JUMABI Vol 6, (5), 2026, 359 - 363

JURNAL ADMINISTRASI BISNIS

E-ISSN: 2775 - 2615

Available online at:http://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI

Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan pelanggan Pada Perumda Tirta Patriot Kota Bekasi (PDAM)

Nia Amelia Laras[1], Trie Andari Ratna Widyastuti[2]
Program Studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Administrasi Institut
Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI, Jakarta Indonesia
Email: niaamelialaras@gmail.com[1] , audra_ran@yahoo.co.id[2],

Abstract.
This study aims to: 1) Analyze and describe the effect of product quality on customer satisfaction at Perumda Tirta Patriot, Bekasi City. 2) Analyze and describe the effect of service quality on customer satisfaction at Perumda Tirta Patriot, Bekasi City. 3) Analyze and describe the simultaneous effect of product quality and service quality on customer satisfaction at Perumda Tirta Patriot, Bekasi City. This research is quantitative, employing descriptive and associative research methods. The population was 30,389 customers at Perumda Tirta Patriot, Bekasi City. The sampling technique used in this study was probability sampling with simple random sampling, with a sample of 100 employees. The results of this study: 1) There is a positive and significant effect of Product Quality on Customer Satisfaction. 2) There is a positive and significant effect of Service Quality on Customer Satisfaction. 3) There is a simultaneous positive and significant influence between Product Quality and Service Quality on Customer Satisfaction.
Keywords: Produk Quality, Service Quality, Customer Satisfaction

Cronicle of Article:Received (11,10,2026); Revised (15,10,2026); and Published (28,10,2026)

©2026 Jurnal Administrasi Bisnis & Entrepreneurship, Program Studi Adminitrasi Bisnis Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI

Profile and corresponding author : Nia Amelia Laras adalah Alumni Program Studi Administrasi Bisnis, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Jl. Pangkalan Asem Raya No. 55 Cempaka Putih Kota Jakarta Pusat 10530, *Corresponding Author*, audra_ran@yahoo.co.id[2] ,

How to cite this article : Laras Amelia N, Widyastuti R Trie Andari, "Pengaruh Kualitas Produk Dan kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perumda Tirta Patriot Kota Bekasi (PDAM)". *adbispreneur* 6 (5),pp. 359 - 363 . Available at:https://ojs.stiami.ac.id/index.php/JUMABI

Pendahuluan

Pemasaran atau marketing mempunyai peranan yang sangat penting bagi semua usaha. Karena pemasaran atau marketing mempunyai kedudukan sebagai penghubung antara perusahaan pembuat produk/penyedia jasa dengan masyarakat sebagai pemakai produk/jasa. Maka dari itu, perusahaan selalu memberikan perhatian yang maksimal terhadap hal ini agar tujuan dan cita-cita perusahaan bisa tercapai dengan optimal. Pemasaran atau marketing memang mempunyai peranan yang sangat penting dalam kegiatan usaha, karena merupakan proses kegiatan atau usaha yang menghubungkan antara perusahaan atau produsen dengan konsumen sebagai pemakai produk. Dengan memberikan perhatian maksimal terhadap marketing atau pemasaran, kepuasan perusahaan dan konsumen akan bisa tercapai dengan optimal.

Air bersih merupakan kebutuhan dasar yang sangat penting bagi kehidupan manusia dan menjadi faktor utama dalam menjaga kesehatan serta keberlangsungan aktivitas sosial dan ekonomi masyarakat. Perumda Tirta Patriot Kota Bekasi (PDAM) sebagai perusahaan daerah penyedia air minum memiliki peran strategis dalam memenuhi kebutuhan tersebut. Hingga saat ini, Perumda Tirta Patriot Kota Bekasi telah melayani sebanyak 30.398

pelanggan, yang menunjukkan besarnya ketergantunga masyarakat terhadap layanan air bersih yang disediakan.

Berdasarkan hasil uji parameter fisika kualitas air, diketahui bahwa air yang didistribusikan oleh PDAM telah memenuhi baku mutu yang ditetapkan. Air tidak berbau dan tidak berasa, dengan tingkat kekeruhan sebesar 0,66 NTU (di bawah ambang batas 5 NTU), suhu air sebesar 28,9°C yang masih berada dalam rentang suhu udara ±3°C, warna air sebesar 1 TCU (di bawah batas maksimum 15 TCU), serta nilai zat padat terlarut (TDS) sebesar 206 mg/L yang masih memenuhi standar 500 mg/L. Hal ini menunjukkan bahwa secara fisik kualitas produk air PDAM tergolong layak untuk digunakan oleh konsumen.

Meskipun kualitas produk air telah memenuhi standar, kepuasan pelanggan tidak hanya ditentukan oleh kualitas produk semata, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan yang diberikan. Aspek pelayanan seperti ketepatan distribusi air, kemudahan administrasi, kecepatan penanganan keluhan, serta sikap petugas menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi dan pengalaman pelanggan terhadap layanan PDAM.

Kepuasan pelanggan memiliki peranan yang sangat penting bagi keberlangsungan PDAM. Pelanggan yang puas cenderung akan tetap menggunakan layanan, meningkatkan loyalitas, serta merekomendasikan PDAM kepada pihak lain. Sebaliknya, pelanggan yang tidak puas berpotensi beralih ke sumber air alternatif dan dapat menurunkan citra serta kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk mengkaji pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Perumda Tirta Patriot Kota Bekasi (PDAM). Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan dasar perumusan strategi bagi perusahaan dalam meningkatkan kinerja pelayanan serta kepuasan pelanggan secara berkelanjutan.

LITERATUR REVIUW.

1. **Kualitas Produk**

   Menurut (Kotler & Amstrong, 2012:283) dalam (Herlambang & Komara, 2021) kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk menampilkan fungsinya, antara lain daya tahan secara keseluruhan durabilitas, reliabilitas, ketepatan, kemudahan pengoperasian, perawatan produk dan atribut produk lainnya.

   Ely Ariwati (2020:164) Menyatakan bahwa kualitas produk adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang memiliki kemampuan untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan maupun implisit. Hal ini berarti fitur produk yang ditawarkan juga menentukan mutu yang nantinya mempengaruhi kepuasan konsumen.

2. **Kualitas Pelayanan**

   Menurut (Kotler, P., & Armstrong, 2012) dalam (Anggarawati, 2021) layanan mengacu pada perilaku atau aktivitas apa pun yang dapat diberikan satu pihak lainnya. Pada dasarnya, layanan tidak berwujud dan tidak mengarah pada kepemilikan apapun.

   Menurut (Saputra et al., 2020) kualitas pelayanan adalah suatu tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dapat diartikan juga bahwa kualitas pelayanan sebagai landasan utama untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan. Dalam sebuah perusahaan, terutama perusahaan yang bergerak di bidang jasa, kualitas pelayanan menjadi hal yang sangat penting untuk dikuasai.

3. **Kepuasan Pelanggan**

   Menurut Nugroho dalam (Setyo, 2019), menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan merupakan salah satu elemen penting dalam peningkatan kinerja pemasaran dalam suatu perusahaan. Kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan dapat meningkatkan intensitas membeli dari pelanggan tersebut. Dengan terciptanya tingkat kepuasan pelanggan yang optimal maka mendorong terciptanya loyalitas di benak pelanggan yang merasa puas tadi.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dirancang dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif dan asosiatif. Penelitian deskriptif digunakan untuk menggambarkan kondisi kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan pada Perumda Tirta Patriot Kota Bekasi (PDAM), sedangkan penelitian asosiatif

digunakan untuk mengetahui hubungan dan pengaruh antara variabel independen terhadap variabel dependen dalam penelitian ini.

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei dengan cara mengumpulkan data melalui instrumen penelitian berupa kuesioner yang disebarkan kepada pelanggan Perumda Tirta Patriot Kota Bekasi (PDAM). Data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kemudian diolah dan dianalisis menggunakan program SPSS versi 27 untuk mengetahui pengaruh kualitas produk dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Metode ini digunakan untuk menguji pengaruh dua variabel bebas terhadap satu variabel terikat. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari kualitas produk (X1) dan kualitas pelayanan (X2) sebagai variabel independen, serta kepuasan pelanggan (Y) sebagai variabel dependen.

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% sehingga diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden yang dijadikan sebagai responden penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Pelanggan

Dalam penelitian ini, Kualitas Produk mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan nilai thitung sebesar 2.461 dan ttabel sebesar 1.983, sehingga 2.461 > 1.983 dengan nilai signifikansi sebesar 0,016 (0,016 < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh secara nyata terhadap kepuasan pelanggan Perumda Tirta Patriot Kota Bekasi (PDAM).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riska et al. (2024) dan Intan Rurieta Anggarawati (2024) yang menyatakan bahwa kualitas produk memiliki peran penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Dalam penelitian ini, Kualitas Pelayanan mempunyai pengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan nilai thitung sebesar 4.486 dan ttabel sebesar 1.983, sehingga 4.486 > 1.983 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000 (0,000 < 0,05). Hal ini menunjukkan bahwa H0 ditolak dan Ha diterima. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan Perumda Tirta Patriot Kota Bekasi (PDAM).

Hasil penelitian ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Riska, Wulan, dan Nizam (2024) serta Intan Rurieta Anggarawati (2024) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan merupakan faktor dominan dalam meningkatkan kepuasan pelanggan.

3. Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Dalam penelitian ini, secara simultan Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, dengan nilai fhitung sebesar 15.630 dan ftabel sebesar 2.70, sehingga 15.630 > 2.70 dengan nilai signifikansi 0,000 (0,000 < 0,05). Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel tersebut secara bersama-sama memengaruhi kepuasan pelanggan.

Nilai R Square sebesar 0,244 menunjukkan bahwa kualitas produk dan kualitas pelayanan memberikan kontribusi sebesar 24,4% terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 75,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar model penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan pada bab hasil analisa dan pembahasan, penulis akan menarik kesimpulan dari hasil penelitian atau penulisan skripsi ini. Adapun kesimpulan dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Produk (X1) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini dibuktikan melalui nilai thitung sebesar 2.461 > ttabel 1.983 dengan signifikansi 0,016 < 0,05,

sehingga Kualitas Produk terbukti berperan dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan.
2. Terdapat pengaruh positif dan signifikan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hal ini ditunjukkan dengan nilai thitung sebesar 4.486 > ttabel 1.983 serta signifikansi 0,000 < 0,05, yang berarti Kualitas Pelayanan menjadi faktor dominan dalam meningkatkan Kepuasan Pelanggan.
3. Terdapat pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara Kualitas Produk (X1) dan Kualitas Pelayanan (X2) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y). Hasil ini dibuktikan melalui nilai fhitung sebesar 15.630 > ftabel 2.70 dengan signifikansi 0,000 < 0,05. Kedua variabel memberikan kontribusi sebesar 24,4% terhadap Kepuasan Pelanggan, sementara 75,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang menunjukkan bahwa Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan, maka penulis memberikan beberapa saran yang dapat dijadikan bahan pertimbangan bagi Perumda Tirta Patriot Kota Bekasi (PDAM), sebagai berikut:

1. PERUMDA Tirta Patriot Kota Bekasi perlu meningkatkan kualitas produk air bersih yang didistribusikan, khususnya pada aspek konsistensi standar kualitas, kejernihan, serta kestabilan aliran. Upaya perbaikan ini penting dilakukan untuk menjaga kepercayaan pelanggan serta memastikan kualitas produk yang diterima selalu sesuai dengan harapan dan kebutuhan masyarakat.
2. Peningkatan kualitas pelayanan juga harus menjadi prioritas, terutama dalam hal kecepatan respon, kemudahan akses pelayanan, profesionalitas petugas, serta efektivitas penanganan keluhan. Pelayanan yang ramah, cepat, dan tepat akan semakin memperkuat kepuasan pelanggan terhadap layanan PDAM.
3. Karena kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh faktor lain di luar kualitas produk dan kualitas pelayanan, PDAM disarankan untuk melakukan evaluasi menyeluruh terhadap aspek tambahan seperti tarif, kemudahan pembayaran, transparansi informasi, serta pengembangan sistem pelayanan berbasis teknologi. Optimalisasi faktor-faktor tersebut akan membantu meningkatkan kepuasan pelanggan secara lebih komprehensif dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

Anggarawati, I. R. (2021). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan PDAM Tirta Marta Yogyakarta. Jurnal Indonesia Sosial Sains, 2(1).

Ariwati, E. (2020). Manajemen kualitas produk dan kepuasan konsumen. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.

Ci, M. (2023). Kualitas produk dan indikator pengukurannya. Jakarta: Deepublish.

Fadhli, F., & Pratiwi, P. (2021). Kepuasan konsumen dan ukurannya dalam pemasaran. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Herlambang, A. S., & Komara, E. (2021). Pengaruh kualitas produk, kualitas pelayanan, dan kualitas promosi terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada Starbucks Coffee Reserve Plaza Senayan). Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Perbankan, 7(2). https://doi.org/10.35384/jemp.v7i2.255

Riyanto, R., & Tunjungsari, T. (2020). Kepuasan pelanggan: Teori dan penerapan dalam pemasaran. Bandung: Alfabeta.

Saputra, D. H., Sutiksno, D. U., Kusuma, A. H. P., & Romindo. (2020). Digital marketing: Komunikasi bisnis menjadi lebih mudah. Medan: Yayasan Kita Menulis.

Setyo, A. (2019). Strategi pemasaran dan kepuasan pelanggan. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.

Tjiptono, F. (2021). Pemasaran jasa: Prinsip, penerapan, dan penelitian. Yogyakarta: CV Andi Offset.