

**EFEK MODERASI LAMA BERLANGGANAN PADA HUBUNGAN ANTARA KUALITAS
PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN**

Liana Dewi¹,

Willy Muhammad Fauzi²,

Putri Mutiara Rakista³,

Dadih Abdul Hadi⁴

Danial Kusumah⁵

Universitas Mayasari Bakti

[lianadewi73@gmail.com*](mailto:lianadewi73@gmail.com)

naskah masuk: Oktober 2024, naskah diterbitkan: Desember 2024

Abstrak:

Efek moderasi lama berlangganan pada hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan menjadi tolak ukur kemampuan suatu Lembaga dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Kepuasan pelanggan bagi Perusahaan air minum merupakan hal yang diperjuangkan. Pemerataan pelayanan merupakan salah satu hal yang mampu memberikan sumbangsih terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan dimoderasi oleh lama berlangganan. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan Perumda Air Minum Tirta Sukapura Kabupaten Tasikmalaya. Jumlah sampel ditentukan sesuai dengan model *Kjercie dan Morgan*. Sampel ditentukan dengan Teknik *proportionate random sampling* dimana jumlah sampel setiap daerah disesuaikan dengan jumlah populasinya. Hasil pengujian menunjukkan adanya hubungan yang erat antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Lama berlangganan tidak dapat memoderasi hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Lama Berlangganan, Moderasi, *Kjercie & Morgan*.

Abstract:

*The moderating effect of subscription length on the relationship between service quality and customer satisfaction. Customer satisfaction is a benchmark for an institution's ability to provide services to the community. Customer satisfaction for drinking water companies is something they strive for. Equal distribution of services is one of the things that can contribute to customer satisfaction. This research aims to examine the relationship between service quality and customer satisfaction, moderated by length of subscription. The population in this study were customers of Perumda Air Minum Tirta Sukapura, Tasikmalaya Regency. The sample size was determined according to the *Kjercie and Morgan* model. The sample was determined using proportionate random sampling technique where the number of samples for each region was adjusted to the population size. The test results show that there is a close relationship between service quality*

and customer satisfaction. Length of subscription cannot moderate the relationship between service quality and customer satisfaction.

Keywords: *Service Quality; Customer Satisfaction; Length of Subscription; Moderation; Kjerchie & Morgan.*

PENDAHULUAN

Air bersih termasuk kebutuhan pokok bagi keberlangsungan hidup manusia selama berabad-abad lamanya. Semakin luas ketercukupan jumlah air bersih dalam suatu daerah menjadi indikator pencapaian tingkat kebersihan di wilayah tersebut. Artinya semakin banyak air bersih yang terdistribusi pada suatu wilayah maka akan semakin meningkat pula kualitas Kesehatan masyarakatnya (Rainer, 2023).

Distribusi air bersih menjadi konsentrasi bukan hanya bagi pihak swasta namun juga pemerintah. Guna menjamin ketersediaan dan penyebaran air bersih bagi masyarakat, pemerintah melegalkan aturannya dalam peraturan pemerintah No. 16 tahun 2005 (Rainer, 2023). Pemerintah daerah membentuk perusahaan air minum khusus untuk menangani penyediaan air bersih. Di Indonesia, penyebaran dan distribusi air bersih masih belum merata (Rainer, 2023). Meskipun pulau Jawa merupakan pulau dengan ketersediaan air bersih yang paling baik di Indonesia namun masih terdapat kendala lainnya terkait pelayanan

perusahaan daerah air minum (Affandi et al., 2017; Khairil & Syafutra, 2021; Yuliarmi & Riyasa, 2007).

Kualitas pelayanan merupakan hal yang sangat penting dalam bisnis apapun. Pelayanan dapat menjadi salah satu penentu keberlangsungan perusahaan (Anggarawati, 2021). Ketika perusahaan berusaha memberikan kualitas yang tinggi dalam pelayanan kepada konsumen maka nama baik perusahaan akan semakin luas sehingga laba akan mudah untuk dicapai.

Kualitas pelayanan akan berpengaruh besar terhadap kepuasan pelanggan. Hubungan keduanya bersifat searah. Ketika kualitas pelayanan yang diberikan baik, maka pelanggan akan semakin puas. Penelitian-penelitian sebelumnya menemukan bahwa kualitas pelayanan bersinergi dengan kepuasan pelanggan (Anggarawati, 2021; Anggraeni et al., 2016; Haryanto & Sitio, 2020; Kuntari et al., 2016). Selain hasil penelitian tersebut, terdapat penelitian sebelumnya yang menyatakan kualitas pelayanan sedikit berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Kuntari et al., 2016).

Perbedaan hasil penelitian-penelitian sebelumnya mendorong untuk dilakukan Kembali penelitian terkait kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dengan objek penelitian pengguna layanan air bersih dari perusahaan daerah air minum di Kawasan Tasikmalaya, Jawa Barat. Penelitian ini bertujuan menganalisa hubungan antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan yang dimoderasi oleh lamanya berlangganan. Pada penelitian sebelumnya hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan tidak dapat dimoderasi oleh pemasaran relasional (Novitasari & Widyawati, 2022). Pada penelitian lainnya biaya perpindahan mampu memoderasi hubungan antara kepuasan konsumen dengan tingkat loyalitasnya (Yaqin & Darmmesta, 2018). Penelitian ini memberikan inovasi dalam hal uji kemampuan moderasi lama berlangganan. Lamanya konsumen berlangganan dapat menggambarkan tingkat kepuasan pelanggan. Namun untuk kasus perusahaan daerah air minum ini tentunya banyak alasan yang perlu dipertimbangkan sehingga pelanggan memutuskan untuk berlangganan dalam waktu yang relatif lama.

KAJIAN LITERATUR

Kualitas Pelayanan

Pelanggan pada umumnya sangat menyukai layanan yang baik dan paripurna saat mengonsumsi suatu produk atau jasa. Pelayanan dikatakan berkualitas jika jasa layanan yang diberikan suatu entitas bisnis sesuai dengan ekspektasi pelanggan atau bahkan lebih baik (Anggarawati, 2021; Novitasari & Widyawati, 2022). Kualitas pelayanan yang baik mampu untuk menjamin keberlangsungan usaha suatu entitas bisnis (Hayani, 2021; Kuntari et al., 2016; Ramadhaniati et al., 2020). Keberlangsungan bisnis merupakan hal yang harus dijaga melalui banyak cara diantaranya melalui pencapaian angka penjualan produk atau jasa. Penjualan produk atau jasa sangat dipengaruhi oleh kualitas pelayanan itu sendiri. Konsumen lebih banyak mempertimbangkan pemilihan produk atau jasa berdasarkan kualitas produk dan kualitas layanannya.

Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan berpengaruh besar terhadap keberlangsungan perusahaan. Pembelian atau penggunaan jasa yang terus menerus dilakukan oleh konsumen terhadap suatu produk atau jasa didasarkan salah

satunya oleh kepuasan yang dirasakan saat mengonsumsi produk atau jasa tertentu (Anggraeni et al., 2016; IrawanLubis et al., 2023; Yuliarmi & Riyasa, 2007). Kepuasan pelanggan dirasakan dalam jangka waktu yang relatif pendek sehingga diperlukan usaha dari entitas bisnis untuk tetap mempertahankan kepuasan pelanggannya (Rahmandika et al., 2020).

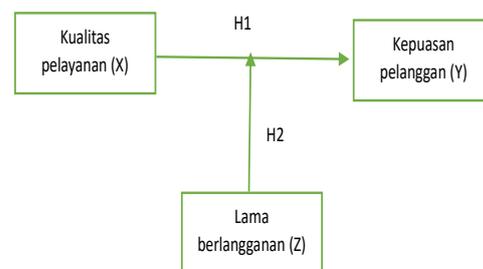
Lama Berlangganan sebagai Pemoderasi

Lama berlangganan menunjukkan tingkat kesetiaan konsumen dalam mengonsumsi suatu produk atau jasa (Novitasari & Widyawati, 2022). Lama berlangganan juga bisa disebabkan oleh faktor pendukung lainnya seperti monopoli produk atau jasa, kualitas produk atau layanan yang tinggi, dan lainnya. Pada penelitian sebelumnya telah diuji kemampuan variable pemoderasi pada hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen. Hasil penelitian sebelumnya menyatakan hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan tidak dapat dimoderasi oleh pemasaran relasional (Novitasari & Widyawati, 2022). Sementara itu pada penelitian lainnya biaya perpindahan mampu memoderasi hubungan antara kepuasan konsumen dengan tingkat

loyalitasnya (Yaqin & Darmmesta, 2018). Pada penelitian ini akan diuji kemampuan lama berlangganan sebagai pemoderasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

Hipotesis

Model penelitian disajikan pada Gambar 1.



Gambar 1. Model Penelitian

Berdasarkan penjelasan sebelumnya dan model penelitian pada Gambar 1, hipotesis dalam penelitian ini diantaranya,

H1 : Kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.

H2 : Lama berlangganan mampu memoderasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif jenis kausal yang bertujuan untuk menguji hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang dimoderasi oleh variabel lama berlangganan (Suliyanto, 2011). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan Perumda Air Minum Tirta Sukapura Kabupaten Tasikmalaya berjumlah 49.080 sambungan langganan. Jumlah sampel pada penelitian ini 381 pelanggan dalam kategori rumah tangga (R1, R2 dan R3). Jumlah sampel ditentukan dengan model Kjerchie dan Morgan sesuai aturan yang berlaku bagi pelaksanaan survei kepuasan pelanggan bagi Perusahaan daerah atau Lembaga pemerintahan (MenpanRB, 2017). Sampel diambil dengan teknik *proportionate stratified random sampling* dimana jumlah sampel disesuaikan dengan jumlah populasi pengguna setiap wilayah layanan.

Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data primer yang dikolektifkan melalui kuisisioner. Kuisisioner disebar oleh tim survei langsung kepada pelanggan secara langsung. Kuisisioner diukur dengan menggunakan skala 1 sampai dengan 4. Data diolah dengan Smartpls 4.0, oleh karenanya perlu dilakukan uji validitas

dan reliabilitas sebelum dilakukan pengujian dengan model analisis *structural equation model*. Uji validitas terdiri dari validitas diskriminan dan validitas konvergen. Validitas diskriminan ditandai dengan nilai korelasi hubungan antar konstruk yang sama lebih dari 0,70. Validitas konvergen ditandai dengan nilai *average variance extracted* (AVE) konstruk lebih dari 0,5. Data dikatakan reliabel jika cronbach's alpha lebih dari sama dengan 0,70. Jika data telah dinyatakan valid dan reliabel maka proses selanjutnya adalah melakukan analisis *structural equation model*. Hasil uji hipotesis ditetapkan sebagai berikut,

Jika $p\text{-value} \leq 0,05$, maka H1 diterima H0 ditolak.

Jika $p\text{-value} \geq 0,05$, maka H1 ditolak H0 diterima.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Penelitian ini menguji hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) yang dimoderasi oleh variabel lama berlangganan (Z). Data-data hasil survei terhadap 381 pelanggan kategori rumah tangga diolah

dengan menggunakan *smartpls 4.0*. Uji validitas dan reliabilitas dilakukan sebelum dilaksanakan analisis SEM. Hasil uji validitas konvergen disajikan pada Tabel 1.

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Konvergen

	Average variance extracted (AVE)
Kualitas Pelayanan (X)	0.644

Data penelitian dikatakan valid jika nilai AVE berada pada angka $\geq 0,50$. Data pada penelitian ini memiliki AVE 0,644 sehingga kaidah validitas konvergen tercapai. Selain validitas konvergen, perlu diuji pula validitas diskriminan guna memastikan tidak adanya hubungan unidimensional antar konstruk. Hasil uji validitas determinan disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Diskriminan

	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kualitas Pelayanan (X)	Lama Berlangganan (Z)
Kepuasan Pelanggan (Y)	1.000		
Kualitas Pelayanan (X)	0.698	0.802	
Lama Berlangganan (Z)	-0.080	-0.052	1.000

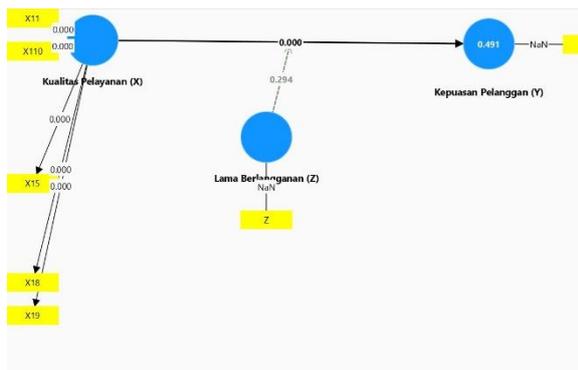
Data dikatakan valid jika nilai korelasi antara konstruk yang sama $\geq 0,70$ atau lebih tinggi dibandingkan nilai korelasi antar konstruk. Validitas diskriminan memberikan gambaran kesesuaian antara indikator dengan konstraknya. Pada data penelitian ini, nilai korelasi pada variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan variabel kepuasan pelanggan (Y) adalah 1, sementara nilai korelasi antara variabel kepuasan pelanggan (Y) dengan variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel lama berlangganan (Z) lebih kecil. Nilai korelasi variabel kualitas pelayanan (X) dan kualitas pelayanan (X) adalah 0,802 sedangkan nilai korelasi antara variabel pelayanan (X) dan variabel lama berlangganan (Z) lebih kecil. Nilai korelasi antara variabel lama berlangganan (Z) dengan variabel lama berlangganan (Z) adalah 1. Tabel 2 menunjukkan bahwa secara diskriminan data dinyatakan valid.

Hasil uji reliabilitas disajikan pada Tabel 3.

Tabel 3. Hasil Uji Reliabilitas

	Cronbach's alpha
Kualitas Pelayanan (X)	0.861

Data penelitian dinyatakan reliabel jika nilai cronbach's alpha $\geq 0,70$. Data pada Tabel 3 menunjukkan angka cronbach's alpha 0,861 artinya data penelitian reliabel. Variabel-variabel penelitian dalam *smartpls 4.0* disajikan pada Gambar 2.



Gambar 2. Model Penelitian dalam *Smartpls 4.0*

4.0

Pengujian hipotesis dilakukan dengan menggunakan *smartpls 4.0*. Hasil uji hipotesis disajikan pada Tabel 4.

Tabel 4. Hasil Uji Hipotesis

	P values
Kualitas Pelayanan (X) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	0.000
Lama Berlangganan (Z) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	0.242
Lama Berlangganan (Z) x Kualitas Pelayanan (X) -> Kepuasan Pelanggan (Y)	0.294

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis pada Tabel 4 hubungan antara kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) berada pada angka 0,000. H1 diterima jika *p-value* bernilai ≤ 0.05 , berdasarkan kriteria tersebut maka H1 diterima. Kualitas pelayanan (X) berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Kuatnya hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel kepuasan pelanggan (Y) disajikan pada Tabel 5.

Tabel 5. Nilai *R-Square*

	R-square	R-square adjusted
Kepuasan Pelanggan (Y)	0.491	0.487

Berdasarkan data pada Tabel 5 dapat disimpulkan bahwa variabel kepuasan pelanggan (Y) dipengaruhi oleh kualitas pelayanan (X) sebesar 49%, sisanya

dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Hipotesis ke dua mengukur kemampuan lama berlangganan (Z) dalam memoderasi hubungan antara kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan data pada Tabel 4, nilai *p-value* variabel lama berlangganan (Z) dalam memoderasi hubungan antara variabel kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) adalah 0,294. Nilai *p-value* pemoderasi berdasarkan Tabel 4 $\geq 0,05$ sehingga H2 ditolak.

Pembahasan

Berdasarkan hasil uji data penelitian yang telah dilaksanakan kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh sebagian besarnya oleh kualitas pelayanan. Kualitas pelayanan diukur berdasarkan pada kecepatan dan ketepatan Perumda Air Minum Kabupaten Tasikmalaya dalam memberikan pelayanan terhadap pelanggan. Faktor lain yang mempengaruhi kepuasan diantaranya adalah kemudahan dalam memperoleh informasi seputar pelayanan terhadap pelanggan Perumda Air Minum Kabupaten Tasikmalaya. Selama ini penilaian pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan Perumda Air Minum Kabupaten Tasikmalaya cukup baik.

Hasil uji kemampuan lama berlangganan dalam memoderasi hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan tidak tercapai. Lama berlangganan tidak mampu untuk meningkatkan atau mengurangi nilai korelasi antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Lama berlangganan tidak dapat menjadi jaminan peningkatan kepuasan pelanggan. Pada kasus ini, lama berlangganan pada sampel yang diambil rata-rata lamanya adalah 3 tahun sehingga memberikan kontribusi terhadap kemampuan memoderasi.

SIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menyatakan hubungan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah positif signifikan. Kepuasan pelayanan dipengaruhi 49% oleh kualitas pelayanan. Lama berlangganan dalam penelitian ini tidak mampu memoderasi hubungan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil penelitian dapat disepakati bahwa untuk meningkatkan kepuasan pelanggan maka Perumda Air Minum Kabupaten Tasikmalaya perlu berkonsentrasi dalam meningkatkan kualitas pelayanan dari berbagai segi. Lama berlangganan belum mampu memberikan

kontribusi dalam peningkatan kepuasan pelanggan. Pada kenyataannya lamanya berlangganan ditentukan oleh banyak faktor sehingga pelanggan yang sudah lama berlangganan puas dengan pelayanan yang diberikan.

Penelitian ini hanya mengukur pendorong kepuasan pelanggan dari faktor kualitas pelayanan. Oleh karenanya diperlukan penelitian yang lebih lanjut mengenai faktor pendukung ketercapaian kepuasan pelanggan. Penelitian serupa dapat dilanjutkan dengan menambah periode penelitian sehingga dapat memberikan hasil yang lebih kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

- Affandi, H., Zaki, M., & Azmeri. (2017). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (Pdam) Tirta Mon Pase Kabupaten Aceh Utara. *Teknik Sipil Universitas Syiah Kuala*, 6(3), 297–308.
<https://jurnal.unsyiah.ac.id/JTS/article/view/9845>
<http://jurnal.unsyiah.ac.id/JTS/article/view/9845>
- 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), 40–49.
<https://doi.org/10.36418/jiss.v2i1.146>
- Anggraeni, D. P., Kumadji, S., & Sunarti. (2016). Pengaruh Kualitas Produk terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Nasi Rawon di Rumah Makan Sakinah Kota Pasuruan). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 37(1), 171–177.
<http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/viewFile/1445/1824>
- Haryanto, R., & Sitio, A. (2020). Effect of Price and Service Quality on Customer Satisfaction and Its Implications on Customer Loyalty PT. XYZ. *Indikator: Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 4(2), 115.
<https://doi.org/10.22441/indikator.v4i2.10005>
- Hayani, H. (2021). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Kedai Kaizar Lahat. *Jurnal Gentiaras Manajemen Dan Akuntansi*, 13(2), 85–94.
- IrawanLubis, M. F., Aslami, N., & Tambunan, K. (2023). Pengaruh Harga, Pelayanan Dan Customer Experience Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Cafe Pascho Pematangsiantar. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (JIMEA)*, 7(2), 872–882.
<https://doi.org/10.31955/mea.v7i2.3074>
- Khairil, & Syafutra, A. D. (2021). Penilaian Kepuasan Pelanggan Dengan Aplikasi Survei Pada Pdam Kota Bengkulu. *Jurnal Teknosia*, 1(1), 16–21.
<https://doi.org/10.33369/teknosia.v1i1.15542>
- Kuntari, B. D., Kumadji, S., & Hidayat, K. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Survei pada Pelanggan Bengkel PT. Astra Internasional, Tbk.-

- Daihatsu Malang). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 36(1), 196–202.
- MenpanRB, 14 PermenpanRB Nomor 14 Tahun 2017 (2017). [https://doi.org/10.1016/0014-4827\(75\)90518-2](https://doi.org/10.1016/0014-4827(75)90518-2)
- Novitasari, R., & Widyawati, N. (2022). Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan dengan Pemasaran Relasional sebagai Variabel Moderasi pada PT. Jameson Freight Semesta Surabaya. *Stiamak*, 2. http://repositori.stiamak.ac.id/id/eprint/341/19/JURNAL_RANI_NOVITASARI_18110081.pdf
- Rahmandika, Y. F., Listyowati, & Purwanto, H. (2020). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen. *EKOBIS: Jurnal Ilmu Manajemen Dan Akuntansi*, 8(1), 65–74. <https://doi.org/10.52657/jiem.v13i1.1730>
- Rainer, P. (2023). *Penyaluran Air Bersih Indonesia masih Kurang, Ini Datanya*. Goodstats.Id. Rainer, P. (2023). *Penyaluran Air Bersih Indonesia masih Kurang, Ini Datanya*. Goodstats.Id.
- Ramadhaniati, S., Susanti, E., Wiwaha, A., & Tyas, I. W. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Harga terhadap Kepuasan Pelanggan. *International Journal of Digital Entrepreneurship and Business (IDEB)*, 1(1), 1–10. <https://ejournal.jic.ac.id/ideb/>
- Suliyanto. (2011). *Ekonometrika Terapan: Teori & Aplikasi dengan SPSS*. Andi Publisher.
- Yaqin, A., & Darmmesta, B. S. (2018). *Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Konsumen dan Peran Moderasi Biaya*
- Perpindahan Merek pada Loyalitas Konsumen Indihome Telkom. Universitas Gadjah Mada.
- Yuliarmi, N. N., & Riyasa, P. (2007). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan terhadap Pelayanan PDAM Kota Denpasar. *Buletin Studi Ekonomi*, 12(1).