melalui proses desalinasi. Namun, proses desalinasi memerlukan teknologi yang mahal dan membutuhkan energi yang besar, sehingga biayanya cenderung lebih tinggi dibandingkan dengan menggunakan sumber air lainnya.¹²

b. Indikator Distribusi Air Bersih

Indikator saluran distribusi air bersih menurut Koesworodjati mempertimbangkan beberapa faktor yang penting untuk memastikan bahwa produk atau jasa dapat tersedia dan dipasarkan dengan baik kepada pelanggan. Empat indikator saluran distribusi air bersih tersebut adalah sebagai berikut:

1) Tempat

Indikator tempat mencakup ketersediaan produk atau jasa di suatu lokasi yang nyaman bagi pelanggan potensial. Tempat yang strategis dan

¹² Radianta Triarmadja, *Teknik Penyediaan Air Minum Perpipaan* (Yogyakarta: UGM PRESS, 2019), 18.

mudah dijangkau akan memudahkan pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa yang diinginkan.

2) Waktu

Indikator waktu mencakup ketersediaan produk atau jasa yang diinginkan oleh seorang pelanggan. Waktu yang tepat dalam hal ketersediaan dan pengiriman produk atau jasa sangat penting untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dengan baik.

3) Bentuk

Indikator bentuk mencakup produk yang diproses, disiapkan dan siap dimanfaatkan serta dalam kondisi yang tepat. Produk atau jasa yang berkualitas dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan akan meningkatkan kepuasan pelanggan dan membantu memperkuat hubungan antara produsen atau penjual dengan pelanggan.

4) Informasi

Indikator informasi mencakup jawaban atas pertanyaan dan komunikasi umum mengenai sifat-sifat produk yang berguna serta manfaat yang tersedia. Informasi yang akurat dan jelas mengenai produk atau jasa akan membantu pelanggan untuk memilih produk atau jasa yang tepat sesuai dengan kebutuhan mereka.¹³

¹³ Yudhi Koesworodjati, *Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran*, (Bandung: FE UNPAS, 2019), 98

2. Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian kepuasan

Definisi kepuasan pelanggan yang umumnya diterima adalah sebagai perasaan senang atau puas yang dialami oleh pelanggan sebagai hasil dari perbandingan antara kinerja produk atau layanan dengan harapan atau ekspektasi mereka. Kepuasan pelanggan menjadi sangat penting bagi suatu bisnis atau organisasi karena dapat mempengaruhi citra dan reputasi merek atau produk, mempertahankan pelanggan, serta meningkatkan keuntungan dan pertumbuhan bisnis di masa depan.¹⁴ Tjiptono memberikan pengertian bahwa kata "kepuasan pelanggan" berasal dari bahasa Latin, yaitu "satis" dan "facio". "Satis" berarti cukup atau memadai, sedangkan "facio" berarti melakukan atau memenuhi. Oleh karena itu, pengertian kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai upaya untuk memenuhi atau membuat sesuatu menjadi cukup baik atau memadai untuk pelanggan.¹⁵

Kepuasan konsumen tergantung pada perbandingan antara harapan dan kinerja suatu produk. Bila kinerja produk sesuai atau melebihi harapan, konsumen akan merasa senang dan puas. Namun, bila kinerja produk kurang dari harapan, konsumen akan merasa tidak puas. Kepuasan konsumen meliputi perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan oleh konsumen.¹⁶

¹⁴ Freddy Yusanto, *Oyalitas Konsumen PD Bank Perkreditan Rakyat Wilayah Cirebon*. (Yogyakarta: Deepublish, 2019), 23.

¹⁵ Ujang Sumarwan and Fandy Tjiptonon, *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen* (Bandung: PT Penerbit IPB Press, 2019), 26.

¹⁶ Paulus Lilik Kristianto, *Psikologi Pemasaran Integrasi Ilmu Psikologi Dalam Kegiatan Pemasaran* (Yogyakarta: CAPS, 2018), 142.

Kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa yang dialami oleh seseorang setelah menggunakan suatu produk atau jasa. Kepuasan ini didasarkan pada perbandingan antara harapan konsumen terhadap kinerja atau hasil produk tersebut dan kinerja yang sebenarnya dirasakan oleh konsumen. Jika kinerja produk sesuai atau melebihi harapan, maka konsumen akan merasa puas, tetapi jika kinerja produk kurang dari harapan, maka konsumen akan merasa tidak puas. Kepuasan konsumen sangat penting bagi perusahaan karena dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen di masa yang akan datang.¹⁷ Perusahaan harus memahami kebutuhan, keinginan, dan harapan pelanggan secara detail untuk dapat memenuhi ekspektasi pelanggan dan memastikan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan juga bisa diukur melalui tingkat loyalitas dan tingkat pembelian ulang pelanggan terhadap produk atau jasa yang ditawarkan. Dalam jangka panjang, kepuasan pelanggan yang tinggi dapat membantu perusahaan mempertahankan dan meningkatkan basis pelanggan yang setia.¹⁸

Berdusta dalam berdagang sangat dikecam dalam Islam, terlebih lagi jika disertai dengan sumpah palsu atas Nama Allah. Dalam hadits mutafaq'alah dari hakim bin Hazm yang artinya : "Penjual dan pembeli bebas memilih selama belum putus transaksi, jika keduanya bersikap benar dan menjelaskan kekurangan barang yang diperdagangkan maka keduanya mendapatkan berkah dari jual belinya. Namun, jika keduanya saling menutupi aib barang dagangan itu dan berbohong maka jika mereka mendapatkan laba, hilanglah berkah jual beli itu

Allah Swt. berfirman dalam QS Ali Imran ayat 159 disebutkan bahwa:

¹⁷ Titik Wijayanti, *Marketing Plan?* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2019), 98.

¹⁸ Supriyanto Ernawati, *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan* (Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2018), 55.

نَسُوا ۚ زَحٍ ۙ لَّا ۙ هِ ۙ م ۙ
 نَظَا ۙ غِ ۙ ا ۙ وَهٓ ۙ
 ۙ ۙ ۙ ۙ
 نَاعِفَ ع ۙ هِ ۙ وَشَاوِ ۙ
 ۙ ۙ نَاعِ ۙ ۙ ۙ
 ۙ ۙ ۙ ۙ ۙ ۙ
 ۙ ۙ ۙ ۙ ۙ ۙ
 ۙ ۙ ۙ ۙ ۙ ۙ ۙ
 ۙ ۙ ۙ ۙ ۙ ۙ ۙ
 ۙ ۙ ۙ ۙ ۙ ۙ ۙ

Terjemahnya:

ا
ه

Maka, berkat rahmat Allah engkau (Nabi Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Seandainya engkau bersikap keras dan berhati kasar, tentulah mereka akan menjauh dari sekitarmu. Oleh karena itu, maafkanlah mereka, mohonkanlah ampunan untuk mereka, dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam segala urusan (penting). Kemudian, apabila engkau telah membulatkan tekad, bertawakallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah mencintai orang-orang yang bertawakal.

Dapat disimpulkan bahwa kepuasan konsumen adalah tanggapan positif seorang konsumen terhadap suatu produk atau jasa setelah mereka menggunakannya, yang menunjukkan bahwa harapan mereka terpenuhi. Kepuasan konsumen tidak hanya sebatas pada tingkat kepuasan atas produk atau jasa, tetapi juga meliputi faktor-faktor seperti kualitas, nilai, layanan purna jual, dan faktor-faktor lain yang mempengaruhi pengalaman konsumen secara keseluruhan.

b. Teori Kepuasan Konsumen

Teori kepuasan (*Expectancy Disconfirmation Model*) merupakan landasan untuk menjelaskan proses pembentukan kepuasan atau ketidakpuasan konsumen melalui perbandingan antara harapan sebelum pembelian dan kinerja produk setelah pembelian. Teori ini dikemukakan oleh Sumarwan, seorang ahli ekonomi. Dalam penerapannya, terdapat enam teori kepuasan konsumen yang terstruktur

dalam tiga perspektif utama, yakni psikologi, ekonomi, dan sosiologi. perspektif psikologi dalam teori kepuasan konsumen meliputi *cognitive dissonance theory*, *contrast theory*, *assimilation contrast theory*, dan *adaptation level theory*.

Sementara itu, perspektif ekonomi dalam teori kepuasan konsumen diwakili oleh *utility theory*. *Utility theory* menjelaskan bahwa kepuasan konsumen tergantung pada utilitas atau manfaat yang mereka terima dari produk atau layanan dan biaya yang harus mereka keluarkan untuk memperolehnya. Perspektif sosiologi dalam teori kepuasan konsumen meliputi *alienation theory*. *Alienation theory* mengatakan bahwa kepuasan konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial dan lingkungan seperti status sosial, kelompok sosial, dan lingkungan sosial di mana produk atau layanan digunakan. Dengan demikian, kesesuaian antara produk atau layanan dengan lingkungan sosial di mana konsumen berada dapat mempengaruhi kepuasan mereka..¹⁹

1) Perspektif psikologi

a) *Cognitive Dissonance Theory*

Cognitive dissonance theory atau teori disonansi kognitif adalah sebuah teori psikologis yang menggambarkan ketidakcocokan antara keyakinan atau pengetahuan seseorang dan tindakan atau perilaku mereka. Teori ini menyatakan bahwa individu akan merasa tidak nyaman atau tidak senang ketika mereka menyadari adanya inkonsistensi antara keyakinan mereka dan tindakan mereka. Dalam konteks kepuasan konsumen, *cognitive dissonance theory* dapat terjadi ketika konsumen memiliki keyakinan tertentu tentang produk atau layanan sebelum membeli, tetapi setelah membeli dan menggunakan produk atau layanan, mereka mengalami ketidakcocokan antara keyakinan mereka dan pengalaman penggunaan produk atau layanan.

¹⁹ Tjiptono, *Brand Manajgement Dan Strategy*, 290.

Akibatnya, konsumen mungkin merasa tidak puas atau meragukan keputusan mereka untuk membeli produk atau layanan tersebut.

Untuk mengatasi *cognitive dissonance*, konsumen dapat mencari informasi tambahan yang mendukung keputusan mereka atau mengubah keyakinan mereka agar sesuai dengan pengalaman mereka menggunakan produk atau layanan. Perusahaan juga dapat membantu mengurangi *cognitive dissonance* dengan memberikan informasi yang akurat dan bermanfaat tentang produk atau layanan mereka sebelum dan setelah pembelian.

b) Contrast Theory

Contrast theory atau teori kontras adalah teori yang menjelaskan bahwa persepsi seseorang tentang suatu objek (produk atau layanan) dapat dipengaruhi oleh perbandingan dengan objek lain yang dikenal sebelumnya. Teori ini mengatakan bahwa ketika individu mengalami perbandingan antara objek baru yang diperkenalkan dan objek yang dikenal sebelumnya, maka mereka akan mengevaluasi objek baru tersebut berdasarkan perbedaan dan persamaannya dengan objek sebelumnya. Dalam konteks kepuasan konsumen, *contrast theory* dapat terjadi ketika konsumen membandingkan produk atau layanan yang baru diperkenalkan dengan produk atau layanan yang telah mereka kenal sebelumnya. Jika produk atau layanan yang baru diperkenalkan jauh berbeda dari produk atau layanan yang telah dikenal sebelumnya, maka konsumen mungkin merasa kecewa atau tidak puas. Namun, jika produk atau layanan yang baru diperkenalkan memiliki

karakteristik yang lebih baik daripada produk atau layanan yang telah dikenal sebelumnya, maka konsumen mungkin merasa lebih puas.

Untuk mengatasi efek kontras, perusahaan dapat membantu konsumen untuk mengembangkan ekspektasi yang realistis tentang produk atau layanan yang akan mereka beli dan berusaha untuk meminimalkan perbedaan yang signifikan antara produk atau layanan yang dikenal sebelumnya dan yang baru diperkenalkan. Perusahaan juga dapat memperkenalkan produk atau layanan baru dengan cara yang gradual dan menyertakan informasi yang jelas tentang perbedaan dan persamaan dengan produk atau layanan yang telah dikenal sebelumnya..

c) *Assimilation Contrast Theory*

Assimilation contrast theory atau teori asimilasi kontras adalah teori yang menjelaskan bahwa persepsi seseorang tentang suatu objek (produk atau layanan) dapat dipengaruhi oleh perbandingan dengan objek lain yang dikenal sebelumnya. Namun, berbeda dengan *contrast theory*, *assimilation contrast theory* mengatakan bahwa ketika individu mengalami perbandingan antara objek baru yang diperkenalkan dan objek yang dikenal sebelumnya, maka mereka akan mengevaluasi objek baru tersebut dengan cara yang cenderung menyesuaikan persepsi mereka terhadap objek lama.

Dalam konteks kepuasan konsumen, *assimilation contrast theory* dapat terjadi ketika konsumen membandingkan produk atau layanan yang baru diperkenalkan dengan produk atau layanan yang telah mereka kenal sebelumnya. Jika produk atau layanan yang baru diperkenalkan memiliki

karakteristik yang mirip dengan produk atau layanan yang telah dikenal sebelumnya, maka konsumen cenderung akan mengevaluasi produk atau layanan yang baru dengan cara yang cenderung menyesuaikan persepsi mereka terhadap produk atau layanan yang telah dikenal sebelumnya. Namun, jika produk atau layanan yang baru diperkenalkan jauh berbeda dari produk atau layanan yang telah dikenal sebelumnya, maka konsumen mungkin akan mengevaluasi produk atau layanan yang baru secara negatif.

Untuk mengatasi efek asimilasi kontras, perusahaan dapat membantu konsumen untuk mengembangkan ekspektasi yang realistis tentang produk atau layanan yang akan mereka beli dan memberikan informasi yang jelas tentang perbedaan dan persamaan antara produk atau layanan yang dikenal sebelumnya dan yang baru diperkenalkan. Selain itu, perusahaan juga dapat memperkenalkan produk atau layanan baru secara bertahap, dan memberikan pelatihan atau panduan yang diperlukan untuk membantu konsumen beradaptasi dengan perubahan tersebut.²⁰

d) *Adaptation Level Theory*

Adaptation level theory atau teori tingkat adaptasi adalah teori yang menjelaskan bahwa persepsi individu tentang suatu objek (produk atau layanan) dipengaruhi oleh tingkat kebiasaan atau pengalaman sebelumnya dengan objek tersebut. Teori ini menyatakan bahwa individu cenderung menilai suatu objek berdasarkan pengalaman mereka sebelumnya, dan mereka akan menyesuaikan ekspektasi mereka berdasarkan tingkat kebiasaan

²⁰ Tjiptono, *Brand Management Dan Strategy*, 291.

mereka dengan objek tersebut. Dalam konteks kepuasan konsumen, *adaptation level theory* dapat terjadi ketika konsumen mengevaluasi produk atau layanan berdasarkan pengalaman mereka sebelumnya dengan produk atau layanan yang serupa. Jika konsumen telah terbiasa dengan produk atau layanan tertentu, maka mereka mungkin mengharapkan tingkat kinerja yang sama atau lebih baik dari produk atau layanan yang serupa. Namun, jika konsumen belum terbiasa dengan produk atau layanan tertentu, maka mereka mungkin mengharapkan kinerja yang lebih rendah atau lebih tinggi dari produk atau layanan tersebut.

Untuk mengatasi efek teori tingkat adaptasi, perusahaan dapat membantu konsumen untuk mengembangkan ekspektasi yang realistis tentang produk atau layanan yang akan mereka beli dan memberikan informasi yang jelas tentang kinerja produk atau layanan tersebut. Perusahaan juga dapat memberikan pelatihan atau panduan yang diperlukan untuk membantu konsumen beradaptasi dengan perubahan produk atau layanan, atau mengembangkan produk atau layanan baru yang inovatif dan berbeda dari produk atau layanan yang sudah ada sebelumnya.

2) *Utility Theory*

Utility theory atau teori utilitas adalah teori ekonomi yang menjelaskan bahwa keputusan konsumen didasarkan pada manfaat yang dihasilkan dari produk atau layanan yang dikonsumsi. Teori ini mengasumsikan bahwa keputusan konsumen didasarkan pada pengambilan keputusan yang rasional, dan bahwa konsumen cenderung memilih produk

atau layanan yang memberikan manfaat maksimal dengan biaya minimum. Dalam konteks kepuasan konsumen, *utility theory* dapat terjadi ketika konsumen memilih produk atau layanan berdasarkan nilai utilitas atau manfaat yang diterima dari produk atau layanan tersebut. Konsumen akan mempertimbangkan manfaat yang diterima dari produk atau layanan, seperti kepuasan, kenyamanan, atau fungsionalitas, dan biaya yang dikeluarkan untuk memperoleh produk atau layanan tersebut, seperti harga, waktu, atau upaya.

Untuk mengoptimalkan kepuasan konsumen berdasarkan *utility theory*, perusahaan dapat membantu konsumen untuk memperoleh manfaat maksimal dari produk atau layanan yang mereka beli dengan cara menyediakan produk atau layanan yang berkualitas dan efisien. Perusahaan juga dapat mengoptimalkan biaya yang dikeluarkan oleh konsumen dengan menawarkan harga yang kompetitif atau memberikan insentif yang menarik bagi konsumen untuk memilih produk atau layanan mereka. Dengan cara ini, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen dan memperkuat posisi mereka di pasar.²¹

c. Manfaat Kepuasan Konsumen

Beberapa manfaat kepuasan adalah:

- 1) Kepuasan pelanggan dapat menjadi alat untuk menghadapi persaingan di masa depan. Konsumen yang puas dengan produk atau layanan

²¹ Tjiptono, *Brand Management Dan Strategy*, 294.

perusahaan cenderung mempertahankan hubungan bisnis dengan perusahaan dan merekomendasikannya kepada orang lain.

- 2) Kepuasan pelanggan juga dapat menjadi bentuk promosi terbaik bagi perusahaan. Konsumen yang puas akan cenderung memberikan ulasan positif tentang produk atau layanan perusahaan dan merekomendasikannya kepada orang lain, yang pada gilirannya dapat meningkatkan citra dan reputasi perusahaan.
- 3) Kepuasan pelanggan merupakan aset terpenting bagi perusahaan. Konsumen yang puas dengan produk atau layanan perusahaan cenderung mempertahankan hubungan bisnis dengan perusahaan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan nilai jangka panjang dari pelanggan dan kontribusinya terhadap perusahaan.
- 4) Kepuasan pelanggan dapat menjamin pertumbuhan dan perkembangan perusahaan. Konsumen yang puas cenderung membeli lebih banyak produk atau layanan dari perusahaan dan merekomendasikannya kepada orang lain, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan dan laba perusahaan.
- 5) Kepuasan pelanggan juga penting karena konsumen saat ini semakin kritis dalam memilih produk atau layanan. Konsumen cenderung memilih perusahaan yang memberikan pengalaman pembelian yang memuaskan dan produk atau layanan yang berkualitas.
- 6) Konsumen yang puas dengan produk atau layanan perusahaan cenderung akan kembali dan mempertahankan hubungan bisnis dengan perusahaan.

- 7) Konsumen yang puas dengan produk atau layanan perusahaan cenderung mudah memberikan referensi atau merekomendasikan perusahaan kepada orang lain, yang pada gilirannya dapat meningkatkan penjualan dan citra perusahaan.²²

d. Indikator Kepuasan pelanggan

Tingkat kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting dalam bisnis, karena pelanggan yang puas cenderung menjadi pelanggan yang loyal dan berpotensi untuk merekomendasikan produk atau jasa kepada orang lain. Menurut Umar, dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, terdapat empat indikator utama yang harus diperhatikan:

a) Kualitas Produk

Kualitas produk adalah salah satu faktor utama yang memengaruhi kepuasan pelanggan. Pelanggan cenderung merasa puas jika produk yang mereka beli memiliki kualitas yang baik, sesuai dengan harapan, dan mampu memenuhi atau bahkan melebihi kebutuhan mereka. Kualitas produk mencakup aspek fisik, performa, fitur, dan kemampuan produk untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan.

b) Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan juga sangat penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan. Pelanggan tidak hanya membeli produk, tetapi juga pengalaman dan interaksi dengan pihak penyedia layanan. Pelayanan yang ramah, responsif, efisien, dan profesional dapat meningkatkan kepuasan

²² Tjiptono, *Brand Management Dan Strategy*, 300.

pelanggan secara signifikan. Kualitas pelayanan mencakup interaksi antara pelanggan dan staf, waktu tanggapan terhadap pertanyaan atau keluhan, serta kemampuan dalam menyelesaikan masalah pelanggan.

c) Harga

Harga adalah faktor penting yang memengaruhi keputusan pembelian dan kepuasan pelanggan. Pelanggan ingin merasa bahwa harga yang mereka bayar sebanding dengan nilai yang mereka terima dari produk atau jasa tersebut. Harga yang wajar dan kompetitif dapat meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan, sementara harga yang terlalu tinggi atau terlalu rendah bisa memicu keraguan atau persepsi negatif terhadap kualitas produk atau jasa.

d) Biaya Mendapatkan Produk atau Jasa

Biaya total yang harus dikeluarkan oleh pelanggan untuk memperoleh produk atau jasa juga berpengaruh terhadap kepuasan mereka. Hal ini mencakup biaya langsung (seperti harga produk) dan biaya tidak langsung (seperti biaya transportasi atau waktu yang dihabiskan untuk mendapatkan produk). Selain itu, kemudahan dalam mendapatkan produk atau jasa, seperti lokasi toko atau ketersediaan produk secara online, juga dapat memengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.²³

e. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Konsumen

Terdapat tiga faktor yang mempengaruhi pilihan konsumen yang sebagai berikut:

²³ Umar Husein, *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT Gramedia. Pustaka Utama, 2005), 32

1) Konsumen individual

Faktor ini mencakup karakteristik individu konsumen, seperti umur, gender, pendidikan, pendapatan, dan nilai-nilai personal. Karakteristik ini memengaruhi preferensi konsumen dan perilaku pembelian mereka. Misalnya, konsumen yang lebih muda mungkin lebih tertarik pada produk atau layanan yang lebih trendi dan inovatif, sementara konsumen yang lebih tua mungkin lebih tertarik pada produk atau layanan yang lebih konservatif dan tradisional.

2) Lingkungan yang mempengaruhi konsumen

Lingkungan ini mencakup faktor-faktor eksternal yang mempengaruhi pilihan konsumen, seperti keluarga, teman, budaya, dan media. Misalnya, keluarga dan teman dapat mempengaruhi preferensi konsumen dan keputusan pembelian mereka melalui pengaruh sosial dan rekomendasi. Budaya juga dapat memengaruhi keputusan pembelian konsumen melalui nilai-nilai dan norma-norma yang berlaku dalam masyarakat.

3) Stimuli pemasaran atau strategi pemasaran

Faktor ini mencakup taktik pemasaran yang digunakan oleh perusahaan untuk memengaruhi preferensi dan perilaku pembelian konsumen. Contohnya adalah promosi, harga, produk, dan tempat. Stimuli pemasaran dapat memengaruhi persepsi konsumen tentang produk atau layanan, dan memengaruhi keputusan pembelian mereka. Misalnya, harga yang lebih rendah dapat menarik konsumen yang sensitif terhadap harga, sementara

promosi yang menarik dapat menarik perhatian konsumen pada produk atau layanan tertentu.²⁴

3. Perusahaan Daerah Air Minum

Burhan Rifudin menjelaskan bahwa PDAM adalah perusahaan daerah yang menjadi tujuan utama meningkatkan perekonomian dan kondisi di daerah tersebut dalam pelayanan jasa. Kinerja perusahaan yang baik, stabil dan cenderung meningkat akan senantiasa disenangi oleh para investor. Sedangkan perusahaan yang memiliki kinerja buruk, tidak stabil serta profit yang cenderung menurun tidak akan dilirik oleh investor.²⁵ PDAM atau Perusahaan Daerah Air

Minum, merupakan salah satu unit usaha milik daerah yang bergerak dalam distribusi air bersih bagi masyarakat umum. PDAM tersebar di setiap provinsi, kabupaten, dan kota madya di seluruh Indonesia. PDAM didirikan dengan tujuan untuk menyediakan air bersih yang aman dan sehat bagi masyarakat di daerah tersebut. Sebagai perusahaan daerah, PDAM berfungsi sebagai sarana penyediaan air bersih yang diawasi dan dimonitor oleh aparat eksekutif dan legislatif daerah.²⁶

Dalam menjalankan tugasnya, PDAM bertanggung jawab untuk menjaga kualitas air yang disediakan, memperbaiki dan membangun infrastruktur yang dibutuhkan, serta menetapkan tarif yang adil dan terjangkau bagi masyarakat. PDAM juga berupaya untuk memastikan keberlanjutan penyediaan air bersih di

²⁴ Danang Sunyoto, *Teori, Kuesioner, Dan Analisis Data, Untuk Pemasaran Dan Perilaku Organisasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2018), 62.

²⁵ Burhan Rifudin. "Analisis Implementasi Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Persepsi Masyarakat Dan Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Kota Palopo." *Journal Of Institution And Sharia Finance*. <https://doi.org/10.24256/Joins.V3i1.1442> (2020).

²⁶ Ade Rizki Fadli, and Etmi Hardi. "Perkembangan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Padang 1974-2020." *Jurnal Kronologi* 4.1 (2022): 44-69.

daerah tersebut dengan bekerja sama dengan pihak-pihak terkait. Selain itu, PDAM juga berperan penting dalam menjaga kelestarian lingkungan. PDAM memastikan bahwa sumber air yang digunakan aman dan terjaga kebersihannya sehingga tidak merusak lingkungan sekitarnya. PDAM juga berusaha untuk mengurangi limbah dan polusi agar lingkungan tetap terjaga.

PDAM juga memiliki peran penting dalam meningkatkan akses masyarakat terhadap air bersih. Dengan adanya PDAM, diharapkan masyarakat dapat memperoleh akses terhadap air bersih yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Hal ini dapat meningkatkan kualitas hidup dan kesehatan masyarakat di daerah tersebut. Namun, PDAM juga dihadapkan dengan berbagai tantangan dalam menjalankan tugasnya. Salah satu tantangan terbesar adalah terbatasnya sumber daya manusia dan dana yang tersedia untuk membangun infrastruktur dan memperbaiki pelayanan. Selain itu, PDAM juga perlu menghadapi berbagai masalah teknis seperti kebocoran pipa dan kerusakan infrastruktur lainnya.²⁷

Untuk mengatasi tantangan tersebut, PDAM terus berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan memperbaiki infrastruktur yang dibutuhkan. PDAM juga mengembangkan teknologi dan inovasi yang dapat membantu meningkatkan efisiensi dan efektivitas pelayanan yang diberikan. Di samping itu, PDAM juga perlu meningkatkan transparansi dan akuntabilitas dalam menjalankan tugasnya. PDAM harus memastikan bahwa tarif yang ditetapkan adil dan transparan, serta memastikan bahwa masyarakat dapat memperoleh informasi yang lengkap dan jelas mengenai pelayanan yang diberikan.

²⁷ Burhan Zakaria. "Analisis Laporan Arus Kas Sebagai Alat Ukur Efektivitas Kinerja Keuangan Perusahaan Daerah Airminum (Pdam) Kota Ternate." *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi (JUPEK)* 3.1 (2021): 1-16.

Dalam upaya meningkatkan kualitas pelayanan, perusahaan daerah air minum memperhatikan kebutuhan masyarakat. Perusahaan daerah air minum perlu melakukan riset dan analisis terhadap kebutuhan masyarakat dan berusaha untuk menyesuaikan pelayanan yang diberikan dengan kebutuhan tersebut. Secara keseluruhan, Perusahaan daerah air minum merupakan salah satu lembaga penting dalam penyediaan air bersih di Indonesia. Perusahaan air minum terus berupaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan agar masyarakat dapat memperoleh akses terhadap air bersih yang berkualitas dengan harga yang terjangkau. Salah satu upaya yang dilakukan adalah dengan meningkatkan efisiensi dan efektivitas pengelolaan air bersih.

Untuk itu, Perusahaan air minum terus mengembangkan teknologi dan inovasi dalam pengelolaan air bersih. Perusahaan air minum menggunakan teknologi canggih seperti SCADA (*Supervisory Control and Data Acquisition*) untuk memonitor dan mengontrol jaringan distribusi air bersih dengan lebih efektif dan efisien. Perusahaan air minum juga menggunakan teknologi desalinasi untuk memproduksi air bersih dari air laut yang aman dan berkualitas. Perusahaan air minum juga perlu memperhatikan isu lingkungan dan keberlanjutan dalam pengelolaan air bersih. PDAM harus memastikan bahwa pengambilan air dari sumber air tidak merusak lingkungan dan memperhatikan keberlanjutan sumber air tersebut. Perusahaan air minum juga harus meminimalisir limbah dan polusi agar lingkungan tetap terjaga.²⁸

²⁸ Ade Rizki Fadli, and Etmi Hardi. "Perkembangan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kota Padang 1974-2020.": 44-69.

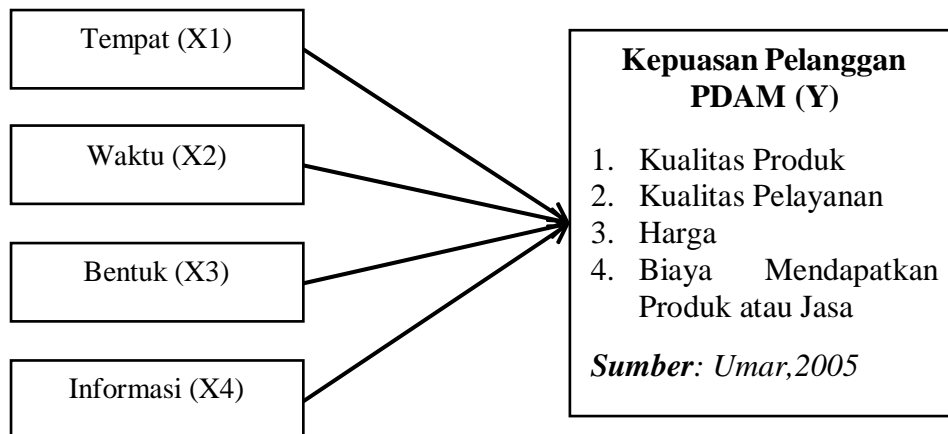
Di samping itu, Perusahaan air minum juga perlu meningkatkan keterlibatan masyarakat dalam pengelolaan air bersih. Perusahaan air minum dapat melibatkan masyarakat dalam kegiatan sosialisasi dan penyuluhan mengenai pentingnya menjaga kebersihan dan kualitas air bersih. Masyarakat juga dapat berperan aktif dalam melaporkan kerusakan atau kebocoran jaringan distribusi air bersih kepada Perusahaan air minum. Dalam memastikan kualitas pelayanan yang optimal, Perusahaan air minum juga perlu memperhatikan kualitas sumber daya manusia yang dimilikinya. Perusahaan air minum perlu memastikan bahwa staf dan karyawan yang bekerja memiliki kualifikasi dan kompetensi yang memadai dalam pengelolaan air bersih. Perusahaan air minum juga perlu memberikan pelatihan dan pengembangan kompetensi bagi staf dan karyawan agar dapat mengikuti perkembangan teknologi dan tuntutan pengelolaan air bersih yang semakin kompleks. Dalam menjalankan tugasnya, Perusahaan air minum juga perlu menghadapi berbagai tantangan yang berkaitan dengan kebijakan dan regulasi. PDAM harus memastikan bahwa regulasi dan kebijakan yang diterapkan mendukung pengelolaan air bersih yang efektif dan efisien. Perusahaan air minum juga perlu memperjuangkan hak dan kepentingannya kepada pihak-pihak yang berwenang dalam penyediaan air bersih di daerah tersebut.²⁹

Secara keseluruhan, perusahaan air minum merupakan salah satu lembaga penting dalam penyediaan air bersih di Indonesia. Perusahaan air minum perlu terus meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan dengan memperhatikan isu lingkungan, keberlanjutan, teknologi, sumber daya manusia, dan regulasi. Dengan

²⁹Teddy Hartawan. "Perencanaan Dan Perancangan Pengembangan Gedung Pdam Giri Menang." *Jurnal Sangkareang Mataram* 5.3 (2019): 89-98.

adanya Perusahaan air minum yang berkualitas, diharapkan masyarakat dapat memperoleh akses terhadap air bersih yang aman dan sehat, sehingga dapat meningkatkan kualitas hidup dan kesehatan masyarakat di daerah tersebut.

C. Kerangka Konseptual



Gambar 2.1 Kerangka Pikir

Kerangka konseptual adalah struktur atau gambaran konseptual dari suatu masalah atau fenomena yang akan diteliti. Kerangka konseptual digunakan untuk memahami dan menjelaskan suatu masalah atau fenomena, serta mengorganisir informasi yang berkaitan dengan topik tersebut.

Berdasarkan kerangka pikir tersebut dapat dijelaskan bahwa penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh distribusi air bersih dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan perusahaan air minum Desa Pangi Kecamatan Bajo.

D. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah suatu pernyataan yang diajukan oleh seorang peneliti untuk diuji kebenarannya melalui penelitian atau pengamatan. Hipotesis dapat

dianggap sebagai jawaban sementara dari pertanyaan penelitian atau masalah yang akan diteliti, maka dapat diajukan hipotesis sebagai jawaban sementara untuk masalah penelitian yaitu :

H_0 : Diduga tempat tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan
 H_1 : Diduga distribusi air bersih mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan

H_0 : Diduga waktu tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan
 H_1 : Diduga waktu mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan

H_0 : Diduga bentuk tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan
 H_1 : Diduga bentuk mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan

H_0 : Diduga informasi tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan
 H_1 : Diduga informasi mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, yaitu pendekatan penelitian yang berfokus pada pengumpulan dan analisis data yang terukur dalam bentuk angka atau statistik. Pendekatan kuantitatif sangat berguna dalam penelitian yang ingin mengetahui seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif korelasional, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel dan menggambarkan karakteristik populasi yang diteliti. Penelitian deskriptif korelasional berguna untuk menggambarkan hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat secara deskriptif, serta untuk mengetahui seberapa kuat hubungan antara kedua variabel tersebut.³⁰

B. Lokasi dan Waktu

Lokasi penelitian adalah tempat atau wilayah di mana penelitian dilakukan. Pemilihan lokasi penelitian sangat penting dalam menentukan keberhasilan penelitian. Lokasi penelitian dapat dipilih berdasarkan tujuan penelitian dan jenis penelitian yang dilakukan. Lokasi penelitian bisa berupa lingkungan alam, lingkungan buatan, atau mungkin keduanya. Lokasi penelitian

³⁰ Yudhi Koesworodjati, Prinsip Dasar Manajemen Pemasaran, (Bandung: FE UNPAS, 2019), 98.

ini berlokasi di Desa Pangi Kecamatan Bajo Kabupaten Luwu, Sulawesi Selatan. Penelitian ini dilakukan pada bulan Maret tahun 2023.

C. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel adalah proses menjelaskan variabel dalam sebuah penelitian secara operasional dan spesifik sehingga dapat diukur atau diamati secara sistematis. Definisi operasional variabel memastikan bahwa peneliti dan pembaca memahami variabel yang diukur dengan cara yang sama dan memungkinkan pengulangan penelitian dengan konsistensi yang tinggi. Dalam penelitian ini, indikator-indikator variabel tersebut antara lain sebagai berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Pengertian	Indikator
1	Distribusi Air Bersih (X)	Distribusi air bersih adalah proses penyediaan air bersih ke masyarakat melalui sistem distribusi yang terdiri dari jaringan pipa, pompa, dan reservoir. Tujuan dari distribusi air bersih adalah untuk memastikan ketersediaan air yang cukup dan aman untuk dikonsumsi oleh masyarakat.	<ol style="list-style-type: none"> 1. Tempat 2. Waktu 3. Bentuk 4. Informasi³¹
2	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah tingkat kepuasan atau kebahagiaan yang dirasakan pelanggan terhadap produk, layanan, atau pengalaman dengan suatu perusahaan atau merek. Kepuasan pelanggan diperoleh dari evaluasi <u>pelanggan terhadap kualitas</u>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas Produk 2. Kualitas Pelayanan 3. Harga 4. Biaya Mendapatkan Produk atau Jasa³²

³¹ Robert Kodoatie. *Pengelolaan Sumber Daya Air Dalam Otonomi Daerah*, (Yogyakarta, Penerbit Andi, 2018). 89

³² Umar Husein, *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT Gramedia. Pustaka Utama, 2005), 32

produk atau layanan, harga, kehandalan, kenyamanan, kecepatan pelayanan, dan lain sebagainya.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah sekumpulan individu, objek, atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu dan merupakan objek dari penelitian yang akan dilakukan. Populasi dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, atau benda mati.³³ Adapun populasi dalam penelitian ini yaitu seluruh pelanggan perusahaan air minum di Desa Pangi Kecamatan Bajo yang berjumlah 59 Pelanggan.

2. Sampel

Sampel adalah bagian kecil dari populasi yang dipilih secara acak dan mewakili karakteristik populasi secara keseluruhan. Sampel merupakan subset dari populasi yang digunakan untuk melakukan pengamatan atau pengukuran dalam penelitian. Dalam penelitian, sampel dipilih karena tidak selalu memungkinkan atau efektif untuk meneliti seluruh populasi.³⁴

Teknik penarikan sampel dalam penelitian ini yaitu *total sampling*. *Total sampling* adalah teknik pengambilan sampel dimana seluruh populasi menjadi objek penelitian dan dijadikan sebagai sampel. Teknik ini umumnya digunakan pada populasi yang jumlahnya relatif kecil, sehingga memungkinkan untuk melakukan pengukuran terhadap seluruh anggota

³³ M. Ali Sodik Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Media Publishing, 2015), 55.

³⁴ Sandu Siyoto, *Dasar Metodologi Penelitian*, 56.

populasi. Teori Adhi Kusumastuti menjelaskan bahwa teknik total sampling biasanya digunakan ketika populasi yang akan diteliti berjumlah kurang dari 100. Sehingga jumlah sampel dalam penelitian ini berjumlah 59 sampel.

E. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat atau fasilitas yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data dalam penelitian. Instrumen penelitian dapat berupa alat pengukur, perangkat lunak, atau kuesioner, tergantung pada jenis penelitian dan tujuannya. Kuesioner atau angket adalah salah satu jenis instrumen penelitian yang sering digunakan dalam penelitian. Kuesioner terdiri dari daftar pertanyaan yang dirancang untuk mengumpulkan data dari responden yang terlibat dalam penelitian. Kuesioner dapat dikirimkan langsung ke responden atau diisi secara online melalui situs web atau platform khusus.³⁵

Penelitian ini, kuesioner digunakan sebagai instrumen penelitian untuk mengumpulkan data dari responden. Kuesioner dirancang sedemikian rupa agar dapat mengumpulkan data yang sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian. Pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner harus jelas dan spesifik, sehingga dapat meminimalkan kesalahan interpretasi dan memperoleh data yang akurat.

F. Teknik Pengumpulan Data

Beberapa teknik pengumpulan data yang dapat digunakan dalam penelitian ini meliputi:

³⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, CV, 2017), 45.

1. Observasi

Teknik pengumpulan data observasi dapat dilakukan dengan mengamati langsung proses distribusi air bersih dan pelayanan pelanggan di lokasi PDAM Desa Pangi. Observasi dapat dilakukan pada saat pelanggan datang ke lokasi PDAM atau pada saat petugas PDAM mendistribusikan air bersih ke pelanggan. Observasi dapat membantu peneliti untuk mengidentifikasi hambatan atau masalah dalam proses distribusi air bersih dan memahami bagaimana proses pelayanan pelanggan dilakukan.

2. Kuesioner

Teknik pengumpulan data kuesioner dapat digunakan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PDAM dan kualitas air bersih yang diberikan. Kuesioner dapat disebarakan kepada pelanggan PDAM Desa Pangi secara langsung atau melalui pos. Kuesioner harus dirancang dengan baik dan pertanyaan yang jelas dan spesifik untuk memperoleh data yang akurat. Pernyataan dalam angket ini disajikan dalam bentuk skala likert yang disesuaikan dengan kriteria alternatif jawaban berikut :

Tabel 3.2 Alternatif Jawaban

No	Keterangan	Skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Netral	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tiak setuju	1

Sumber: Nanang Martono, 2018

3. Dokumentasi

Teknik pengumpulan data dokumentasi dapat dilakukan dengan mengumpulkan dokumen-dokumen terkait dengan distribusi air bersih dan pelayanan PDAM, seperti laporan keuangan, dokumen perencanaan dan evaluasi, dan dokumen lainnya yang relevan. Dokumen-dokumen tersebut dapat membantu peneliti untuk memahami situasi dan kondisi yang berkaitan dengan distribusi air bersih dan pelayanan PDAM Desa Pangi.

G. Uji instrumen Penelitian

Uji instrumen penelitian dilakukan untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian dapat menghasilkan data yang valid dan reliabel. Terdapat dua jenis uji instrumen penelitian yang biasa dilakukan, yaitu uji reliabilitas dan uji validitas.

1. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian yang digunakan konsisten dan dapat diandalkan dalam mengukur variabel yang diteliti. Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan menggunakan metode tes-retest atau dengan menggunakan koefisien alpha Cronbach. Metode tes-retest dilakukan dengan memberikan instrumen yang sama pada dua waktu yang berbeda pada subjek yang sama. Kemudian, hasil kedua tes tersebut dianalisis dengan menggunakan teknik statistik untuk mengetahui sejauh mana instrumen yang digunakan konsisten dan dapat diandalkan. Koefisien alpha Cronbach adalah metode yang digunakan untuk mengukur konsistensi internal dari instrumen penelitian. Metode ini menghitung

korelasi antara semua item dalam instrumen penelitian, sehingga dapat menentukan sejauh mana instrumen tersebut konsisten dalam mengukur variabel yang diteliti. Koefisien alpha Cronbach yang tinggi menunjukkan instrumen penelitian yang memiliki konsistensi yang baik.³⁶

2. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana instrumen penelitian yang digunakan dapat mengukur variabel yang sesuai dengan tujuan penelitian. Uji validitas dapat dilakukan dengan menggunakan uji validitas isi atau dengan menggunakan uji validitas konstruk. Uji validitas isi dilakukan dengan mengevaluasi isi dari instrumen penelitian untuk memastikan bahwa pertanyaan dan item yang digunakan relevan dengan variabel yang diteliti. Uji validitas isi dapat dilakukan dengan meminta ahli atau pakar untuk mengevaluasi isi instrumen penelitian.

Uji validitas konstruk dilakukan dengan menggunakan teknik analisis faktor untuk memastikan bahwa instrumen penelitian yang digunakan dapat mengukur variabel yang diteliti dengan baik. Teknik ini digunakan untuk menguji hubungan antara item dalam instrumen penelitian dan konstruk yang diukur. Hasil uji validitas konstruk yang baik menunjukkan instrumen penelitian yang valid dan dapat digunakan untuk mengukur variabel yang diteliti.³⁷

³⁶ Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif*, 65.

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 123.

H. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses di mana peneliti membawa struktur dan makna ke kumpulan data yang dikumpulkan. Penelitian ini menggunakan metode analisis regresi linear berganda untuk menganalisis data, analisis regresi linear berganda adalah regresi yang dimana satu variabel terikat akan dihubungkan atau dijelaskan oleh dua atau lebih variabel bebas. Untuk membantu melakukan analisis data, peneliti menggunakan program statistik seperti SPSS (*Statistical Package for Social Sciences*). Program ini dapat membantu peneliti dalam melakukan analisis statistik dengan cepat dan mudah, sehingga mempercepat proses analisis dan memperoleh hasil yang lebih akurat.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah dalam sebuah model regresi variabel dependen, variabel independen atau kedua-duanya mempunyai distribusi normal atau tidak.³⁸

b. Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan variabel pada residual dari satu observasi ke observasi lainnya dalam model regresi. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya konstan, itu disebut kesalahan kuadrat rata-rata, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Ini tidak terjadi dengan model regresi

³⁸M. Sidik Priadana, and Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books, 2021), 45

yang baik. Lakukan uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dengan melihat uji glesjer.³⁹

c. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi menemukan adanya korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antar variabel independen, karena akan menurunkan kepercayaan terhadap uji signifikansi. Deteksi ada tidaknya gejala polikolonial pada model regresi ini dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF).⁴⁰

2. Uji Regresi Linear Berganda

Analisis regresi berganda adalah model linier regresi yang dipakai guna menganalisis pengaruh dari sebagian variabel independen terhadap satu variabel dependen. Analisis ini bermanfaat guna memperkirakan nilai variabel dependen jika nilai dari variabel independen bertambah atau berkurang serta memutuskan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen apakah setiap variabel independen berhubungan secara pasti atau berlawanan.⁴¹

³⁹ M. Sidik Priadana, and Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books, 2021), 46

⁴⁰ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan Spss 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2019), 79

⁴¹ M. Sidik Priadana, and Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books, 2021), 50

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikansi Parameter Individual (uji t)

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara parsial (individu) terhadap variabel terikat dengan menganggap variabel bebas lainnya konstan. Ketentuan yang digunakan dalam uji statistik t adalah nilai F tabel dapat dilihat pada F statistik pada $df 1 = n - k - 1$ atau dengan signifikansi 0,05. Atau jika nilai t hitung $> t$ tabel.⁴²

b. Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Untuk melihat gambaran apakah semua variabel bebas yang ada di dalam model berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat maka dilakukan Uji F. Serta Uji F dapat dilakukan dengan cara membandingkan tingkat nilai signifikansi dengan nilai $\alpha = 0,05$. Dalam penelitian ini menggunakan perbandingan antara nilai signifikansi dengan nilai $\alpha = 5\%$ dengan ketentuan sebagai berikut:⁴³

- 1) Jika nilai Sig $> \alpha$ maka H_0 diterima
- 2) Jika nilai Sig $< \alpha$ maka H_a diterima

c. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Selain itu Koefisien Determinasi menunjukkan variasi naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linier X. Nilai koefisien determinasi adalah antara satu dan nol.

⁴² M. Sidik Priadana, and Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books, 2021), 51

⁴⁵ M. Sidik Priadana, and Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books, 2021), 52

Apabila nilai koefisien determinasi mendekati angka satu berarti variabel independen dapat menjelaskan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen dan sebaliknya apabila nilainya kecil atau mendekati nol berarti variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas.⁴⁴

⁴⁴ M. Sidik Priadana, and Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books, 2021), 55

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Desa Pangi merupakan salah satu desa yang terletak di Kecamatan Bajo, bagian barat Ibu Kota Kabupaten Luwu. Desa ini memiliki luas wilayah 4.9 km² dan terletak sekitar 13 km dari Ibu Kota Kabupaten Luwu. Potensi lahan produktif di Desa Pangi meliputi persawahan dan perkebunan. Selain itu, terdapat banyak sumber daya alam yang dapat dikembangkan di desa ini, seperti air terjun dan hutan yang rimbun. Masyarakat Desa Pangi dikenal ramah dan memiliki kearifan lokal yang tinggi dalam mengelola lingkungan sekitar.

Desa Pangi yang terletak di Kecamatan Bajo, Kabupaten Luwu, memiliki batas-batas wilayah yang jelas. Di sebelah utara, Desa Pangi berbatasan dengan Desa Buntu Babang Kecamatan Bajo dan Libukang Kecamatan Kamanre. Di sebelah timur, Desa Pangi berbatasan dengan Desa Tabbaja Kecamatan Kamanre. Sementara itu, di sebelah selatan, Desa Pangi berbatasan dengan Desa Langkidi Kecamatan Bajo dan di sebelah barat, Desa Pangi berbatasan dengan Desa Saga dan Samulang Kecamatan Bajo..

Secara administratif, Desa Pangi terbagi menjadi empat dusun, yaitu Dusun Pangi, Dusun Langkidi, Dusun Beringin, dan Dusun Lempangan. Setiap dusun memiliki ciri khas dan potensi sumber daya alam yang berbeda-beda, sehingga dapat menjadi potensi pengembangan yang berbeda dalam

meningkatkan perekonomian masyarakat Desa Pangi. Sebagai pusat pemerintahan, Kantor Desa Pangi menjadi pusat koordinasi dan pengambilan keputusan dalam pembangunan dan pengelolaan sumber daya alam di Desa Pangi.

Setiap dusun di Desa Pangi dipimpin oleh seorang Kepala Dusun yang dibantu oleh Ketua RW dan Ketua RT. Sistem pemerintahan di Desa Pangi berbasis pada prinsip otonomi desa, di mana Camat bertugas sebagai penyelenggara tugas umum pemerintahan desa, sementara Kepala Desa bertanggung jawab kepada masyarakat desa. Proses pertanggungjawaban Kepala Desa dilakukan dengan melaporkan hasil kinerja ke Bupati melalui Camat. Selain itu, Kepala Desa bersama dengan Badan Permusyawaratan Desa (BPD) wajib memberikan pertanggungjawaban atas pengelolaan keuangan desa dan pelaksanaan program pembangunan desa kepada masyarakat dalam rapat desa. Dengan demikian, sistem pemerintahan di Desa Pangi berupaya mewujudkan partisipasi aktif masyarakat dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan program pembangunan di desa.

Desa Pangi memiliki kondisi daerah yang berbukit-bukit dengan ketinggian antara ± 15 meter di atas permukaan laut hingga ± 600 meter di atas permukaan laut. Desa Pangi berada di atas gunung sehingga memiliki keindahan alam yang menakjubkan. Selain itu, kondisi tanah di Desa Pangi cukup subur untuk ditanami berbagai jenis tanaman baik tanaman jangka pendek maupun tanaman jangka panjang. Hal ini membuat sektor pertanian menjadi salah satu sektor unggulan di Desa Pangi. Masyarakat Desa Pangi

banyak yang bercocok tanam dan mengelola perkebunan, seperti tanaman kopi, coklat, karet, dan kelapa. Dengan potensi sumber daya alam yang dimilikinya, Desa Pangi memiliki peluang besar untuk meningkatkan perekonomian masyarakat melalui pengembangan sektor pertanian dan perkebunan.

2. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden merujuk pada kumpulan sifat-sifat atau ciri-ciri dari individu atau kelompok yang menjadi subjek dalam suatu penelitian atau survei. Beberapa contoh karakteristik responden yang dapat diidentifikasi dalam sebuah penelitian atau survei meliputi:

a. Umur

Umur adalah salah satu faktor yang penting untuk diketahui dalam survei karena karakteristik ini dapat mempengaruhi pandangan, kebiasaan, dan perilaku seseorang.

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Kelompok Umur	Jumlah
1	20-30	21
2	31-40	36
3	41-50	2

Berdasarkan tabel tersebut responden umur 20-30 sebanyak 21 responden, sedangkan umur 31-40 sebanyak 36 responden dan responden dengan umur 41-50 sebanyak 2.

b. Jenis kelamin

Jenis kelamin juga dapat memengaruhi pandangan, kebiasaan, dan perilaku seseorang, sehingga penting untuk diketahui dalam survei.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Kelompok Jenis Kelamin	Jumlah
1	Laki-Laki	16
2	Perempuan	43

Berdasarkan tabel tersebut jumlah responden berdasarkan jenis kelamin laki-laki sebanyak 16 responden, sedangkan berjenis kelamin perempuan sebanyak 43 responden.

c. Pendidikan

Tingkat pendidikan responden dapat mempengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku mereka dalam suatu topik tertentu.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Kelompok Pendidikan Terakhir	Jumlah
1	SD	3
2	SMP	10
3	SMA	20
4	S1	6

Berdasarkan tabel tersebut jumlah responden berdasarkan pendidikan terakhir SD sebanyak 3 responden, SMP sebanyak 10 responden, SMA sebanyak 20 responden, sedangkan pada jenjang S1 sebanyak 6 responden.

2. Analisis Data

a. Uji instrumen Penelitian

Analisis data yang dilakukan adalah analisis data kuantitatif, dilakukan dengan beberapa langkah antara lain:

1) Uji Validitas

Uji validitas pada kuesioner dilakukan untuk memastikan bahwa pertanyaan pada kuesioner tersebut dapat mengukur konsep atau variabel yang ingin diukur dengan akurat dan konsisten. Jika diterapkan pada data kerukunan umat beragama, uji validitas dapat membantu memastikan bahwa empat pertanyaan dalam kuesioner tersebut dapat mengukur tingkat kerukunan umat beragama dengan akurat dan konsisten.⁴⁵ Dalam penelitian ini, validitas dapat diketahui dengan melakukan analisis faktor, yaitu dengan mengkorelasikan antara skor instrumen dengan skor totalnya. Hal ini dilakukan dengan korelasi *product moment*.

Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	Keterangan
Tempat (X1)	X1.1	0,807	0.2564	Valid
	X2.1	0,755	0.2564	Valid
Waktu (X2)	X2.1	0,847	0.2564	Valid
	X2.2	0,892	0.2564	Valid
Bentuk (X3)	X3.1	0,862	0.2564	Valid
	X3.2	0,715	0.2564	Valid
Informasi (X4)	X4.1	0,678	0.2564	Valid
	X4.2	0,873	0.2564	Valid
Kepuasan	Y1	0,635	0.2564	Valid

⁴⁵ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*, 123.

Pelanggan (Y)	Y2	0,725	0.2564	Valid
	Y3	0,607	0.2564	Valid
	Y4	0,432	0.2564	Valid
	Y5	0,601	0.2564	Valid
	Y6	0,590	0.2564	Valid
	Y7	0,676	0.2564	Valid
	Y8	0,655	0.2564	Valid

Sumber : Data diolah SPSS (2023)

Dari hasil analisis menggunakan aplikasi SPSS versi 27, dapat disimpulkan bahwa semua variabel penelitian dan setiap item-item pernyataan yang diuji dinyatakan valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai *Corrected Item-Correlation* yang lebih besar dari r tabel pada signifikansi 0,05 (5 persen), yang menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel penelitian dan item-item pernyataan yang diuji.

2) Uji Reliabilitas

Uji realibilitas adalah suatu metode untuk menentukan seberapa konsisten atau dapat diandalkan suatu instrumen pengukuran atau tes dalam memberikan hasil yang serupa dari waktu ke waktu atau dari pengukur ke pengukur. Alpha Cronbach adalah salah satu metode yang digunakan untuk mengukur realibilitas dari sebuah instrumen pengukuran atau tes. Metode ini menghitung koefisien korelasi antara semua item dalam instrumen pengukuran atau tes.

Tabel 4.5 Hasil Uji Realibilitas

Variabel	<i>Alpha Cronbach's</i>	Batas Realib iltas	Keterangan
Tempat (X1)	0.661	0.60	Reliabel
Waktu (X2)	0.686	0.60	Reliabel
Bentuk (X3)	0.640	0.60	Reliabel
Informasi (X4)	0.697	0.60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.628	0.60	Reliabel

Sumber : Data diolah SPSS (2022)

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, dapat disimpulkan bahwa semua variabel yang diukur dalam kuesioner mempunyai *koefisien Alpha* yang cukup besar, yaitu di atas 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa semua konsep pengukur masing-masing variabel dari kuesioner adalah reliabel. Oleh karena itu, item-item pada masing-masing konsep variabel tersebut layak digunakan sebagai alat ukur untuk selanjutnya.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas pada analisis regresi digunakan untuk mengevaluasi apakah variabel dependen, variabel independen, atau kedua-duanya memiliki distribusi normal atau tidak. Hal ini penting karena asumsi normalitas sangat krusial dalam pengujian hipotesis pada analisis regresi.⁴⁶

⁴⁶ Singgih Santoso, *Buku Latihan Spss Statistika Parametrik* (Jakarta: Pt. Elex Media Komputindo, 2000), 142.

Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		59
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.56916639
Most Extreme Differences	Absolute	.124
	Positive	.124
	Negative	-.104
Test Statistic		.430
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.993

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Berdasarkan tabel uji normalitas yang dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Kolmogorov-Smirnov*, didapatkan nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,993. Karena nilai tersebut lebih besar dari 0,05 atau $0,993 > 0,05$, maka dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal. Hal ini menunjukkan bahwa data yang digunakan dalam penelitian dapat dianalisis dengan menggunakan teknik statistik parametrik yang memerlukan asumsi bahwa data berdistribusi normal.

2) Uji Heteroskedastisitas

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk melihat apakah terdapat ketidaksamaan variabel pada residual dari satu observasi ke observasi lainnya dalam model regresi. Jika varians dari residual dari satu pengamatan ke pengamatan lainnya konstan, itu disebut kesalahan kuadrat rata-rata, dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Ini tidak terjadi dengan model regresi yang baik. Lakukan uji heteroskedastisitas pada penelitian ini dengan melihat uji glesjer.⁴⁷

⁴⁷ Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*, 81.

Tabel 4.7 Uji Heteroskedastisitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2.112	2.657		.795	.430
	Tempat	-.049	.235	-.031	-.209	.835
	Waktu	.251	.188	.183	1.336	.187
	Bentuk	-.295	.222	-.176	-1.328	.190
	Informasi	-.035	.230	-.022	-.151	.880

a. Dependent Variable: Abs_RES

Berdasarkan hasil output uji heteroskedastisitas menggunakan uji Glejser, didapatkan bahwa nilai semua variabel memiliki nilai signifikansi lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak terdapat masalah heteroskedastisitas pada data yang diuji. Oleh karena itu, asumsi homoskedastisitas terpenuhi, dan hasil analisis yang dilakukan dapat dianggap valid dan dapat diandalkan

3) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi menemukan adanya korelasi antara variabel independen. Model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi antar variabel independen, karena akan menurunkan kepercayaan terhadap uji signifikansi. Deteksi ada tidaknya gejala polikolonial pada model regresi ini dengan melihat nilai *Variance Inflation Factor* (VIF).⁴⁸ Berikut hasil uji heteroskedastisitas penelitian ini:

⁴⁸ Agus Eko Sujianto, *Aplikasi Statistik Dengan Spss 16.0*, (Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2019), 79

Tabel 4.8 Uji Multikolinearitas
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	21.702	3.968		5.470	.000		
	Tempat	.485	.350	.188	2.385	.002	.801	1.249
	Waktu	.580	.280	.261	2.071	.003	.926	1.080
	Bentuk	.230	.332	.085	2.693	.001	.992	1.008
	Informasi	.474	.343	.183	2.383	.000	.847	1.181

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Pada tabel tersebut, terdapat nilai Tolerance setiap variabel berada pada batas lebih besar dari 0,001 dan nilai VIF untuk setiap variabel berada pada batas di bawah 10 yang menunjukkan bahwa tidak ada tingkat multikolinearitas yang signifikan antara variabel prediktor dalam model regresi yang diuji.

c. Uji Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda adalah model linier regresi yang dipakai guna menganalisis pengaruh dari sebagian variabel independen terhadap satu variabel dependen. Analisis ini bermanfaat guna memperkirakan nilai variabel dependen jika nilai dari variabel independen bertambah atau berkurang serta memutuskan arah hubungan antara variabel independen dan variabel dependen apakah setiap variabel independen berhubungan secara pasti atau berlawanan.⁴⁹ Berikut hasil uji analisis regresi berganda penelitian ini.

⁴⁹ M. Sidik Priadana, and Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books, 2021), 50

Tabel 4.9 Uji Analisis Regresi Berganda

		Coefficients^a				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.702	3.968		5.470	.000
	Tempat	.485	.350	.188	2.385	.002
	Waktu	.580	.280	.261	2.071	.003
	Bentuk	.230	.332	.085	2.693	.001
	Informasi	.474	.343	.183	2.383	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil koefisien regresi dalam tabel, persamaan analisis regresi berganda untuk model ini menjadi:

$$Y = 21.702 + 0,485X_1 + 0,580X_2 + 0,230X_3 + 0,474X_4 + \varepsilon$$

Berikut interpretasi persamaan tersebut:

- 1) Nilai Konstanta sebesar 21,702, yang menunjukkan nilai variabel kepuasan pelanggan ketika semua variabel independen adalah nol.
- 2) Nilai Koefisien regresi tempat adalah 0,485, yang menunjukkan bahwa setiap unit peningkatan dalam variabel tempat berkorelasi positif dengan peningkatan sebesar 0,485 satuan pada variabel kepuasan pelanggan, jika variabel independen lainnya tetap konstan.
- 3) Nilai Koefisien regresi waktu adalah 0,580, yang menunjukkan bahwa setiap unit peningkatan dalam variabel waktu berkorelasi positif dengan peningkatan sebesar 0,580 satuan pada variabel kepuasan pelanggan, jika variabel independen lainnya tetap konstan.
- 4) Nilai Koefisien regresi bentuk adalah 0,230, yang menunjukkan bahwa setiap unit peningkatan dalam variabel bentuk berkorelasi positif dengan

peningkatan sebesar 0,230 satuan pada variabel kepuasan pelanggan, jika variabel independen lainnya tetap konstan.

- 5) Nilai Koefisien regresi informasi adalah 0,474, yang menunjukkan bahwa setiap unit peningkatan dalam variabel informasi berkorelasi positif dengan peningkatan sebesar 0,474 satuan pada variabel kepuasan pelanggan, jika variabel independen lainnya tetap konstan.

d. Uji Hipotesis

1) Uji Signifikansi Parameter Individual (uji t)

Uji statistik t dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel bebas secara parsial (individu) terhadap variabel terikat dengan menganggap variabel bebas lainnya konstan. Ketentuan yang digunakan dalam uji statistik t adalah nilai F tabel dapat dilihat pada F statistik pada $df = n - k - 1$ atau dengan signifikansi 0,05. Atau jika nilai t hitung $>$ t tabel.⁵⁰ Berikut hasil uji t pada penelitian ini,

Tabel 4.10 Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.702	3.968		5.470	.000
	Tempat	.485	.350	.188	2.385	.002
	Waktu	.580	.280	.261	2.071	.003
	Bentuk	.230	.332	.085	2.693	.001
	Informasi	.474	.343	.183	2.383	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil uji t tersebut menunjukkan bahwa nilai t_{hitung} variabel tempat sebesar 2,385 dan apabila nilai t_{tabel} yang digunakan dalam penelitian

⁵⁰ M. Sidik Priadana, and Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books, 2021), 51

ini sebesar 2,004 maka nilai t_{hitung} variabel tempat lebih besar dari nilai t_{tabel} yang digunakan atau variabel tempat sebesar $2,385 > 2,004$ dan nilai $p-value$ atau sig. variabel tempat sebesar 0,002 atau lebih kecil dari 0,05 ($0,002 < 0,05$) sehingga berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel tempat berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Kemudian nilai t_{hitung} variabel waktu sebesar 2,071 maka nilai t_{hitung} variabel tempat lebih besar dari nilai t_{tabel} atau $2,071 > 2,004$ dan nilai $p-value$ atau sig. variabel waktu sebesar 0,003 atau lebih kecil dari 0,05 ($0,003 < 0,05$) sehingga berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel waktu berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Kemudian nilai t_{hitung} variabel bentuk sebesar 2,693 maka nilai t_{hitung} variabel bentuk lebih besar dari nilai t_{tabel} atau $2,693 > 2,004$ dan nilai $p-value$ atau sig. variabel bentuk sebesar 0,001 atau lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) sehingga berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel bentuk berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

Kemudian nilai t_{hitung} variabel informasi sebesar 2,383 maka nilai t_{hitung} variabel informasi lebih besar dari nilai t_{tabel} atau $2,383 > 2,004$ dan nilai $p-value$ atau sig. variabel informasi sebesar 0,000 atau lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$) sehingga berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel informasi berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan.

2) Uji F (Pengujian Secara Simultan)

Untuk melihat gambaran apakah semua variabel bebas yang ada di dalam model berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat maka

dilakukan Uji F. Serta Uji F dapat dilakukan dengan cara membandingkan tingkat nilai signifikansi dengan nilai $\alpha = 0,05$. Berikut hasil uji t pada penelitian ini,

Tabel 4.11 Uji F (Simultan)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	60.006	4	15.002	3.456	.001 ^b
	Residual	234.401	54	4.341		
	Total	294.407	58			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Informasi, Bentuk, Waktu, Tempat

Berdasarkan tabel uji F tersebut menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 3,456 dan apabila nilai t_{tabel} yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 2,54 maka nilai F_{hitung} model tersebut lebih besar dari nilai F_{tabel} yang digunakan atau $3,456 > 2,54$ kemudian nilai p-value atau sig. sebesar 0,001 atau lebih kecil dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) sehingga berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel tempat, waktu, bentuk dan informasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan.

3) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menjelaskan variasi variabel dependen. Selain itu Koefisien Determinasi menunjukkan variasi naik turunnya Y yang diterangkan oleh pengaruh linier X. Nilai koefisien determinasi adalah antara satu dan nol. Apabila nilai koefisien determinasi mendekati angka satu berarti variabel independen dapat menjelaskan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen dan sebaliknya apabila nilainya kecil atau mendekati nol berarti variabel independen dalam menjelaskan

variasi variabel dependen sangat terbatas.⁵¹ Berikut hasil uji koefisien determinasi pada penelitian ini,

Tabel 4.12 Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.451 ^a	.204	.145	2.083

a. Predictors: (Constant), Informasi, Bentuk, Waktu, Tempat

Berdasarkan tabel tersebut menunjukkan nilai *R Square* (R^2) adalah 0,204 atau 20,4%, yang berarti pengaruh variabel tempat, waktu, bentuk dan informasi terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 20,4% secara bersama-sama.

B. Pembahasan

Distribusi air bersih melalui Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) adalah sistem penting dalam menyediakan pasokan air yang aman, terjangkau, dan berkualitas kepada masyarakat di suatu daerah. PDAM adalah badan usaha milik pemerintah daerah yang bertanggung jawab untuk mengelola, memproduksi, dan mendistribusikan air bersih kepada pelanggan mereka. Sistem ini merupakan bagian integral dari infrastruktur perkotaan dan pedesaan yang mendukung kehidupan sehari-hari, sanitasi, serta kegiatan ekonomi.

Salah satu peran utama PDAM adalah memastikan pasokan air bersih yang aman dan sehat bagi masyarakat. Mereka melakukan proses pengolahan air dari sumber alam seperti sungai, danau, atau sumur dengan menggunakan teknologi yang memenuhi standar kesehatan dan lingkungan. Setelah proses pengolahan, air

⁵¹ M. Sidik Priadana, and Denok Sunarsi, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Pascal Books, 2021), 55

tersebut didistribusikan melalui jaringan pipa ke rumah-rumah dan bisnis di wilayah yang dilayani oleh PDAM. Distribusi air bersih ini harus mematuhi regulasi dan standar yang ketat untuk memastikan keamanan dan kualitas air yang dikonsumsi oleh masyarakat.

Selain itu, PDAM juga memiliki tanggung jawab untuk mengelola infrastruktur distribusi air yang efisien dan handal. Mereka harus melakukan perawatan dan pemeliharaan teratur pada jaringan pipa agar terhindar dari kebocoran atau kerusakan. Pengelolaan yang baik juga melibatkan perencanaan yang matang untuk memenuhi kebutuhan air di masa depan seiring dengan pertumbuhan penduduk dan perkembangan wilayah. Dengan cara ini, PDAM berperan penting dalam mendukung pembangunan berkelanjutan dan kualitas hidup yang lebih baik bagi penduduk di wilayahnya. Dalam penelitian ini indikator yang digunakan dalam mengukur distribusi air bersih yaitu tempat, waktu, bentuk dan informasi.

Berdasarkan hasil uji t (parsial) yang dilakukan, ditemukan variabel tempat, waktu, bentuk, dan informasi, di mana nilai t_{hitung} masing-masing variabel lebih besar nilai t_{tabel} yang digunakan dan nilai $p-value$ lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa keempat sub variabel tersebut berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan dalam penelitian ini.

Kemudian berdasarkan hasil uji F tersebut menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} sebesar 3,456 dan apabila nilai t_{tabel} yang digunakan dalam penelitian ini sebesar 2,54 maka nilai F_{hitung} model tersebut lebih besar dari nilai F_{tabel} yang digunakan atau $3,456 > 2,54$ kemudian nilai $p-value$ atau sig. sebesar 0,001 atau lebih kecil

dari 0,05 ($0,001 < 0,05$) sehingga berdasarkan data tersebut dapat disimpulkan bahwa variabel tempat, waktu, bentuk dan informasi berpengaruh signifikan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan. Kemudian berdasarkan hasil uji koefisien determinasi menunjukkan nilai *R Square* (R^2) adalah 0,204 atau 20,4%, yang berarti pengaruh variabel tempat, waktu, bentuk dan informasi terhadap variabel kepuasan pelanggan sebesar 20,4% secara bersama-sama.

Distribusi air bersih memiliki peran yang sangat penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan yang diberikan. Dengan adanya ketersediaan air bersih yang memadai, pelanggan akan merasa terlayani dengan baik dan memiliki akses yang memadai terhadap air bersih yang sehat dan bermutu. Hal ini dapat memenuhi kebutuhan dasar manusia akan air yang bersih dan sehat serta dapat meningkatkan kualitas hidup mereka.

Distribusi air bersih yang stabil dan teratur juga dapat memberikan dampak positif bagi masyarakat dalam hal produktivitas dan kesejahteraan. Pasokan air yang stabil dan teratur dapat meningkatkan efisiensi dalam menjalankan aktivitas dan pekerjaan, sehingga dapat menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan produktivitas dan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, distribusi air bersih merupakan faktor yang sangat penting bagi pelanggan dan masyarakat secara keseluruhan, sehingga perlu diperhatikan oleh pihak terkait untuk meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.

Penelitian sebelumnya juga telah mengidentifikasi distribusi air bersih sebagai faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian di kota Bandung menunjukkan bahwa ketersediaan air bersih yang memadai dapat

meningkatkan kepuasan pelanggan terhadap layanan air bersih yang diberikan oleh PDAM setempat. Hal ini disebabkan oleh adanya korelasi positif antara kualitas layanan dan ketersediaan air bersih yang memadai.⁵²

Hal ini menunjukkan bahwa temuan dalam penelitian sebelumnya mendukung temuan dalam penelitian yang baru saja dilakukan. Hasil penelitian tersebut dapat dihubungkan dengan teori pengharapan (*expectancy theory*) yang pertama kali dikemukakan oleh Victor Vroom. Teori ini merupakan salah satu teori motivasi yang fokus pada hubungan antara upaya individu, harapan terhadap hasil, dan nilai-nilai yang diatribusikan pada hasil tersebut. Teori ini menggambarkan bagaimana individu membuat keputusan tentang apakah akan melakukan suatu tindakan berdasarkan pada evaluasi mereka terhadap kemungkinan hasil dan nilai-nilai yang mereka berikan pada hasil tersebut.⁵³

Berdasarkan teori tersebut menjelaskan bahwa pelanggan akan merasa puas jika mereka percaya bahwa usaha yang dilakukan oleh PDAM dalam mendistribusikan air bersih akan menghasilkan pasokan air yang memadai dan berkualitas. Ini melibatkan keyakinan bahwa PDAM mampu menjaga kelancaran pasokan air, mengatasi masalah ketika terjadi, dan memberikan pelayanan yang konsisten. Pelanggan yang memiliki harapan positif terhadap kemampuan PDAM dalam hal ini lebih cenderung merasa puas dengan layanan.

⁵²K Amri., Firmansyah, A. B., & Suhendi, S. "Kepuasan Pelanggan PDAM Tirtawening Kota Bandung". *Jurnal Rekayasa Sipil dan Desain*, 7(3): 163-168.

⁵³ Aris Nurbawani. "Motivasi Keaktifan Mahasiswa dalam Perkuliahan Secara Daring pada Masa Pandemi COVID-19 dalam Perspektif Teori Pengharapan Victor Harold Vroom." *Southeast Asian Journal of Islamic Education Management* 3.2 (2022): 177-188.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat disimpulkan yaitu:

1. Secara parsial sub variabel Distribusi Air Bersih yaitu tempat, waktu, bentuk dan informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PDAM di Desa Pangi Kecamatan Bajo. Berdasarkan hasil uji regresi berganda variabel bebas yang memiliki pengaruh paling besar terhadap kepuasan pelanggan adalah variabel waktu kemudian diikuti variabel tempat, informasi dan bentuk.
2. Secara simultan sub variabel Distribusi Air Bersih yaitu tempat, waktu, bentuk dan informasi berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan Perusahaan daerah air minum di Desa Pangi Kecamatan Bajo, dengan pengaruh sebesar 20,4% terhadap kepuasan pelanggan.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Karena variabel waktu memiliki pengaruh paling besar, sebaiknya PDAM memfokuskan upaya untuk meningkatkan pelayanan distribusi air bersih pada waktu tertentu yang diidentifikasi sebagai kritis bagi kepuasan pelanggan. Diperlukan peningkatan kualitas perencanaan jadwal distribusi yang lebih baik atau peningkatan ketersediaan air di jam-jam tertentu.

2. Variabel tempat juga memiliki pengaruh yang signifikan. Oleh karena itu, PDAM harus mempertimbangkan peningkatan dan optimalisasi lokasi distribusi air bersih. Pastikan bahwa lokasi-lokasi tersebut mudah diakses oleh pelanggan dan mampu menyediakan layanan dengan baik.
3. Informasi adalah salah satu faktor yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. PDAM harus memastikan bahwa informasi mengenai jadwal distribusi, pemadaman, atau masalah teknis lainnya tersedia dengan jelas dan mudah diakses oleh pelanggan. Ini bisa dilakukan melalui situs web, media sosial, atau pemberitahuan langsung kepada pelanggan.
4. Meskipun memiliki pengaruh yang sedikit lebih kecil, variabel bentuk juga penting. PDAM dapat mempertimbangkan untuk mengembangkan bentuk pelayanan yang lebih inovatif, seperti pemasangan meteran air yang lebih efisien, sistem pembayaran yang mudah, atau peningkatan kualitas air yang dihasilkan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ady, Setiawan. *Financial Engineering Pada BUMD Air Minum*. Yogyakarta: Deepublish, 2022.
- Affandi, Herri, Muhammad Zaki, and Azmeri Azmeri. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara." *Jurnal Teknik Sipil* 6, no. 3 (2017): 297–308.
- Agus Maryono. *Memanen Air Hujan*. Yogyakarta: UGM PRESS, 2018.
- Atmadjati, Arista. *Layanan Prima Dalam Praktik Saat Ini*. Edited by Deepublish. Yogyakarta, 2018.
- Rifudin, B. "Analisis Implementasi Prinsip-Prinsip Good Corporate Governance (GCG) Terhadap Persepsi Masyarakat Dan Kinerja Keuangan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Kota Palopo." *Journal Of Institution And Sharia Finance*. <https://doi.org/10.24256/Joins.V3i1.1442> (2020).
- Daryanto, Ismanto. *Konsumen Dan Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Gava Media, 2018.
- Efbertias Sitorus. *Pengantar Pengetahuan Lingkungan*. Jakarta: Yayasan Kita Menulis, 2022.
- Erdiansyah, Muhammad, Fitra Yovita Delviona, and Dilin Rahayu Nataningtyas. "Kualitas Pelayanan Publik Dan Kepuasan Pelanggan Laboratorium Pemeriksa COVID-19: Studi Kasus Di Laboratorium Biohazard Badan POM." *Journal of Government and Politics (JGOP)* 4, no. 1 (2022): 78–90.
- Ernawati, Supriyanto. *Pemasaran Industri Jasa Kesehatan*. Yogyakarta: CV ANDI OFFSET, 2018.
- Ghazali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Ibm Spss 21*. 7th ed. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2013.
- Kotler, Keller. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga, 2019.
- Kristianto, Paulus Lilik. *Psikologi Pemasaran Integrasi Ilmu Psikologi Dalam Kegiatan Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS, 2018.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers, 2018.
- Parasuraman. *The Behaviorial Consequenses of Service Quality*. New Jersey: Prentice Hall, 2017.
- Purusottama, Ambara. *Fenomena Bisnis Ekonomi Terkini: Capita Selecta Seri 1 2021-2022*. Jakarta: Prasetya Mulya Publishing, 2022.
- Salim, Rudi, Heri Kusmanto, and Muryanto Amin. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Perusahaan Daerah Air Minum

- Tirtanadi Cabang Medan Kota.” *JUPIIS: JURNAL PENDIDIKAN ILMU-ILMU SOSIAL* 10, no. 1 (2018): 155–160.
- Salman, Andi Bau, Andi Jamaluddin, and Andi Bakti. “Pengaruh Distribusi Air Bersih Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Perusahaan Umum Daerah (Perumda) Air Minum Tirta Danau Tempe Kabupaten Wajo.” *Precise Journal of Economic* 1, no. 2 (2022): 31–50.
- Sandu Siyoto, M. Ali Sodik. *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Media Publishing, 2015.
- Santoso, Singgih. *Buku Latihan Spss Statistika Parametrik*. Jakarta: Pt. Elex Media Komputindo, 2000.
- Sugiarto, Dimas Dwi, and Tri Yuniati. “Analisis Harapan Dan Persepsi Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Alfamidi Wisma Tropodo.” *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 4, no. 6 (2015).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV, 2017.
- Sujianto, Agus Eko. *Aplikasi Statistik Dengan SPSS 16.0*. Jakarta: Prestasi Pustaka Publisher, 2009.
- Sumarwan, Ujang, and Fandy Tjiptonon. *Strategi Pemasaran Dalam Perspektif Perilaku Konsumen*. Bandung: PT Penerbit IPB Press, 2019.
- Sunyoto, Danang. *Teori, Kuesioner, Dan Analisi Data, Untuk Pemasaran Dan Perilaku Organisasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2018.
- Tanzeh, Ahmad. *Pengantar Metode Penelitian*. Yogyakarta: Teras, 2009.
- Tjiptono, Fandy. *Brand Manajement Dan Strategy*. Yogyakarta: Andi, 2005.
- Triarmadja, Radiana. *Teknik Penyediaan Air Minum Perpipaian*. Yogyakarta: UGM PRESS, 2019.
- Usman, Rachmadi. *Hukum Persaingan Usaha Di Indonesia*. Jakarta: Sinar Grafika, 2022.
- Wijayanti, Titik. *Marketing Plan?* Jakarta: Elex Media Komputindo, 2019.
- Yusanto, Freddy. *Oyalitas Konsumen PD Bank Perkreditan Rakyat Wilayah Cirebon*. Yogyakarta: Deepublish, 2019.

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1: Kuesioner

VARIABEL DISTRIBUSI AIR BERSIH (X)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Tempat						
1	PDAM Mendistribusikan Air Bersih Di Seluruh Wilayah Distribusinya					
2	PDAM Mendistribusikan Air Bersih Yang Cukup Untuk Memenuhi Kebutuhan Pelanggan Sampai Pada Wilayah Pemukiman					
Waktu						
3	PDAM Selalu Memiliki Ketersediaan Air Bersih Yang Memadai Selama 24 Jam.					
4	PDAM Memberikan Informasi Jadwal Pemadaman Air Yang Akurat yang konsisten.					
Bentuk						
5	PDAM Menyediakan Air Bersih Yang Sesuai Dengan Standar Kualitas Yang Baik.					
6	PDAM Memberikan Distribusi Air Bersih Yang Jernih, PDAM Memberikan Distribusi Yang Tidak Berbau.					
Informasi						
7	PDAM Memberikan Informasi Tentang Pemasangan PDAM Baru Sesuai Dengan Persyaratannya.					
8	PDAM Memiliki <i>Contact Center</i> Yang Dapat Melayani Palangganya Di Jam-Jam Kerjanya.					

VARIABEL KEPUASAN PELANGGAN (Y)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Kualitas Produk						
1	Saya Merasa Dari Segi Bau, Rasa, Tingkat Kejernihan Air Sesuai PDAM.					
2	Saya Merasa Kualitas Air Yang Sesuai Dengan Standar Kesehatan, Kebersihan.					
Kualitas Layanan						
3	Saya Merasa Layanan Pelanggan Yang Diberikan Oleh PDAM Sesuai Dengan Harapan Saya.					
4	Saya Merasa Bahwa PDAM Memberikan Tanggapan Yang Cepat Terhadap Pertanyaan Atau Keluhan Saya.					
Harga						
5	Saya Merasa Bahwa Tarif Harga Yang Dikenakan Oleh PDAM Sesuai Dengan Kualitas Air Yang Diberikan.					
6	Saya Merasa Harga Yang Saya Keluarkan Tiap Bulan Sesuai Jumlah Dengan Debit Air Yang Saya Gunakan Tiap Bulannya.					
Biaya Mendapatkan Produk atau Jasa						
7	Saya Merasa Biaya Pemasangan Air PDAM Yang Terjangkau					
8	PDAM Menyediakan Akses Layanan Keluhan Pelanggan Melalui Whatsaap Yang Dapat Akses Dalam Jam-Jam Kerja.					

Lampiran 2: Tabulasi Data

No Responden	Tempat			Waktu			Bentuk			Informasi			KEPUASAN PELANGGAN								
	X1.1	X1.2	X1	X2.1	X2.2	X2	X3.1	X3.2	X3	X4.1	X4.2	X4	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y
1	4	4	8	5	5	10	2	3	5	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	4	4	8	5	5	10	2	4	6	4	3	7	5	5	5	4	4	4	3	4	34
3	4	4	8	5	5	10	3	4	7	4	3	7	5	5	4	5	5	5	5	5	39
4	3	3	6	5	5	10	3	4	7	3	4	7	4	5	4	4	4	4	5	4	34
5	4	5	9	5	5	10	2	4	6	4	4	8	5	5	5	5	4	4	5	4	37
6	4	2	6	2	2	4	3	4	7	4	3	7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
7	4	4	8	4	4	8	3	4	7	4	4	8	5	5	4	4	4	4	4	4	34
8	4	3	7	4	4	8	2	4	6	4	3	7	5	5	4	4	4	3	2	4	31
9	4	4	8	4	5	9	3	4	7	4	4	8	5	5	4	4	4	4	4	4	34
10	3	3	6	3	4	7	3	4	7	3	3	6	4	4	4	4	4	4	4	3	31
11	5	4	9	4	4	8	3	4	7	4	4	8	4	3	4	4	4	4	4	4	31
12	4	3	7	4	4	8	3	3	6	4	4	8	5	4	4	4	4	3	4	4	32
13	4	4	8	4	4	8	3	4	7	5	4	9	5	4	4	4	4	4	4	4	33
14	2	4	6	4	5	9	3	4	7	4	4	8	5	5	5	1	5	5	5	5	36
15	4	4	8	4	4	8	3	4	7	4	5	9	5	4	4	4	4	4	5	4	34
16	3	4	7	4	5	9	3	4	7	4	5	9	4	4	4	4	4	3	4	4	31
17	4	5	9	5	5	10	4	4	8	5	4	9	5	5	5	4	4	4	5	5	37
18	4	4	8	4	4	8	3	4	7	4	3	7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
19	4	4	8	4	4	8	3	5	8	4	4	8	5	4	5	4	3	3	3	3	30
20	4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	5	4	4	4	4	4	4	33
21	4	3	7	4	4	8	3	5	8	3	4	7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	4	4	8	4	4	8	2	4	6	4	4	8	5	4	4	4	4	3	3	4	31
23	4	4	8	5	4	9	3	4	7	5	5	10	4	4	5	4	5	4	4	3	33
24	4	4	8	4	5	9	3	3	6	4	4	8	4	4	4	4	4	4	3	3	30
25	4	4	8	4	4	8	3	4	7	3	4	7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
26	4	4	8	4	4	8	2	4	6	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
27	4	4	8	5	4	9	3	5	8	4	3	7	4	4	4	4	4	3	4	4	31
28	4	4	8	4	2	6	2	3	5	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	3	3	6	4	4	8	3	4	7	3	2	5	4	4	4	4	4	4	3	3	30
30	4	4	8	3	4	7	3	4	7	4	4	8	5	5	5	4	4	4	4	4	35
31	4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
32	4	4	8	4	4	8	3	4	7	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
33	4	4	8	5	4	9	3	4	7	4	3	7	5	4	3	3	5	5	4	4	33
34	4	4	8	4	4	8	2	4	6	4	2	6	4	4	4	4	4	4	2	4	30
35	4	4	8	4	4	8	3	4	7	4	5	9	4	4	4	4	3	4	4	4	31
36	5	4	9	4	3	7	3	4	7	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	4	3	7	4	4	8	3	4	7	4	3	7	4	4	3	3	4	2	3	3	26
38	5	4	9	4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
39	4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
40	5	3	8	4	5	9	3	4	7	5	4	9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	2	4	6	4	5	9	4	4	8	4	4	8	4	4	4	4	4	4	2	4	30
42	4	4	8	4	4	8	3	4	7	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
43	4	4	8	4	4	8	3	4	7	3	4	7	4	4	4	4	4	3	3	3	29
44	4	4	8	4	4	8	3	4	7	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
45	4	4	8	4	4	8	4	4	8	5	4	9	4	4	4	4	4	4	4	4	32
46	4	4	8	4	4	8	4	5	9	4	3	7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
47	4	4	8	4	4	8	3	4	7	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
48	5	4	9	4	5	9	3	5	8	4	4	8	4	4	4	3	4	3	4	4	30
49	4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	4	4	8	4	4	8	4	5	9	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
51	4	4	8	4	4	8	3	3	6	4	3	7	4	4	4	4	4	4	3	3	30
52	4	3	7	4	4	8	3	4	7	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
54	4	4	8	4	4	8	3	4	7	4	5	9	5	4	4	4	4	4	4	4	33
55	5	5	10	4	5	9	3	4	7	4	4	8	5	5	5	5	5	4	4	4	37
56	4	4	8	4	4	8	3	4	7	4	4	8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
57	4	4	8	3	4	7	2	4	6	4	5	9	5	5	5	5	5	4	4	4	37
58	5	4	9	4	5	9	4	4	8	4	5	9	4	4	5	4	4	4	4	4	33
59	5	5	10	5	5	10	3	4	7	4	4	8	5	5	5	4	5	4	5	4	37

Successive Interval		Successive Interval				Successive Interval			Successive Interval			Successive Interval									
X1.1	X1.2	X1	X2.1	X2.2	X2	X3.1	X3.2	X3	X4.1	X4.2	X4	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y	
3,168	3,640	6,808	4,971	4,442	3,413	1,000	1,000	2,000	2,775	3,368	6,143	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	23,199	
3,168	3,640	6,808	4,971	4,442	3,413	1,000	2,805	3,805	2,775	2,035	4,809	2,642	4,783	4,659	3,481	3,075	3,646	1,848	2,745	26,880	
3,168	3,640	6,808	4,971	4,442	3,413	2,473	2,805	5,277	2,775	2,035	4,809	2,642	4,783	2,973	5,413	4,893	5,537	4,728	4,662	35,631	
1,710	2,101	3,811	4,971	4,442	3,413	2,473	2,805	5,277	1,000	3,368	4,368	1,000	4,783	2,973	3,481	3,075	3,646	4,728	2,745	26,431	
3,168	5,413	6,581	4,971	4,442	3,413	1,000	2,805	3,805	2,775	3,368	6,143	2,642	4,783	4,659	5,413	3,075	3,646	4,728	2,745	31,692	
3,168	1,000	4,168	1,000	1,000	2,000	2,473	2,805	5,277	2,775	2,035	4,809	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	23,199	
3,168	3,640	6,808	3,322	2,886	6,207	2,473	2,805	5,277	2,775	3,368	6,143	2,642	4,783	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	26,501	
3,168	2,101	5,269	3,322	2,886	6,207	1,000	2,805	3,805	2,775	2,035	4,809	2,642	4,783	2,973	3,481	3,075	2,052	1,000	2,745	22,752	
3,168	3,640	6,808	3,322	4,442	7,764	2,473	2,805	5,277	2,775	3,368	6,143	2,642	4,783	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	26,501	
1,710	2,101	3,811	1,732	2,886	4,618	2,473	2,805	5,277	1,000	2,035	3,035	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	1,000	21,454	
4,826	3,640	8,467	3,322	2,886	6,207	2,473	2,805	5,277	2,775	3,368	6,143	1,000	1,000	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	21,076	
3,168	2,101	5,269	3,322	2,886	6,207	2,473	1,000	3,473	2,775	3,368	6,143	2,642	3,123	2,973	3,481	3,075	2,052	3,156	2,745	23,842	
3,168	3,640	6,808	3,322	2,886	6,207	2,473	2,805	5,277	4,579	3,368	7,948	2,642	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	24,248	
1,000	3,640	4,640	3,322	4,442	7,764	2,473	2,805	5,277	2,775	3,368	6,143	2,642	4,783	4,659	1,000	4,893	5,537	4,728	4,662	32,904	
3,168	3,640	6,808	3,322	2,886	6,207	2,473	2,805	5,277	2,775	4,893	7,667	2,642	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	4,728	2,745	26,414	
1,710	3,640	5,350	3,322	4,442	7,764	2,473	2,805	5,277	2,775	4,893	7,667	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	2,052	3,156	2,745	21,606	
3,168	5,413	6,581	4,971	4,442	3,413	3,936	2,805	6,741	4,579	3,368	7,948	2,642	4,783	4,659	3,481	3,075	3,646	4,728	4,662	31,676	
3,168	3,640	6,808	3,322	2,886	6,207	2,473	2,805	5,277	2,775	2,035	4,809	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	23,199	
3,168	3,640	6,808	3,322	2,886	6,207	2,473	4,579	7,052	2,775	3,368	6,143	2,642	3,123	4,659	3,481	1,000	2,052	1,848	1,000	19,806	
3,168	3,640	6,808	3,322	2,886	6,207	3,936	2,805	6,741	2,775	3,368	6,143	1,000	4,783	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	24,859	
3,168	2,101	5,269	3,322	2,886	6,207	2,473	4,579	7,052	1,000	3,368	4,368	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	23,199	
3,168	3,640	6,808	3,322	2,886	6,207	1,000	2,805	3,805	2,775	3,368	6,143	2,642	3,123	2,973	3,481	3,075	2,052	1,848	2,745	21,940	
3,168	3,640	6,808	4,971	2,886	7,857	2,473	2,805	5,277	4,579	4,893	3,472	1,000	3,123	4,659	3,481	4,893	3,646	3,156	2,745	24,958	
3,168	3,640	6,808	3,322	4,442	7,764	2,473	1,000	3,473	2,775	3,368	6,143	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	1,848	1,000	20,146	
3,168	3,640	6,808	3,322	2,886	6,207	2,473	2,805	5,277	1,000	3,368	4,368	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	23,199	
3,168	3,640	6,808	3,322	2,886	6,207	1,000	2,805	3,805	2,775	3,368	6,143	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	23,199	
3,168	3,640	6,808	4,971	2,886	7,857	2,473	4,579	7,052	2,775	2,035	4,809	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	2,052	3,156	2,745	21,606	
3,168	3,640	6,808	3,322	1,000	4,322	1,000	1,000	2,000	2,775	3,368	6,143	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	23,199	
1,710	2,101	3,811	3,322	2,886	6,207	2,473	2,805	5,277	1,000	1,000	2,000	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	1,848	1,000	20,146	
3,168	3,640	6,808	1,732	2,886	4,618	2,473	2,805	5,277	2,775	3,368	6,143	2,642	4,783	4,659	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	28,188	
3,168	3,640	6,808	3,322	2,886	6,207	3,936	2,805	6,741	2,775	3,368	6,143	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	23,199	
3,168	3,640	6,808	3,322	2,886	6,207	2,473	2,805	5,277	2,775	3,368	6,143	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	23,199	
3,168	3,640	6,808	4,971	2,886	7,857	2,473	2,805	5,277	2,775	2,035	4,809	2,642	3,123	1,000	1,732	4,893	5,537	3,156	2,745	24,828	
3,168	3,640	6,808	3,322	2,886	6,207	1,000	2,805	3,805	2,775	1,000	3,775	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	1,000	2,745	21,043	
3,168	3,640	6,808	3,322	2,886	6,207	2,473	2,805	5,277	2,775	4,893	7,667	1,000	3,123	2,973	3,481	1,000	3,646	3,156	2,745	21,224	
4,826	3,640	8,467	3,322	1,494	4,816	2,473	2,805	5,277	2,775	3,368	6,143	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	23,199	
3,168	2,101	5,269	3,322	2,886	6,207	2,473	2,805	5,277	2,775	2,035	4,809	1,000	3,123	1,000	1,732	3,075	1,000	1,848	1,000	13,778	
4,826	3,640	8,467	3,322	2,886	6,207	3,936	2,805	6,741	2,775	3,368	6,143	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	23,199	
3,168	3,640	6,808	3,322	2,886	6,207	3,936	2,805	6,741	2,775	3,368	6,143	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	23,199	
4,826	2,101	6,927	3,322	4,442	7,764	2,473	2,805	5,277	4,579	3,368	7,948	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	23,199	
1,000	3,640	4,640	3,322	4,442	7,764	3,936	2,805	6,741	2,775	3,368	6,143	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	1,000	2,745	21,043	
3,168	3,640	6,808	3,322	2,886	6,207	2,473	2,805	5,277	2,775	3,368	6,143	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	23,199	
3,168	3,640	6,808	3,322	2,886	6,207	2,473	2,805	5,277	2,775	3,368	6,143	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	23,199	
3,168	3,640	6,808	4,971	2,886	7,857	2,473	2,805	5,277	2,775	2,035	4,809	2,642	3,123	1,000	1,732	4,893	5,537	3,156	2,745	24,828	
3,168	3,640	6,808	3,322	2,886	6,207	1,000	2,805	3,805	2,775	1,000	3,775	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	1,000	2,745	21,043	
3,168	3,640	6,808	3,322	2,886	6,207	2,473	2,805	5,277	2,775	4,893	7,667	1,000	3,123	2,973	3,481	1,000	3,646	3,156	2,745	21,224	
4,826	3,640	8,467	3,322	1,494	4,816	2,473	2,805	5,277	2,775	3,368	6,143	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	23,199	
3,168	2,101	5,269	3,322	2,886	6,207	2,473	2,805	5,277	2,775	2,035	4,809	1,000	3,123	1,000	1,732	3,075	1,000	1,848	1,000	13,778	
4,826	3,640	8,467	3,322	2,886	6,207	3,936	2,805	6,741	2,775	3,368	6,143	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	23,199	
3,168	3,640	6,808	3,322	2,886	6,207	3,936	2,805	6,741	2,775	3,368	6,143	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	23,199	
3,168	3,640	6,808	4,971	2,886	7,857	2,473	2,805	5,277	2,775	2,035	4,809	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	1,848	1,000	20,146	
3,168	2,101	5,269	3,322	2,886	6,207	2,473	2,805	5,277	2,775	3,368	6,143	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	23,199	
3,168	3,640	6,808	3,322	2,886	6,207	3,936	2,805	6,741	2,775	3,368	6,143	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	23,199	
3,168	3,640	6,808	3,322	2,886	6,207	2,473	2,805	5,277	2,775	4,893	7,667	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	3,156	2,745	23,199	
4,826	5,413	10,240	3,322	4,442	7,764	2,473	2,805	5,277	2,775	3,368	6,143	2,642	4,783	4,659	5,413	4,893	3,646	3,156	2,745	31,938	
3,168	3,640	6,808	3,322	2,886	6,207	2,473	2,805	5,277	2,775	3,368	6,143	1,000	3,123	2,973	3,481	3,075	3,646	3,			

Lampiran 3: Hasil Olah Data

Hasil Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	Tempat
X1.1	Pearson Correlation	1	.222	.807**
	Sig. (2-tailed)		.090	.000
	N	59	59	59
X1.2	Pearson Correlation	.222	1	.755**
	Sig. (2-tailed)	.090		.000
	N	59	59	59
Tempat	Pearson Correlation	.807**	.755**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	59	59	59

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X2.1	X2.2	Waktu
X2.1	Pearson Correlation	1	.516**	.847**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	59	59	59
X2.2	Pearson Correlation	.516**	1	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	59	59	59
Waktu	Pearson Correlation	.847**	.892**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	59	59	59

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		X3.1	X3.2	Bentuk
X3.1	Pearson Correlation	1	.261*	.862**
	Sig. (2-tailed)		.046	.000
	N	59	59	59
X3.2	Pearson Correlation	.261*	1	.715**
	Sig. (2-tailed)	.046		.000
	N	59	59	59
Bentuk	Pearson Correlation	.862**	.715**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	59	59	59

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	.635**	.725**	.607**	.432**	.601**	.590**	.676**	.655**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	
	N	59	59	59	59	59	59	59	59	59

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Hasil Uji Realibilitas

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Tempat	55.61	10.345	.432	.227	.661
Waktu	55.22	10.244	.348	.142	.686
Bentuk	56.42	12.800	.008	.017	.640
Informasi	55.64	10.750	.356	.182	.697
Kepuasan Pelanggan	31.07	4.754	.377	.204	.628

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

	Unstandardized Residual	
N	59	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.56916639
Most Extreme Differences	Absolute	.124
	Positive	.124
	Negative	-.104
Test Statistic	.430	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c	.993	

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
		B	Std. Error			
1	(Constant)	2.112	2.657		.795	.430
	Tempat	-.049	.235	-.031	-.209	.835
	Waktu	.251	.188	.183	1.336	.187
	Bentuk	-.295	.222	-.176	-1.328	.190
	Informasi	-.035	.230	-.022	-.151	.880

a. Dependent Variable: Abs_RES

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	21.702	3.968		5.470	.000		
	Tempat	.485	.350	.188	2.385	.002	.801	1.249
	Waktu	.580	.280	.261	2.071	.003	.926	1.080
	Bentuk	.230	.332	.085	2.693	.001	.992	1.008
	Informasi	.474	.343	.183	2.383	.000	.847	1.181

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.702	3.968		5.470	.000
	Tempat	.485	.350	.188	2.385	.002
	Waktu	.580	.280	.261	2.071	.003
	Bentuk	.230	.332	.085	2.693	.001
	Informasi	.474	.343	.183	2.383	.000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Uji F (Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	60.006	4	15.002	3.456	.001 ^b
	Residual	234.401	54	4.341		
	Total	294.407	58			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Informasi, Bentuk, Waktu, Tempat

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.451 ^a	.204	.145	2.083

a. Predictors: (Constant), Informasi, Bentuk, Waktu, Tempat

Lampiran 4: Dokumentasi



Lampiran 5: Surat Izin Penelitian



PEMERINTAH KABUPATEN LUWU

DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU

Alamat : Jl. Opu Daeng Risaju No. 1, Belopa Telpn : (0471) 3314115

Nomor : 255/PENELITIAN/07.09/DPMPSTSP/VI/2023	Kepada
Lamp : -	Yth. Ka. Desa Pangli
Sifat : Biasa	di -
Perihal : <i>Izin Penelitian</i>	Tempat

Berdasarkan Surat Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo : B296/ln.19/FEBI.04/KS.02/06/2023 tanggal 13 Juni 2023 tentang permohonan Izin Penelitian.

Dengan ini disampaikan kepada saudara (i) bahwa yang tersebut di bawah ini :

Nama	: Efika Yulianti
Tempat/Tgl Lahir	: Langkiddi / 22 Januari 2001
Nim	: 1904030128
Jurusan	: Manajemen Bisnis Syariah
Alamat	: Dsn. Bulu-Bulu Desa Langkiddi Kecamatan Bajo

Bermaksud akan mengadakan penelitian di daerah/instansi Saudara (i) dalam rangka penyusunan "Skripsi" dengan judul :

PENGARUH DISTRIBUSI AIR BERSIH TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PERUSAHAAN DAERAH AIR MINUM PDAM DESA PANGI KECAMATAN BAJO

Yang akan dilaksanakan di **DESA PANGI**, pada tanggal **20 Juni 2023 s/d 20 Juli 2023**

Sehubungan hal tersebut di atas pada prinsipnya kami dapat menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan sbb :

1. Sebelum dan sesudah melaksanakan kegiatan, kepada yang bersangkutan harus melaporkan kepada Bupati Luwu Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Luwu.
2. Penelitian tidak menyimpang dari izin yang diberikan.
3. Mentaati semua peraturan perundang-undangan yang berlaku.
4. Menyerahkan 1 (satu) exemplar copy hasil penelitian kepada Bupati Luwu Up. Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kab. Luwu.
5. Surat Izin akan dicabut dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin tidak mentaati ketentuan-ketentuan tersebut di atas.



1 2 0 2 3 1 9 3 1 5 0 0 0 2 5 4



Diterbitkan di Kabupaten Luwu
Pada tanggal : 20 Juni 2023
Kepala Dinas



Drs. ANDI BASO TENRIESA, MPA, M.Si
Pangkat : Pembina Utama Muda IV/c
NIP : 19661231 199203 1 091

Tembusan :

1. Bupati Luwu (sebagai Laporan) di Belopa;
2. Kepala Kesbangpol dan Linmas Kab. Luwu di Belopa;
3. Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Palopo;
4. Mahasiswa (i) Efika Yulianti;
5. Arsip.

RIWAYAT HIDUP



Efika Yulianti, lahir di langkidi pada tanggal 22 Januari 2001. penulis merupakan anak pertama dari 3 bersaudara dari pasangan seorang ayah bernama Tajuddin Nur, Udin, dan ibu Nurdiana. saat ini penulis bertempat tinggal di perumahan takalala, wara selatan kota Palopo. pendidikan dasar penulis di selesaikan pada tahun 2013 di SDN 305 langkidi kemudian di tahun yang sama menempuh pendidikan di sekolah menengah pertama di SMP Negeri 3 bajo hingga tahun 2016. Selanjutnya penulis menempuh pendidikan sekolah dasar menengah atas di SMA 5 Luwu. Setelah lulus SMA di tahun 2019, penulis melanjutkan pendidikan di bidang yang ditekuni yaitu program studi manajemen bisnis syariah fakultas ekonomi dan bisnis Islam Negeri (IAIN) Palopo

Email: @efika_yulianti0128_mhs18@iainpalopo.ac.id