

Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Ketersediaan Produk terhadap Kepuasan Pelanggan pada Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal

Irfan Budi Prakoso^{1*}, Hendri Sucipto², Azizah Indriyani, Syarieful Ikhwan⁴

^{1,2,3,4} Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhadi Setiabudi, Indonesia

irfanbudiprakoso20@gmail.com^{1*}, hendrisucipto313@gmail.com², azizahindriyani@gmail.com³,
syarief97tmi@gmail.com⁴

Korepondensi penulis: irfanbudiprakoso20@gmail.com

Abstract. This study aims to analyze the influence of Service Quality, Facilities, and Product Availability on customer satisfaction at Perumda Air Minum Tirta Bahari, Tegal City. Using a quantitative approach, the study involved 100 respondents from a population of 38,277. The results show that Service Quality (X1) significantly affects Customer Satisfaction (Y), with a t-count of $4.032 > t\text{-table}$ of 1.971 and a significance value of $0.034 < 0.05$. This indicates a positive and significant relationship. Meanwhile, Facilities (X2) have no significant effect on Customer Satisfaction, as shown by a t-count of $0.418 < 1.971$ and a significance value of $0.677 > 0.05$. Product Availability (X3), however, significantly influences Customer Satisfaction, with a t-count of $4.597 > 1.971$ and a significance value of $0.000 < 0.05$. Furthermore, the simultaneous test (F-test) shows that all three variables—Service Quality, Facilities, and Product Availability—have a positive and significant effect on Customer Satisfaction, with an F-value of $9.415 > F\text{-table}$ of 2.649 and a significance value of $0.000 < 0.05$. The coefficient of determination (Adjusted R Square) is 0.612, indicating that 61.2% of the variation in customer satisfaction is explained by the three independent variables, while the remaining 38.8% is influenced by other factors not included in the model. Overall, Service Quality and Product Availability are key factors in enhancing customer satisfaction at the organization.

Keywords: Customer Satisfaction, Facilities, Product Availability, Service Quality

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh Kualitas Layanan, Fasilitas, dan Ketersediaan Produk terhadap kepuasan pelanggan di Perumda Air Minum Tirta Bahari, Kota Tegal. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, penelitian ini melibatkan 100 responden dari populasi sebanyak 38.277. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Kualitas Layanan (X1) berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y), dengan t-hitung sebesar $4,032 > t\text{-tabel}$ sebesar 1,971 dan nilai signifikansi sebesar $0,034 < 0,05$. Hal ini menunjukkan hubungan yang positif dan signifikan. Sementara itu, Fasilitas (X2) tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, sebagaimana ditunjukkan oleh t-hitung sebesar $0,418 < 1,971$ dan nilai signifikansi sebesar $0,677 > 0,05$. Ketersediaan Produk (X3), bagaimanapun, secara signifikan memengaruhi Kepuasan Pelanggan, dengan t-hitung $4,597 > 1,971$ dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Lebih lanjut, uji simultan (uji-F) menunjukkan bahwa ketiga variabel—Kualitas Layanan, Fasilitas, dan Ketersediaan Produk—memiliki efek positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan nilai-F $9,415 > F\text{-tabel}$ 2,649 dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Koefisien determinasi (Adjusted R Square) adalah 0,612, yang menunjukkan bahwa 61,2% variasi dalam kepuasan pelanggan dijelaskan oleh tiga variabel independen, sedangkan 38,8% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak termasuk dalam model. Secara keseluruhan, Kualitas Layanan dan Ketersediaan Produk merupakan faktor kunci dalam meningkatkan kepuasan pelanggan di organisasi.

Kata Kunci: Kepuasan Pelanggan, Fasilitas, Ketersediaan Produk, Kualitas Layanan

1. LATAR BELAKANG

Data pemasalahan yang dialami PDAM Tegal yaitu (1) Kualitas Pelayanan, persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PERUMDA Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal keramahan petugas, kecepatan penanganan keluhan, kejelasan informasi dinilai kurang memadai (2) Fasilitas, persepsi pelanggan terhadap fasilitas yang disediakan oleh PERUMDA Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal tentang kemudahan pembayaran,

ketersediaan informasi online, kondisi kantor pelayanan masih dirasa belum cukup (3) Ketersediaan Produk (Air Bersih) Persepsi pelanggan terhadap ketersediaan air bersih yang disalurkan oleh PERUMDA Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal tentang kontinuitas pasokan, tekanan air kurang bagus. (4) Kepuasan Pelanggan, Tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PERUMDA Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal secara keseluruhan masih kurang memuaskan

Sementara pada PT. PDAM Tirtanadi masih terdapat fasilitas yang tidak merata disebabkan karena kurangnya kontrol dari karyawan atau dari Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal sendiri karena banyak masyarakat/pelanggan yang menggunakan mesin pompa air sendiri sehingga air yang masuk kedalam rumahnya lebih besar atau lebih banyak dari pada yang sama sekali tidak memakai mesin pompa air atau hanya memakai fasilitas yang disediakan perusahaan sehingga terjadi perbedaan diantara pelanggan perusahaan, disisi lain fasilitas Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal juga belum mencakup kedalam jalan-jalan kecil sehingga apabila ada calon pelanggan yang ingin menggunakan jasa sedikit terhalang karena biaya yang dikeluarkan oleh calon pelanggan termasuk besar berbeda dengan yang berada di jalan-jalan besar sehingga menimbulkan rasa kecewa calon konsumen yang berharap bisa menggunakan jasanya.

Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas Dan Ketersediaan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal”

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas, maka perumusan masalah yang muncul adalah : 1)Apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal? 2)Apakah Fasilitas berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal? 3)Apakah Ketersediaan Produk berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal? 4)Apakah Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Ketersediaan Produk berpengaruh seara simultan terhadap kepuasan pelanggan pada Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal

2. KAJIAN TEORITIS

Manajemen Pemasaran

Manajemen Pemasaran menurut (Ariyani, Riono, dan Suci 2022) menganalisis, merencanakan, melaksanakan, dan mengendalikan kegiatan pemasaran, termasuk ide, produk, dan layanan berbasis pertukaran, yang bertujuan untuk menciptakan kepuasan

pelanggan dan tanggung jawab produsen. Itu adalah sebuah proses. Manajemen Pemasaran menurut Basu (2023) adalah rencana pemasaran yang mencakup penetapan tujuan, pedoman pemasaran, program pemasaran, dan strategi pemasaran yang diajukan untuk menciptakan pertukaran dan memenuhi kebutuhan dan keinginan tahuhan konsumen. Implementasi, dan pengendalian secara keseluruhan, baik individu maupun organisasi

Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan konsep multidimensional yang memegang peranan krusial dalam keberhasilan organisasi, terutama dalam industri jasa. Pemahaman yang komprehensif mengenai kualitas pelayanan menjadi landasan penting bagi upaya peningkatan kepuasan pelanggan dan pencapaian keunggulan kompetitif (Doni dan Andi 2025). Kualitas pelayanan merupakan konsep multidimensional yang merujuk pada tingkat keunggulan suatu layanan dan sejauh mana layanan tersebut memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (2021) melalui model SERVQUAL mendefinisikan kualitas pelayanan sebagai perbedaan antara harapan pelanggan terhadap layanan yang diinginkan dengan persepsi mereka terhadap layanan yang benar-benar diterima. Jika kinerja layanan melebihi harapan, kualitas pelayanan dianggap tinggi dan menghasilkan kepuasan. Sebaliknya, jika kinerja di bawah harapan, kualitas pelayanan dianggap rendah dan menimbulkan ketidakpuasan

Fasilitas

Fasilitas merupakan elemen penting dalam operasional suatu organisasi, terutama dalam industri jasa. Keberadaan, kondisi, dan kualitas fasilitas secara signifikan mempengaruhi persepsi, perilaku, dan kepuasan pelanggan serta kinerja karyawan. Dalam konteks penelitian ini, fasilitas merujuk pada lingkungan fisik dan sumber daya (Riono dkk. 2023) yang disediakan oleh Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal untuk mendukung penyediaan layanan dan interaksi dengan pelanggan

Fasilitas memegang peranan krusial dalam industri jasa, termasuk layanan publik seperti yang disediakan oleh Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal. Secara umum, fasilitas merujuk pada lingkungan fisik dan sumber daya tangible yang mendukung penyampaian layanan dan interaksi antara perusahaan dengan pelanggannya. Ini mencakup berbagai elemen fisik seperti bangunan kantor pelayanan, infrastruktur jaringan pipa, peralatan operasional, sistem informasi, hingga sarana pendukung lainnya.

Dalam konteks Perumda Air Minum, fasilitas tidak hanya terbatas pada kantor pelayanan tempat pelanggan berinteraksi langsung, tetapi juga mencakup infrastruktur vital seperti jaringan pipa yang handal untuk memastikan ketersediaan air, serta sistem informasi yang memudahkan pelanggan dalam mengakses informasi dan layanan. Ketersediaan fasilitas pembayaran yang beragam, kemudahan akses informasi melalui berbagai saluran (website, media sosial), dan kondisi fisik kantor yang representatif merupakan aspek-aspek fasilitas yang secara langsung maupun tidak langsung berkontribusi pada pengalaman dan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, manajemen fasilitas yang efektif menjadi penting bagi Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal dalam upaya meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggannya.

Ketersediaan Produk

Dalam konteks bisnis secara umum, ketersediaan produk merujuk pada kemampuan perusahaan untuk menyediakan barang atau jasa yang dibutuhkan oleh pelanggan pada waktu, tempat, dan dalam jumlah yang tepat. Namun, dalam konteks penelitian mengenai Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal, "produk" utama yang dimaksud adalah air bersih itu sendiri. Oleh karena itu, ketersediaan produk dalam penelitian ini secara spesifik merujuk pada kemampuan Perumda untuk menyediakan pasokan air bersih yang konstan, memadai, dan sesuai dengan kebutuhan pelanggan.

Perspektif Pemasaran: Kotler dan Armstrong (2022) mendefinisikan produk sebagai segala sesuatu yang dapat ditawarkan ke pasar untuk diperhatikan, dibeli, digunakan, atau dikonsumsi dan yang dapat memuaskan suatu keinginan atau kebutuhan. Dalam konteks Perumda Air Minum, produk utamanya adalah air bersih. Ketersediaan produk berarti kemampuan perusahaan untuk memastikan bahwa produk ini selalu ada dan dapat diakses oleh pelanggan ketika mereka membutuhkannya. Ini mencakup aspek kontinuitas pasokan dan tekanan air yang memadai. Lebih lanjut, dalam industri jasa seperti penyediaan air minum, ketersediaan produk tidak hanya terbatas pada aspek fisik produk itu sendiri, tetapi juga mencakup aspek kemudahan akses dan keandalan pasokan.

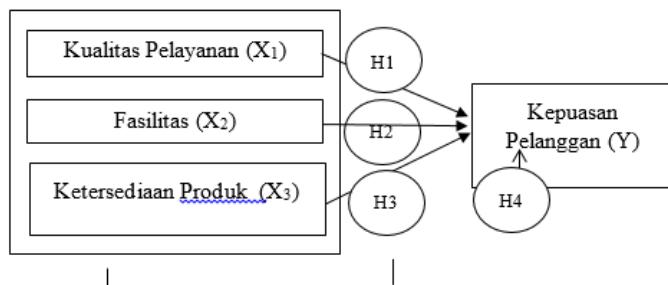
Kepuasan Pelanggan

Oliver (2020) memberikan definisi yang lebih ringkas, menyatakan bahwa kepuasan adalah respons pemenuhan pelanggan. Ini adalah penilaian pelanggan tentang fitur produk atau layanan, atau produk atau layanan itu sendiri, yang memberikan tingkat pemenuhan terkait konsumsi. Definisi ini menekankan pada sejauh mana produk atau layanan mampu

memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sementara itu, Tjiptono (2024) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan apa yang mereka terima dengan apa yang mereka harapkan. Definisi ini kembali memperkuat gagasan mengenai perbandingan antara ekspektasi dan persepsi sebagai penentu utama kepuasan.

Proses pembentukan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Selain perbandingan antara harapan dan kinerja yang dirasakan, faktor-faktor lain seperti kualitas produk atau layanan, harga, kualitas pelayanan, fasilitas, dan bahkan faktor situasional dapat memainkan peran penting. Pengalaman pelanggan secara keseluruhan, mulai dari interaksi awal hingga pasca-pembelian, berkontribusi pada tingkat kepuasan akhir. Pelanggan yang merasa diperlakukan dengan baik, mendapatkan nilai yang sesuai dengan biaya yang dikeluarkan, dan produk atau layanan yang berfungsi sesuai harapan cenderung memiliki tingkat kepuasan yang tinggi.

Kerangka pemikiran dalam penelitian ini Berdasarkan paparan di atas maka dapat digambarkan kerangka berpikir konseptual dan penelitian digambarkan sebagai berikut: Dengan demikian kepuasan Pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan, Fasilitas dan Ketersediaan Produk, maka kerangka pemikirannya sebagai berikut :



Gambar 1 Kerangka Berpikir

Hipotesis

Dari permasalahan pokok yang dikemukakan di atas, berikut disajikan hipotesis sebagai dugaan sementara dalam penelitian ini, yaitu sebagai berikut :

H1: Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal.

H2: Fasilitas berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal.

H3: Ketersediaan produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal.

H4: Kualitas pelayanan, Fasilitas, Ketersediaan produk berpengaruh secara bersama terhadap Kepuasan pelanggan

3. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif. Dimana menurut Kasiram (2021: 149) mengatakan bahwa metode penelitian kuantitatif adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menganalisis keterangan mengenai apa yang ingin diketahui.

Jenis penelitian yang dilakukan adalah studi kasus, yaitu penelitian yang memfokuskan pada suatu objek tertentu. Penelitian ini dilakukan secara langsung di instansi dengan mengambil data-data yang relevan dengan objek penelitian. Dari data yang ada kemudian dianalisis yang kemudian akan menghasilkan kesimpulan. Kesimpulan yang diperoleh hanya terbatas pada objek yang diteliti saja.

Objek dalam penelitian ini adalah mengenai kepuasan pelanggan Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal sebagai pokok permasalahannya. Sedangkan Subjek dari penelitian ini adalah Pelanggan Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal sebagai narasumber yang menjadi sumber data penelitian. Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal berkedudukan di Jalan Hang Tuan No.29, Kota Tegal, Jawa Tengah,

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2018). Menurut Sugiyono (2017:80) bahwa populasi adalah “Wilayah generalisasi objek yang mempunyai kualitas karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi pada penelitian ini yaitu Seluruh Pelanggan Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal yang diambil dari data jumlah pelanggan Tahun 2024 sebanyak 38.277 orang

Menurut (Arikunto, 2019), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan margin error 10%.

Rumus Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{38.277}{1 + 38.277 (10\%)^2}$$

$n = 99,7$

Maka dapat disimpulkan, sampel dalam penelitian ini menggunakan 100 orang responden hasil dari pembulatan 99,7.

Dalam penelitian ini pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program SPSS (*Statistical Package for Social Science*). Hal ini dilakukan dengan harapan tidak terjadi tingkat kesalahan yang besar. Setelah data diolah, kemudian diperoleh hasil atau output SPSS. Hasil pengolahan data akan disajikan dalam bentuk tabel agar lebih rapi, dapat dibaca dengan mudah dan dapat cepat dipahami. SPSS (*Statistical Package for Social Science*) merupakan program atau software yang diperuntukkan untuk keperluan mengolah data, sedangkan statistik mempunyai fungsi untuk menerjemahkan data yang ada untuk diolah dengan perhitungan tertentu, untuk mencari berbagai output yang dikehendaki para pengambil keputusan yang akan menunjukkan gambaran Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Ketersediaan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal, Instrumen yang memenuhi syarat, maka dilakukannya uji instrumen (uji validitas & Reabilitas), Uji Asumsi Klasik (Uji Normalitas, Uji Heterokedastisitas, Uji Multikolonieritas, Uji Autokorelasi dan Uji Linieritas), Analisis Linier Berganda, Uji Hipotesis (Uji T & Uji F), Uji koefisien Determinasi. penelitian seperti berikut ini :

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Statistik deskriptif adalah statistik yang digunakan untuk menganalisis data yang telah terkumpul sebagaimana adanya atau aslinya tanpa bermaksud untuk membuat kesimpulan yang berlaku secara umum. Variabel dalam penelitian ini yang meliputi Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Ketersediaan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan yang akan diuji secara statistik deskriptif. Data hasil penelitian disajikan dalam bentuk deskripsi data semua variabel yang meliputi Kualitas Pelayanan sebagai variabel X_1 , Fasilitas sebagai variabel X_2 , Ketersediaan Produk sebagai variabel X_3 , dan Kepuasan Pelanggan sebagai variabel Y. Data hasil penelitian yang diperoleh dari 100 responden untuk semua variabel penelitian dapat dideskripsikan sebagai berikut:

Uji Validasi

Dasar pengambilan keputusan yang digunakan adalah melakukan uji signifikansi dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Dalam rangka uji validitas kuesioner kriteria pengujian, apabila r hitung $>$ r tabel, dengan taraf signifikansi 0,05 dan $df = n-2$,

maka alat ukur dinyatakan valid dan sebaliknya jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item pertanyaan tersebut tidak valid. Petanyaan yang tidak valid tidak akan disertakan pada pengolahan data selanjutnya (Sugiyono, 2004) dalam (Junaidi 2019).

Untuk menghitung t-tabel yaitu, $df=N-2 = 100-2 = 98$, t-tabel dari $df = 98$ dengan taraf signifikansi 0,05 yaitu 0,195.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas

Variabel	Item	r-hitung	r-tabel	Keterangan
Kualitas Pelayanan(X1)	P 1	0,710	0,195	Valid
	P 2	0,663	0,195	Valid
	P 3	0,642	0,195	Valid
	P 4	0,592	0,195	Valid
	P 5	0,688	0,195	Valid
	P 6	0,691	0,195	Valid
	P 7	0,677	0,195	Valid
	P 8	0,674	0,195	Valid
	P 9	0,426	0,195	Valid
	P 10	0,513	0,195	Valid
	P 11	0,589	0,195	Valid
	P12	0,444	0,195	Valid
Fasilitas (X2)	F 1	0,890	0,195	Valid
	F 2	0,928	0,195	Valid
	F 3	0,839	0,195	Valid
	F 4	0,928	0,195	Valid
	F 5	0,725	0,195	Valid
	F 6	0,805	0,195	Valid
	F 7	0,777	0,195	Valid
	F 8	0,691	0,195	Valid
Ketersediaan Produk (X3)	KP1	0,765	0,195	Valid
	KP2	0,741	0,195	Valid
	KP3	0,671	0,195	Valid
	KP4	0,831	0,195	Valid
	KP5	0,702	0,195	Valid
	KP6	0,690	0,195	Valid
	KP7	0,859	0,195	Valid
	KP8	0,629	0,195	Valid
	KP9	0,831	0,195	Valid
	KP10	0,702	0,195	Valid
	KP11	0,690	0,195	Valid
	KP12	0,859	0,195	Valid
	KP13	0,629	0,195	Valid
Kepuasan Pelanggan (Y)	PL 1	0,624	0,195	Valid
	PL 2	0,734	0,195	Valid
	PL 3	0,704	0,195	Valid
	PL 4	0,655	0,195	Valid
	PL 5	0,865	0,195	Valid
	PL 6	0,856	0,195	Valid

PL 7	0,710	0,195	Valid
PL 8	0,883	0,195	Valid
PL 9	0,883	0,195	Valid
PL 10	0,858	0,195	Valid

Sumber : Data diolah SPSS, 2025

Berdasarkan table di atas hasil uji validitas memperlihatkan nilai r_{hitung} setiap indikator lebih besar dibanding nilai r_{tabel} , dimana nilai r_{tabel} dengan sampel ($n = 100$) yaitu 0,195, sehingga Berdasarkan hasil uji validitas di atas menyatakan bahwa setiap item pernyataan yang diajukan dalam setiap variabel dinyatakan valid, maka masuk dalam kriteria penelitian .

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk melihat tingkat kehandalan indikator atau kuesioner apabila digunakan kembali sebagai alat ukur variabel. Pengujian dilakukan dengan membandingkan nilai alpha *cronbach's* variabel standar 0,05 Jika nilai *alpha* melebihi 0,05 maka indikator atau kuesioner dinyatakan reliabel. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Alpha	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,844	Reliabel
Fasilitas	0,931	Reliabel
Ketersediaan Produk	0,924	Reliabel
Kepuasan pelanggan	0,925	Reliabel

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel di atas memperlihatkan variabel bebas yang terdiri dari Kualitas Pelayanan sebagai variabel X_1 , Kinerja Pegawai sebagai variabel X_2 , Disiplin Kerja sebagai variabel X_3 , dan Kepuasan masyarakat sebagai variabel Y masing-masing memiliki nilai *cronbach alpha* yang lebih besar dari r_{tabel} 0,600. Kondisi ini menunjukan bahwa seluruh variabel tersebut reliabel dan dapat digunakan analisis selanjutnya.

Uji Normalitas

Hasil dari uji dengan menggunakan uji statistik Kolmogorov-Smirnov (K- S) adalah sebagai berikut:

Tabel 3. One Sample Kolmogorof Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual

N	100
---	-----

Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std.	4.69129318
	Deviation	
Most Extreme	Absolute	.055
Differences	Positive	.055
	Negative	-.046
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2025

Kriteria dalam Uji Kolmogorov-Smirnov untuk menentukan hasil salah satunya dapat melihat nilai signifikan atas Monte Carlo (2-tailed). Berdasar table 4.9 didapat nilai Monte Carlo Sig (2-tailed) yang dihasilkan lebih besar dari 0,05, maka residual berdistribusi normal ($0,200 > 0,05$) dan sebaliknya jika nilai Monte Carlo Sig (2-tailed) yang dihasilkan kurang dari 0,05 dapat dikatakan residual tidak berdistribusi normal ($\text{sig} < 0,05$)

Uji Multikolinearitas

Untuk menemukan ada atau tidaknya multikolinearitas dalam model regresi dapat diketahui dari nilai toleransi dan nilai *Variance Inflation Factor* (VIF). Tolerance mengukur variabilitas variabel bebas yang terpilih yang tidak dapat dijelaskan oleh variabel bebas lainnya, jadi nilai tolerance rendah sama dengan nilai VIF tinggi (karena $\text{VIF} = 1/\text{tolerance}$) dan menunjukkan adanya kolinearitas yang tinggi. Nilai *cut off* yang umum dipakai adalah nilai tolerance 0,10 atau sama dengan nilai VIF diatas 10. Hasil dari uji multikolinearitas dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 4. Hasil Uji Multikolinearitas

Model	Tolerance	Coefficients ^a	
		Collinearity Statistics	
1	X1	.730	1.369
	X2	.962	1.040
	X3	.727	1.376

a. Dependent Variable: Y

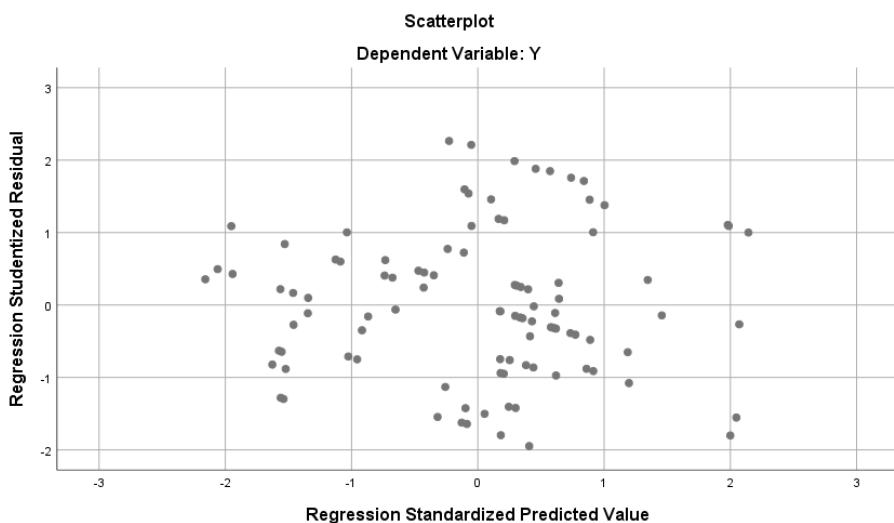
Sumber : Data yang diolah peneliti, 2025

Berdasarkan tabel hasil uji multikolinearitas di atas, diketahui nilai tolerance variabel X1 sebesar $0.730 > 0.10$ dan nilai VIF sebesar $1.369 < 10$. Nilai tolerance variabel X2 sebesar $0.962 > 0.10$ dan nilai VIF sebesar $1.040 < 10$. Nilai tolerance variabel X3

sebesar $0.727 > 0.10$ dan VIF sebesar $1.376 < 10$. Maka dapat disimpulkan bahwa variabel X1, X2 dan X3 tidak terjadi multikolinearitas.

Uji Heteroskedastisitas

Tabel 5. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Sumber : Data yang diolah peneliti, 2025

Berdasarkan hasil output scatterplot di atas, terlihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola tertentu yang jelas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi masalah heteroskedastisitas.

Uji Lineritas

Uji ini dilakukan untuk melihat hubungan dari dua buah variabel yang sedang diteliti apakah ada hubungan yang linear dan signifikan. Pengujian linearitas dilakukan menggunakan aplikasi SPSS pada perangkat *Test for Linearity* dengan taraf signifikansi 95% ($\alpha=0,05$). Hasil uji linearitas dapat diketahui pada tabel di bawah ini

Tabel 6. Uji Linearitas Kualitas Pelayanan

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X1	Between Groups	(Combined)	873.926	23	37.997	1.484	.003
		Linearity	161.219	1	161.219	6.297	.014
		Deviation from Linearity	712.707	22	32.396	1.265	.023
	Within Groups		1945.914	76	25.604		
	Total		2819.840	99			

Sumber: Hasil olah data SPSS 2025

Tabel 6 menunjukkan adanya hubungan linearitas antara variabel Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Kesimpulan ini didasarkan pada nilai signifikansi sebesar 0,000 untuk baris *Linearity*, yang lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian, variabel kualitas pelayanan dikatakan linear.

Tabel 7. Uji Linearitas Variabel Fasilitas

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X2	Between Groups	(Combined)	534.680	19	28.141	2.985
		Linearity	6.234	1	6.234	3.218
		Deviation from Linearity	528.445	18	29.358	1.028
	Within Groups		2285.160	80	28.565	
	Total		2819.840	99		

Sumber: Hasil olah data SPSS 2025

Tabel 7 menunjukkan tidak adanya hubungan linearitas antara variabel fasilitas dan kepuasan pelanggan. Kesimpulan ini didasarkan pada nilai signifikansi sebesar 0,642 untuk baris *Linearity*, yang lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, variabel Fasilitas dikatakan tidak linear.

Tabel 8. Uji Linearitas Variabel Ketersediaan Produk

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y * X3	Between Groups	(Combined)	1339.865	19	70.519	3.812
		Linearity	636.958	1	636.958	34.431
		Deviation from Linearity	702.907	18	39.050	2.111
	Within Groups		1479.975	80	18.500	
	Total		2819.840	99		

Uji Autokorelasi

Uji autokorelasi bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya korelasi antar anggota serangkaian data yang diobservasi dan dianalisis menurut ruang atau menurut waktu. Pengujian penelitian ini menggunakan uji autokorelasi dengan metode Durbin-Watson pada tingkat signifikansi 5%. Hasil uji autokorelasi dapat dilihat sebagai berikut.

Tabel 9. Uji Autokorelasi

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.477 ^a	.227	.203	4.76403		1.971

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Hasil olah data SPSS 2025

Uji Hipotesis

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual menerangkan variasi varabel dependen.

Tabel 10. Uji signifikansi parsial (uji t)

Model	Coefficients ^a					
	B	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	22.817	4.672		4.884	.000
	X1	.350	.099	-.003	4.032	.034
	X2	.017	.090	-.038	-.418	.677
	X3	.367	.080	.484	4.597	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2025

Dasar pengambilan keputusan jika t-hitung > t-tabel (1.661) dan nilai sig < 0.05 maka dapat dikatakan variabel X berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y. Berdasarkan tabel di atas, berikut ini dijelaskan pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial:

Dasar pengambilan keputusan jika t-hitung > t-tabel (1.971) dan nilai sig < 0.05 maka dapat dikatakan variabel X berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y. Berdasarkan tabel di atas, berikut ini dijelaskan pengaruh dari masing-masing variabel independen secara parsial:

H1 = Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat

Berdasarkan hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel Kualitas Pelayanan (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)diperoleh nilai t-hitung 4,032>t-tabel 1.971 dan nilai sig. 0.034 < 0.05. Hal ini berarti variabel Kualitas Pelayanan (X1) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan (Y).

H2 = Pengaruh Fasilitas Terhadap Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel Fasilitas (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)diperoleh nilai t-hitung 0,418 < t-tabel 1.971 dan nilai sig. 0.677 > 0.05. Hal ini berarti variabel Kualitas Pelayanan (X2) mempunyai pengaruh yang Negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan Pelanggan (Y).

H3 = Pengaruh Ketersediaan Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Bersadsarkan hasil pengujian dengan SPSS untuk Ketersediaan Produk (X3) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh nilai t-hitung $4,597 > t$ -tabel 1.971 dan nilai $sig. 0.000 < 0.05$. Hal ini berarti variabel Ketersediaan Produk (X3) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan (Y).

Uji signifikansi simultan (Uji F)

Uji statistik F menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukan dalam model mempunyai pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel terikat. Uji F statistik digunakan untuk memenuhi semua pengaruh variabel independen yang diuji pada tingkat signifikan 5%

Tabel 11. Uji signifikansi simultan (Uji F)

Model	ANOVA ^a					
	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	641.025	3	213.675	9.415	.000 ^b
	Residual	2178.815	96	22.696		
	Total	2819.840	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2025

Dasar pengambilan keputusan yaitu jika F -hitung $> F$ -tabel (2.649) dan nilai $sig < 0.05$ maka dapat dikatakan variabel X berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel Y

Berdasarkan hasil uji simultan dari tabel diatas ditunjukkan bahwa F - hitung sebesar 9,415 sedangkan hasil F -tabel pada tabel distribusi dengan tingkat kesalahan 5% (0.05) adalah sebesar 2.649. Hal ini berarti F -hitung $> F$ -tabel ($9,415 > 2.649$). Pada tabel di atas juga dapat dilihat bahwa nilai $sig. 0.000 < 0.05$, karena nilai $sig.$ lebih kecil dari 0.05 maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi Kepuasan Pelanggan atau dapat dikatakan bahwa $H4 =$ Kualitas Pelayanan, Fasilitas dan Ketersediaan Produk secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal

Uji Koefisien Determinasi

Menurut Ghazali (2016:95) Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model deskriptif kuantitatif dalam menerangkan variabel dependen dan untuk mengetahui seberapa kuat hubungan variabel bebas terhadap variabel

terikat dan seberapa besar pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dapat dilihat pada nilai koefisien korelasi dan koefisien determinasi seperti pada tabel dibawah ini :

Tabel 12. Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Model Summary ^b		Std. Error of the Estimate
			Adjusted R Square		
1	.477 ^a	.633	.612		4.76403

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan koefisien determinasi (Adjusted R Square) = 0.612, artinya variabel Kualitas Pelayanan, Kinerja Pegawai dan Disiplin Kerja secara bersama-sama mempengaruhi variabel kepuasan Masyarakat sebesar 61.2% sisanya (100%-61,2%) sebesar 38.8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Dan adapun angka koefisien korelasi (R) menunjukkan nilai sebesar 0.858 yang mana > 0.5 , dan dinyatakan bahwa 0.858 mendekati angka 1 menandakan bahwa terdapat hubungan antar variabel independent dengan variabel dependen kuat

Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian persyaratan analisis klasik dasar regresi yang telah dilakukan sebelumnya memberikan hasil bahwa variabel-variabel yang terlibat di dalamnya memenuhi kualifikasi persyaratan dan asumsi klasik tersebut. Metode statistic yang dipakai dalam pembentukan hubungan antara variabel bebas dan terikat merupakan regresi linear berganda. Jika jumlah variabel bebasnya > 1 , maka analisis regresi mamakai persamaan regresi linier berganda berikut ini:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + e$$

Analisis yang dipakai yaitu analisis regresi berganda dengan bantuan software statistic IBM SPSS window 21 diperoleh hasil perhitungan yang tampak pada tabel berikut:

Tabel 13. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	22.817	4.672		4.884	.000
	X1	.350	.099	-.003	4.032	.034
	X2	.017	.090	-.038	-.418	.677
	X3	.367	.080	.484	4.597	.000

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Data yang diolah peneliti, 2024

Dari tabel di atas, diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 12,370 + 0.350 X_1 + 0.017 X_2 + 0.388 X_3$$

Persamaan di atas dijelaskan sebagai berikut:

$a = 22,817$ merupakan nilai konstanta, jika nilai X_1 , X_2 , Dan X_3 dianggap 0 maka nilai dari kepuasan Masyarakat adalah sebesar 22,817.

$\beta_1 = 0.350$ artinya variabel Kualitas Pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan Masyarakat dan apabila variabel kepuasan Pelanggan meningkat satu satuan, maka Kualitas Pelayanan akan meningkat sebesar 0.350 satuan.

$\beta_2 = 0.017$ artinya variabel Fasilitas berpengaruh Negatif terhadap kepuasan Pelanggan dan apabila variabel kepuasan Masyarakat meningkat satu satuan, maka variabel Kinerja Pegawai akan meningkat sebesar 0.017 satuan.

$\beta_3 = 0.388$ artinya variabel Ketersediaan Produk berpengaruh positif terhadap kepuasan Pelanggan dan apabila variabel kepuasan Pelanggan meningkat satu satuan, maka Ketersediaan Produk akan meningkat sebesar 0.388 satuan.

5. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Kualitas Pelayanan(X_1), Fasilitas (X_2), dan Ketersediaan Produk (X_3) Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal. Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Kualitas Pelayanan (X_1) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh nilai t-hitung $4,032 > t$ -tabel 1.971 dan nilai sig. $0.034 < 0.05$. Hal ini berarti variabel Kualitas Pelayanan (X_1) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap Kepuasan pelanggan (Y), Ditinjau dari beberapa indikator yaitu Tangibles (Bukti Fisik), Reliability (Keandalan), Keakuratan dalam penagihan, Responsiveness (Ketanggapan) dan Assurance (Jaminan).

Fasilitas (X_2) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh nilai t-hitung $0,418 < t$ -tabel 1.971 dan nilai sig. $0.677 > 0.05$. Hal ini berarti variabel Kualitas Pelayanan (X_2) mempunyai pengaruh yang Negatif dan tidak signifikan terhadap kepuasan Pelanggan (Y), Ditinjau dari beberapa indikator yaitu Fungsionalitas, estetika, kenyamanan, kelengkapan, Aksesibilitas:

Ketersediaan Produk (X_3) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) diperoleh nilai t-hitung $4,597 > t$ -tabel 1.971 dan nilai sig. $0.000 < 0.05$. Hal ini berarti variabel

Ketersediaan Produk (X3) mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan Pelanggan (Y)., Ditinjau dari beberapa indikator yaitu Ketersediaan Lokasi (Tempat/Distribusi), Ketersediaan Waktu (Timing), Ketersediaan Kuantitas (Manajemen Persediaan, Ketersediaan Informasi (Awareness of Availability) dan Ketersediaan Varian/Lini Produk (Product Assortment

Kualitas Pelayanan (X1), Fasilitas (X2), dan Ketersediaan Produk (X3) secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal dengan nilai F-hitung $> F$ -tabel (9,415 > 2.649). Pada tabel di atas juga dapat dilihat bahwa nilai sig. $0.000 < 0.05$. koefisien determinasi (Adjusted R Square) = 0.612 artinya variabel Kualitas Pelayanan, Fasilitas, dan Ketersediaan Produk secara bersama-sama mempengaruhi variabel kepuasan Masyarakat sebesar 61.2% sisanya (100%-61,2%) sebesar 38.8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini

DAFTAR REFERENSI

- Abdu, S. (2023). Analisis kualitas pelayanan rawat inap dengan menggunakan pendekatan metode SERVQUAL. *Jurnal Keperawatan Florence Nightingale*, 6(2), 52–58.
- Alifiyah, M. N., Sucipto, H., Dumadi, D., & Riono, S. B. (2023). Analisis branding, cita rasa dan segmentasi pasar terhadap peningkatan penjualan pada Kedai Seblak Mega Easy Losari. *JIM: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan Sejarah*, 8(3), 1041–1052.
- Amalia, B. I., & Sugiri, A. (2014). Ketersediaan air bersih dan perubahan iklim: Studi krisis air di Kedungkarang Kabupaten Demak. *Teknik PWK (Perencanaan Wilayah Kota)*, 3(2), 295–302.
- Ansari, A., Riono, S. B., & Indriyani, A. (2022). Analysis of economic growth, regional minimum wage, and inflation on the unemployment rate in Brebes Regency. In *Tegal International Conference on Applied Social Science & Humanities (TICASSH 2022)* (pp. 393–402). Atlantis Press.
- Aprilia, S. B., Ati, N. U., & Sekarsari, R. W. (2020). Analisis kualitas pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Kecamatan Dampit dalam menanggapi pengaduan masyarakat untuk meningkatkan kepuasan pelanggan (Studi pada Desa Pamotan, Ubalan, Dawuhan Kecamatan Dampit Kabupaten Malang). *Respon Publik*, 14(5), 1–13.
- Aprilianti, S. Z., Salsabila, Y. N., Riono, S. B., Sucipto, H., & Wahana, A. N. P. D. (2023). Pengaruh citra merek, kualitas produk, harga, serta celebrity endorser terhadap keputusan pembelian pada produk Scarlet di Yogyakarta Mall Brebes. *CiDEA Journal*, 2(2), 179–197.

- Aribowo, K., Purwanda, E., & Rahmi, A. S. (2024). Hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan dan loyalitas pasien di rumah sakit. *Jurnal Akuntansi, Manajemen Dan Ilmu Ekonomi (Jasmien)*, 5(01), 58–68.
- Ariyani, D., Riono, S. B., & Sucipto, H. (2022). Pelatihan branding equity untuk membangun brand image pada pelaku UMKM di Desa Ciawi dalam meningkatkan daya jual: Branding equity training to build brand image for MSME actors in Ciawi village in increasing selling power. *KREATIF: Jurnal Pengabdian Masyarakat Nusantara*, 2(3), 100–106.
- Azmi, S. (2019). Pengaruh promosi dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Travel Milala Tour Medan. *Universitas Pembangunan Pancabudi*.
- Bahari, T. (2020). *Sejarah Perumda Air Minum Tirta Bahari Kota Tegal*. <https://tirtabahari.co.id/pages/sejarah-perumda-air-minum-tirta-bahari-kota-tegal>
- Diantika, A. R. (2022). Pengaruh keragaman produk, ketersediaan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di Hikmah Mart Jajar Wates. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 1(2), 175–188.
- Doni, L. P., & Andi, M. A. (2025). Manajemen pelayanan yang baik dengan kepuasan pasien yang tinggi. (*Jurnal tidak disebutkan*).
- Dumadi, R. (2022). Kebijakan kepala daerah dalam pembangunan ekonomi pedesaan untuk kesejahteraan masyarakat. *Jurnal Kewarganegaraan*, 6(2).
- Sihombing, Y. A. (2022a). *Loyalitas pasien: Tinjauan aspek pelayanan, kepuasan, trust, komitmen, brand equity, dan hospital image*. Penerbit NEM.
- Sihombing, Y. A. (2022b). *Loyalitas pasien: Tinjauan aspek pelayanan, kepuasan, trust, komitmen, brand equity, dan hospital image*. Penerbit NEM.
- Subiyantoro, A., Wahyuning, S., & Lestari, O. S. S. (2022). Pengaruh fasilitas ruang tunggu terminal terhadap kepuasan konsumen Bandar Udara Matahora-Wakatobi. *Jurnal Economina*, 1(2), 311–321.
- Susetyo, D. P., Pranajaya, E., Setiawan, T., & Suryana, A. (2022). Kualitas pelayanan akademik dan citra institusi sebagai determinan kepuasan mahasiswa. *Formosa Journal of Applied Sciences*, 1(4), 473–492.
- Syaifulloh, M., & Sucipto, H. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan publik dan disiplin kerja terhadap kepuasan masyarakat. *Jurnal Ilmiah Manajemen dan Kewirausahaan*, 1(3), 387–399.
- Zendrato, O., Damanik, Y. D. P., Sinaga, E. P., & Subekti, A. (2024). Pelestarian sistem kelola air bersih yang efektif untuk mengatasi tantangan kualitas dan ketersediaan air bersih di Kelurahan Titi Papan Kecamatan Medan Deli Kota Medan. *CERMIN: Jurnal Penelitian*, 8(1), 263–272.
- Eldon, M., & Ruspinendya, B. P. (2022). Pengaruh servicescape, brand image, dan word of mouth terhadap kepuasan konsumen. *BEMJ: Business, Entrepreneurship, and Management Journal*, 1(1), 42–49.

- Hasdar, M., & Umisara, E. (2024). Garam di Desa Grinting: Peluang penggunaan tunnel dan geomembrane. *IJECS: Indonesian Journal of Empowerment and Community Services*, 5(2), 114–123.
- Hasibuan, R. (2021). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di Cafe Vanilla Panyabungan. *Jurnal Misi*, 4(3).
- Hidayat, A., & Kusnadi, D. (2020). Keberlanjutan pelayanan air bersih di Perumda Air Minum Tirta Medal Kabupaten Sumedang. *JRPA-Journal of Regional Public Administration*, 5(1), 68–78.
- Indriyani, A. (2020). Manajemen SDM dalam upaya meningkatkan mutu dan kualitas pelayanan di Ridwan Institute Cirebon. *Syntax*, 2(8), 346–362.
- Lestari, H., Putra, S. S., & Digdowiseiso, K. (2024). Pengaruh komunikasi pemasaran, inovasi produk, dan citra perusahaan terhadap loyalitas pelanggan Dua Coffee. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(2), 1043–1052.
- Mabrum, A. K., & Anwar, A. (2022). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Daerah Air Minum Tirta Ompo Kabupaten Soppeng. *JBMI (Jurnal Bisnis, Manajemen, dan Informatika)*, 19(2), 143–159.
- Mahry, H., Ma'naviyah, Y., Yulianto, A., Kristiana, A., & Indriyani, A. (2023). Analisis kualitas kemasan, persepsi harga dan citra merek terhadap loyalitas konsumen pada biskuit Oreo: Studi kasus di Toko Sarimulya Limbangan Wetan. *Journal of Management and Social Sciences*, 2(4), 302–319.
- Mirella, N. N. R., Nurlela, R., Erviana, H., & Farrel, M. H. (2022). Faktor yang mempengaruhi: Kepuasan pelanggan dan minat pembelian: Kualitas produk, dan persepsi harga (literatur review manajemen pemasaran). *Jurnal Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(1), 350–363.
- Novitasari, D. (2022). Manajemen operasi konsep dan esensi.
- Qazzafi, S. (2019). Consumer buying decision process toward products. *International Journal of Scientific Research and Engineering Development*, 2(5), 130–134.
- Rahma, F., Mustafa, R. M., Rokhayati, H., & Prihdiyanti, A. S. (2022). Analisis potensi dan kendala pada BUMDes unit usaha bidang pengelolaan air bersih serta pengaruhnya terhadap peningkatan pendapatan asli desa (PAD) dan kesejahteraan masyarakat di Desa Rempoah. In *Proceeding of Midyear International Conference* (Vol. 1).
- Rahmat, T. R., & Ardiansyah, I. A. (2021). Evaluasi penerapan Total Quality Management (TQM) dan komitmen organisasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan pada organisasi publik. *KarismaPro*, 12(2), 32–46.
- Ramadhan, F., Muhafidin, D., & Miradhia, D. (2021). Kualitas pelayanan kesehatan Puskesmas Ibun Kabupaten Bandung. *JANE-Jurnal Administrasi Negara*, 12(2), 58–63.

- Rantung, M., & Kaseger, M. (2023). Dimensi tangible dalam pelayanan di Puskesmas Papakelas Kecamatan Tondano Timur. *Jurnal Ilmu Pemerintahan Suara Khatulistiwa*, 8(1), 83–94.
- Riono, S. B., Nurizki, M., Dumadi, D., Syaifulloh, M., & Sucipto, H. (2023). Pengaruh modal usaha dan strategi pemasaran terhadap volume penjualan pada pelaku UMKM Mitra Mandiri Brebes. *Jurnal Ilmiah Ecobuss*, 11(1), 1–8.
- Satriani, D., & Kusuma, V. V. (2020). Perhitungan harga pokok produksi dan harga pokok penjualan terhadap laba penjualan. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (MEA)*, 4(2), 438–453.
- Septadiana, A., & Suprihadi, H. (2024). Pengaruh harga, kualitas layanan, dan promosi terhadap keputusan pembelian pada Bandeng Juwana Tidar Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 13(9).