ProBisnis : Jurnal Manajemen, 17 (5) (2026) pp. 3012-3021

Published by: Lembaga Riset, Publikasi, dan Konsultasi Jonhariono

ProBisnis : Jurnal Manajemen

Journal homepage: www.jonhariono.org/index.php/ProBisnis

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Pada Perumda Air Minum Tirta Umbu Nias

Julfan Yasiduhu Waruwu[1], Jeliswan Berkat Iman Jaya Gea[2], Yupiter Mendrofa[3], Martha Surya Dinata Mendrofa[4]

[1,2,3,4] Manajemen, Universitas Nias, Indonesia

ARTICLE INFO

Article history:

Received Sep 15, 2026
Revised Sep 30, 2026
Accepted Oct 20, 2026

Kata kunci:

Faktor-faktor
Loyalitas Konsumen
PERUMDA Air Minum
Tirta Umbu Nias

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas konsumen pada PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias, mengidentifikasi kendala yang dihadapi konsumen, serta mengetahui upaya yang dilakukan perusahaan dalam meningkatkan loyalitas konsumen. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Informan penelitian berjumlah tujuh orang, terdiri atas satu informan kunci, satu informan utama, dan lima informan pendukung yang merupakan pelanggan.Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas konsumen berkaitan dengan pengalaman dalam menggunakan layanan. Faktor yang paling banyak muncul adalah kelancaran dan ketersediaan distribusi air, kualitas air, kualitas pelayanan, kecepatan penanganan keluhan, kepuasan, dan kepercayaan konsumen. Kendala yang ditemukan meliputi tekanan air rendah, air tidak mengalir, distribusi tidak stabil, kebocoran dan kondisi pipa yang sudah tua, keterbatasan tenaga teknis dan anggaran, serta penanganan gangguan yang belum selalu cepat. Upaya perusahaan meliputi pemeliharaan jaringan, penggantian pipa, percepatan pengaduan, peningkatan kompetensi pegawai, penyampaian informasi gangguan, evaluasi kepuasan, dan pengembangan pelayanan berbasis teknologi.

This is an open access article under the CC BY-NC license.

Corresponding Author:

Julfan Yasiduhu Waruwu,
Manajemen,
Universitas Nias, Jl. Karet No. 30, Kelurahan Ilir, Kecamatan Gunungsitoli, Kota Gunungsitoli, Sumatra Utara
Email: julfanwaruwu589@gmail.com

1. PENDAHULUAN

Air minum merupakan salah satu kebutuhan penting bagi masyarakat dalam menjalankan kehidupan sehari-hari. Kebutuhan terhadap air minum menyebabkan masyarakat membutuhkan layanan yang mampu menyediakan dan menyalurkan air secara memadai dan berkelanjutan. Dalam memperoleh layanan air minum, konsumen tidak hanya memperhatikan ketersediaan air, tetapi juga memperhatikan kualitas air dan pelayanan yang diberikan oleh penyedia layanan. Oleh karena itu, penyedia layanan air minum perlu memperhatikan kebutuhan dan harapan konsumen agar pelayanan yang diberikan dapat diterima dengan baik.

Pelayanan air minum merupakan salah satu bentuk pelayanan yang berhubungan langsung dengan masyarakat. Pelayanan tersebut tidak hanya berkaitan dengan penyediaan dan pendistribusian air, tetapi juga mencakup pelayanan kepada konsumen dalam hal pembayaran, penyampaian informasi, penanganan keluhan, serta penyelesaian gangguan pelayanan. Konsumen sebagai pengguna layanan akan memperoleh pengalaman selama menggunakan layanan tersebut.

Pengalaman yang diterima konsumen dapat memengaruhi penilaian terhadap perusahaan dan menentukan sikap konsumen untuk tetap menggunakan atau tidak menggunakan layanan yang diberikan.

Loyalitas konsumen tidak terbentuk secara langsung, tetapi melalui proses yang dipengaruhi oleh pengalaman konsumen selama menggunakan produk atau jasa. Konsumen dapat memberikan penilaian terhadap kualitas produk yang diterima, kualitas pelayanan yang diberikan, manfaat yang diperoleh, biaya yang harus dikeluarkan, serta pengalaman secara keseluruhan. Kepuasan yang dirasakan setelah menggunakan layanan juga dapat memengaruhi keinginan konsumen untuk tetap menggunakan layanan tersebut. Selain itu, kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan citra perusahaan di mata konsumen juga dapat menjadi bagian yang memengaruhi loyalitas.

Beberapa faktor yang dapat memengaruhi loyalitas konsumen antara lain kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, harga, kepercayaan konsumen, dan citra merak. Kualitas produk berkaitan dengan kondisi dan manfaat produk yang diterima konsumen, sedangkan kualitas pelayanan berkaitan dengan kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan konsumen. Kepuasan konsumen berkaitan dengan penilaian konsumen setelah memperoleh dan menggunakan produk atau jasa. Harga berkaitan dengan biaya yang dikeluarkan konsumen dibandingkan dengan manfaat yang diperoleh. Sementara itu, kepercayaan dan citra merak berkaitan dengan keyakinan serta penilaian konsumen terhadap perusahaan. Faktor-faktor tersebut tidak selalu memberikan pengaruh yang sama karena kondisi setiap perusahaan dan karakteristik konsumen dapat berbeda.

Dalam pelayanan air minum, faktor-faktor tersebut menjadi penting karena konsumen menggunakan layanan secara berulang untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Konsumen akan menilai apakah kualitas air yang diterima sesuai dengan harapan, apakah pelayanan yang diberikan dapat membantu ketika terjadi masalah, apakah tarif yang dibayarkan sesuai dengan manfaat yang diperoleh, serta apakah perusahaan dapat dipercaya dalam memberikan pelayanan. Pengalaman konsumen terhadap berbagai aspek tersebut dapat memengaruhi kepuasan dan kepercayaan konsumen yang selanjutnya dapat berkaitan dengan loyalitas terhadap perusahaan.

PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias merupakan perusahaan yang bergerak dalam penyediaan layanan air minum bagi masyarakat di wilayah pelayanannya. Sebagai penyedia layanan, PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias berhubungan langsung dengan masyarakat sebagai konsumen. Hubungan tersebut berlangsung secara berkelanjutan karena masyarakat membutuhkan air untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Oleh karena itu, kemampuan perusahaan dalam menyediakan air minum sekaligus memberikan pelayanan yang baik kepada konsumen menjadi hal yang penting untuk diperhatikan.

Dalam menjalankan pelayanan kepada konsumen, PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias perlu memperhatikan berbagai aspek yang dapat memengaruhi pengalaman konsumen. Kualitas air yang diterima, kelancaran distribusi, kualitas pelayanan, kesesuaian tarif, kepuasan, kepercayaan, dan citra perusahaan merupakan beberapa aspek yang dapat menjadi pertimbangan konsumen dalam menilai layanan. Apabila konsumen memperoleh pengalaman yang baik dan sesuai dengan harapan, maka kemungkinan untuk tetap menggunakan layanan akan semakin besar. Sebaliknya, apabila konsumen berulang kali memperoleh pengalaman yang kurang baik, kondisi tersebut dapat memengaruhi kepuasan dan keinginan konsumen untuk mempertahankan penggunaan layanan.

Berdasarkan hasil observasi awal yang dilakukan peneliti pada PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias, ditemukan beberapa kondisi yang berkaitan dengan pelayanan kepada konsumen. Pada beberapa wilayah pelayanan, distribusi air belum berjalan secara optimal, terutama pada wilayah yang relatif jauh dari pusat distribusi. Beberapa konsumen menyampaikan bahwa aliran air mengalami gangguan pada waktu tertentu dan dalam kondisi tertentu air tidak mengalir. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kontinuitas distribusi masih menjadi salah satu hal yang perlu diperhatikan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.

Selain masalah distribusi, kualitas air yang diterima oleh konsumen pada waktu tertentu juga belum selalu sesuai dengan harapan. Beberapa konsumen masih menemukan kondisi air yang cenderung keruh sehingga menimbulkan kekhawatiran dalam penggunaannya untuk kebutuhan rumah tangga. Kondisi tersebut menjadi perhatian karena air merupakan produk utama yang diberikan oleh PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias. Kualitas produk yang diterima konsumen

dapat memengaruhi penilaian konsumen terhadap manfaat dan kualitas layanan yang diberikan perusahaan.

Permasalahan juga ditemukan dalam pelayanan kepada konsumen, khususnya dalam penanganan gangguan dan keluhan. Berdasarkan observasi awal, beberapa konsumen menyampaikan bahwa penanganan gangguan teknis membutuhkan waktu yang cukup lama. Selain itu, informasi mengenai penyebab gangguan dan waktu penyelesaian perbaikan belum selalu diterima konsumen secara jelas. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa pelayanan kepada konsumen masih perlu diperhatikan, terutama dalam hal kecepatan memberikan tanggapan dan penyampaian informasi ketika terjadi gangguan.

Dari sisi tarif, sebagian konsumen menilai bahwa tarif air masih dapat dijangkau. Namun, terdapat pula konsumen yang mempertanyakan kesesuaian antara jumlah tagihan dengan penggunaan air yang mereka rasakan. Kondisi tersebut dapat menimbulkan pertanyaan dari konsumen mengenai pencatatan meter dan sistem penagihan. Oleh karena itu, keterjangkauan tarif bukan satu-satunya hal yang perlu diperhatikan, tetapi juga kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan layanan yang diterima serta kejelasan informasi mengenai pembayaran.

Beberapa kondisi tersebut dapat memengaruhi pengalaman konsumen selama menggunakan layanan PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias. Gangguan distribusi, kondisi kualitas air yang belum selalu stabil, penanganan keluhan yang membutuhkan waktu, serta informasi pelayanan yang belum selalu jelas dapat memengaruhi kepuasan konsumen. Apabila kondisi tersebut terjadi secara berulang, maka dapat memengaruhi kepercayaan dan penilaian konsumen terhadap perusahaan. Dalam jangka panjang, kondisi tersebut juga dapat berhubungan dengan keinginan konsumen untuk tetap menggunakan layanan PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias.

Di sisi lain, masih terdapat konsumen yang tetap menggunakan layanan PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias meskipun terdapat beberapa kendala dalam pelayanan. Kondisi ini menjadi hal yang menarik untuk dikaji karena penggunaan layanan yang terus berlangsung belum tentu seluruhnya menunjukkan adanya loyalitas yang kuat. Konsumen dapat tetap menggunakan layanan karena merasa puas dan percaya terhadap perusahaan, tetapi dapat pula dipengaruhi oleh kebutuhan terhadap air minum dan keterbatasan pilihan sumber air lainnya. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian untuk memahami kondisi loyalitas konsumen dan faktor-faktor yang berkaitan dengan loyalitas tersebut.

Hubungan antara beberapa faktor dengan loyalitas konsumen juga didukung oleh hasil penelitian terdahulu. Dayanti et al. (2023) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirta Sewakadarma Kota Denpasar. Selanjutnya, Aksan dan Marliyah (2024) menunjukkan bahwa kebijakan tarif PDAM berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PDAM Tirtanadi Cabang Medan Denai. Sementara itu, Istiyawari et al. (2021) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, persepsi harga, dan kepuasan pelanggan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa loyalitas konsumen dapat dipengaruhi oleh berbagai aspek yang dirasakan konsumen dalam menggunakan suatu produk atau jasa.

Meskipun penelitian mengenai loyalitas konsumen telah dilakukan pada beberapa objek, penelitian terdahulu memiliki perbedaan dalam objek penelitian, karakteristik konsumen, jenis pelayanan, dan faktor yang dianalisis. Kondisi tersebut memungkinkan adanya perbedaan faktor yang memengaruhi loyalitas konsumen pada masing-masing perusahaan. Oleh karena itu, diperlukan penelitian yang secara khusus mengkaji faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas konsumen pada PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias. Penelitian ini dilakukan untuk memahami faktor-faktor yang berkaitan dengan loyalitas konsumen sesuai dengan kondisi pelayanan dan karakteristik konsumen pada PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini diarahkan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi loyalitas konsumen pada PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan loyalitas konsumen. Dengan memahami faktor-faktor yang berkaitan dengan loyalitas konsumen, PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias dapat lebih memahami kebutuhan konsumennya dan menentukan upaya perbaikan pelayanan yang sesuai.

Berdasarkan uraian di atas, dapat diketahui bahwa loyalitas konsumen merupakan salah satu hal penting yang perlu diperhatikan oleh PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias. Loyalitas konsumen dapat terbentuk melalui pengalaman konsumen dalam menerima produk dan pelayanan serta dipengaruhi oleh berbagai faktor. Adanya beberapa kondisi pelayanan yang ditemukan pada observasi awal dan adanya perbedaan hasil penelitian terdahulu menjadi dasar bagi peneliti untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **"**Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen pada PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias."

2. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif digunakan untuk memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai fenomena yang dialami oleh subjek penelitian, baik yang berkaitan dengan perilaku, persepsi, motivasi, maupun tindakan dalam konteks tertentu. Menurut Creswell (2022), penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang muncul dari suatu permasalahan sosial atau kemanusiaan Selanjutnya, Sugiyono (2023) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif digunakan untuk mengkaji objek dalam kondisi alamiah, dengan peneliti sebagai instrumen utama dalam proses penelitian. Moleong (2023) menjelaskan bahwa dalam penelitian kualitatif, variabel dapat berfungsi sebagai konsep atau fokus yang menjadi arah dalam pengumpulan dan analisis data. Dalam penelitian ini, fokus utama yang dikaji adalah loyalitas konsumen pada PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias.

Loyalitas konsumen dipahami sebagai komitmen pelanggan untuk tetap menggunakan layanan PERUMDA secara berkelanjutan, melakukan penggunaan kembali, memberikan penilaian positif, dan tidak mudah beralih kepada penyedia layanan lain. Pemilihan satu fokus penelitian sejalan dengan Bungin (2020), bahwa penelitian kualitatif dapat diarahkan pada satu fokus tertentu untuk memperoleh pemahaman yang mendalam dan menyeluruh terhadap suatu fenomena. Dalam penelitian kualitatif, penentuan informan dapat dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan pertimbangan tertentu yang disesuaikan dengan tujuan penelitian. Sugiyono (2023) menjelaskan bahwa *purposive sampling* merupakan teknik penentuan informan berdasarkan kriteria atau pertimbangan tertentu sehingga informan yang dipilih dinilai mampu memberikan informasi yang relevan dengan permasalahan penelitian.

Pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu penentuan informan secara sengaja berdasarkan kriteria dan pertimbangan yang sesuai dengan tujuan penelitian. Teknik ini digunakan karena tidak setiap individu memiliki pengetahuan, pengalaman, dan keterlibatan yang relevan dengan penelitian mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan loyalitas konsumen pada PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Kabupaten Nias Informan penelitian terdiri atas informan kunci, informan utama, dan informan pendukung. Informan kunci (IK) adalah Direktur PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Kabupaten Nias. Sumber data merupakan segala bentuk informasi yang dapat digunakan untuk memperoleh keterangan yang relevan dengan objek penelitian. Dalam penelitian kualitatif, sumber data menjadi bagian penting karena memberikan dasar bagi peneliti untuk memahami fenomena secara mendalam sesuai dengan kondisi dan konteks yang ditemukan di lapangan. Menurut Sugiyono (2023), sumber data dalam penelitian terdiri atas dua jenis, yaitu data primer dan data sekunder. Kedua sumber data tersebut saling melengkapi dan digunakan untuk memperoleh informasi yang lebih utuh, sehingga dapat mendukung proses pengumpulan, analisis, serta penarikan kesimpulan dalam penelitian. Instrumen penelitian merupakan perangkat yang digunakan untuk membantu peneliti memperoleh data yang dibutuhkan sesuai dengan tujuan penelitian. Dalam pendekatan kualitatif, peneliti sendiri menjadi instrumen utama (*human instrument*), sehingga proses pengumpulan, pemahaman, hingga penafsiran data sangat bergantung pada kemampuan peneliti dalam berinteraksi dengan sumber informasi dan memahami kondisi di lapangan (Sugiyono, 2022).

Menurut Creswell dan Creswell (2022), penelitian kualitatif menempatkan peneliti sebagai pihak yang secara langsung melaksanakan proses pengumpulan data melalui berbagai teknik, seperti wawancara, observasi, dan dokumentasi. Oleh sebab itu, peneliti perlu memiliki kemampuan untuk menggali informasi secara mendalam serta menyesuaikan proses pengumpulan data dengan

situasi yang ditemukan di lapangan. Neuman (2020) juga menekankan bahwa peneliti sebagai instrumen harus memiliki kesiapan yang memadai, baik dalam memahami metodologi penelitian maupun dalam mengenali konteks dan karakteristik objek yang diteliti. Berdasarkan hal tersebut, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini meliputi: Peneliti sebagai Instrumen Utama, Pedoman Wawancara, Alat Perekam, Lembar Observasi, Dokumentasi.

Teknik pengumpulan data merupakan tahapan penting dalam penelitian karena menentukan proses memperoleh informasi yang diperlukan untuk menjawab fokus dan tujuan penelitian. Pada penelitian kualitatif, pengumpulan data dilakukan dalam kondisi alamiah agar peneliti dapat mengamati, memahami, dan menggali fenomena secara langsung sesuai dengan keadaan yang terjadi di lapangan. Menurut Sugiyono (2023), data dalam penelitian kualitatif dapat diperoleh melalui beberapa teknik, terutama observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penggunaan teknik tersebut memungkinkan peneliti memperoleh informasi dari berbagai sumber sehingga data yang dikumpulkan dapat memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai fenomena penelitian. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan daalam penelitian ini observasi, wawancara, dokumentasi

Menurut Miles et al. (2020) dalam Qualitative Data Analysis: A Methods Sourcebook, analisis data kualitatif merupakan proses yang berlangsung secara interaktif dan berkesinambungan yang meliputi kondensasi data, penyajian data, serta penarikan dan verifikasi kesimpulan. Ketiga tahapan tersebut tidak berlangsung secara terpisah, melainkan saling berkaitan dan dapat dilakukan secara berulang selama proses penelitian. Pendekatan ini membantu peneliti dalam menyeleksi informasi yang relevan, menyajikan data secara terstruktur, serta menghasilkan interpretasi dan kesimpulan yang didasarkan pada bukti empiris. Berdasarkan kerangka tersebut, tahapan analisis data yang diterapkan dalam penelitian ini adalah Reduksi Data (*Data Reduction*), Data (*Data Display*), Penarikan Kesimpulan *(Conclusion Drawing / Verification.)*

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

HASIL

Penelitian ini berlokasi di PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Kabupaten Nias, yaitu Badan Usaha Milik Daerah (BUMD) yang menyelenggarakan pelayanan penyediaan air minum bagi masyarakat Kabupaten Nias. PERUMDA Air Minum Tirta Umbu merupakan perubahan nomenklatur dari Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Umbu sebagaimana ditetapkan melalui Peraturan Daerah Kabupaten Nias Nomor 10 Tahun 2019. Sebagai badan usaha yang menyelenggarakan pelayanan publik di bidang air minum, PERUMDA Air Minum Tirta Umbu memiliki tanggung jawab dalam menyediakan pelayanan air minum yang berkualitas, berkelanjutan, dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan penelitian, diperoleh gambaran awal mengenai loyalitas konsumen pada PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias. Informan dalam penelitian ini terdiri atas informan kunci (IK), informan utama (IU), dan informan pendukung (IP1–IP5). Informan kunci adalah Buala Bate'e, S.T. selaku Direktur yang diwawancarai pada 7 Mei 2026. Informan utama adalah Berkat A. Zebua, S.T. selaku Kepala Subbagian Administrasi Umum/Pengadaan yang diwawancarai pada 12 Mei 2026. Sementara itu, informan pendukung terdiri atas Murni Lawolo (IP1) yang diwawancarai pada 4 Mei 2026, Yunisa Waruwu (IP2) pada 11 Mei 2026, Dekati Firman Hia (IP3) pada 18 Mei 2026, Wiber Waruwu (IP4) pada 24 Mei 2026, dan Raymus Pritama Baharu Zebua (IP5) pada 29 Mei 2026.

Hasil wawancara menunjukkan bahwa loyalitas konsumen berkaitan dengan pengalaman konsumen selama menggunakan layanan PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias. Pengalaman tersebut terutama terlihat dari kualitas pelayanan, kualitas air, kelancaran dan kontinuitas distribusi, penanganan keluhan, kepuasan konsumen, serta kepercayaan konsumen terhadap PERUMDA. Konsumen cenderung tetap menggunakan layanan ketika pelayanan yang diterima mampu memenuhi kebutuhan sehari-hari dan ketika perusahaan memberikan respons terhadap permasalahan yang disampaikan.

Dari sisi kualitas pelayanan, informan mengungkapkan bahwa keberlangsungan pelayanan, kecepatan dalam menangani keluhan, serta kemampuan petugas dalam memberikan pelayanan menjadi bagian penting dari pengalaman konsumen. Konsumen mengharapkan pelayanan yang

lebih cepat, informasi yang jelas ketika terjadi gangguan, serta adanya tindak lanjut terhadap keluhan yang disampaikan.

Dari sisi kualitas produk, temuan awal menunjukkan bahwa kualitas air dan ketersediaan air menjadi perhatian konsumen. Konsumen tidak hanya memperhatikan keberadaan layanan air minum, tetapi juga mengharapkan air yang diterima memiliki kualitas yang baik serta tersedia secara lebih lancar dan berkesinambungan. Kondisi distribusi dan tekanan air juga menjadi bagian dari pengalaman konsumen dalam menggunakan layanan.

Kepuasan konsumen terlihat dari kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan kebutuhan dan harapan konsumen. Konsumen menunjukkan penilaian yang lebih positif ketika air tersedia dengan baik, distribusi berjalan lancar, dan keluhan mendapatkan penanganan. Sebaliknya, gangguan distribusi dan keterlambatan penanganan dapat menjadi pengalaman yang kurang memuaskan bagi konsumen.

Kepercayaan konsumen berkaitan dengan keyakinan bahwa PERUMDA mampu memberikan pelayanan secara berkelanjutan dan menindaklanjuti permasalahan yang dihadapi konsumen. Kepercayaan tersebut terlihat dari harapan konsumen agar perusahaan mampu menjaga kualitas air, mempertahankan kelancaran distribusi, melakukan perbaikan jaringan, dan memberikan informasi apabila terjadi gangguan pelayanan.

Sementara itu, harga dan citra merek secara khusus tidak muncul sebagai pembahasan utama dalam keterangan informan. Hal tersebut tidak berarti bahwa kedua aspek tersebut tidak berkaitan dengan loyalitas konsumen, tetapi dalam konteks penelitian ini, informan lebih banyak menyoroti pengalaman nyata dalam memperoleh pelayanan air, terutama kualitas air, kelancaran distribusi, penanganan keluhan, kepuasan, dan kepercayaan terhadap PERUMDA.

Selain aspek yang berkaitan dengan loyalitas konsumen, hasil wawancara juga menemukan beberapa kendala yang dihadapi konsumen dalam menggunakan layanan PERUMDA. Kendala tersebut antara lain tekanan air yang rendah, aliran air yang berhenti pada waktu tertentu, distribusi yang belum stabil, keterlambatan penanganan gangguan, serta kerusakan atau kebocoran jaringan perpipaan. Dari sisi internal perusahaan, kendala juga berkaitan dengan keterbatasan tenaga teknis dan banyaknya laporan gangguan yang harus ditangani dalam waktu yang bersamaan.

Untuk menghadapi berbagai kendala tersebut, PERUMDA melakukan sejumlah upaya, antara lain meningkatkan kualitas pelayanan, melakukan pemeriksaan dan pemeliharaan jaringan secara berkala, mempercepat penanganan keluhan dan kerusakan jaringan, meningkatkan kemampuan tenaga kerja, serta memberikan informasi kepada konsumen ketika terjadi gangguan pelayanan. Upaya tersebut diarahkan untuk menjaga keberlangsungan pelayanan dan meningkatkan pengalaman konsumen dalam menggunakan layanan PERUMDA.

Dengan demikian, narasi temuan awal menunjukkan bahwa loyalitas konsumen pada PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias dipahami melalui pengalaman konsumen dalam menerima layanan. Kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, harga, kepercayaan konsumen, dan citra merek menjadi aspek yang dikaji dalam penelitian, dengan temuan lapangan yang lebih dominan pada kualitas air, kelancaran distribusi, kualitas pelayanan, kepuasan, dan kepercayaan. Adapun kendala konsumen dan upaya PERUMDA dibahas sebagai tema tersendiri sesuai dengan rumusan masalah penelitian.

Berdasarkan hasil proses koding terhadap wawancara dengan tujuh informan yang terdiri dari satu Direktur, satu Kasubag Administrasi Umum/Pengadaan, dan lima pelanggan PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias, diperoleh tiga tema utama, yaitu faktor yang berkaitan dengan loyalitas konsumen, kendala pelayanan, dan upaya peningkatan loyalitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas konsumen terutama berkaitan dengan kelancaran dan ketersediaan distribusi air, kualitas air, kualitas pelayanan petugas, kecepatan penanganan keluhan, kepuasan, dan kepercayaan. Informan dari pihak perusahaan maupun pelanggan menilai bahwa pelayanan yang mampu memenuhi kebutuhan dan harapan konsumen dapat mendorong mereka untuk tetap menggunakan layanan PERUMDA. Namun, pelanggan masih menghadapi kendala berupa tekanan air rendah atau tidak stabil, terhentinya aliran, gangguan jaringan dan kebocoran pipa, serta keterlambatan penanganan gangguan yang dipengaruhi keterbatasan tenaga teknis dan banyaknya laporan. Dari sisi perusahaan, kendala juga berkaitan dengan kerusakan jaringan dan pompa, kondisi sumber air baku, gangguan listrik, serta keterbatasan anggaran pengembangan infrastruktur.

Untuk meningkatkan loyalitas konsumen, PERUMDA melakukan dan merencanakan berbagai upaya, seperti pemeliharaan dan perbaikan jaringan, percepatan penanganan keluhan, peningkatan kompetensi petugas, pemberian informasi terkait gangguan, evaluasi pelayanan, pengembangan jaringan, serta pemanfaatan teknologi dalam pelayanan. Sementara itu, pelanggan mengharapkan pemeriksaan jaringan secara rutin, perbaikan jaringan yang rusak, pelayanan yang lebih cepat, serta informasi yang lebih terbuka ketika terjadi gangguan. Secara keseluruhan, loyalitas konsumen PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias berkaitan dengan kualitas pelayanan, kelancaran distribusi, kualitas air, kepuasan, dan kepercayaan, sehingga peningkatan keandalan jaringan, kualitas pelayanan, kecepatan respons, dan komunikasi dengan pelanggan menjadi bagian penting dalam mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumen.

4. PEMBAHASAN

Kualitas Produk sebagai Faktor yang Berperan dalam Membentuk Loyalitas Konsume

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk merupakan salah satu aspek yang berkaitan dengan loyalitas konsumen pada PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias. Dalam konteks pelayanan air minum, kualitas produk tercermin dari kondisi air yang diterima konsumen, terutama kebersihan, kualitas, dan kelayakan penggunaannya untuk kebutuhan sehari-hari. Hasil wawancara menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen menilai kualitas air pada umumnya baik dan dapat digunakan untuk kebutuhan rumah tangga, meskipun terkadang mengalami perubahan kondisi, seperti menjadi keruh setelah perbaikan jaringan pipa. Temuan ini sejalan dengan Kotler dan Keller (2022) yang menyatakan bahwa kualitas produk menunjukkan kemampuan produk dalam menjalankan fungsi dan memberikan manfaat sesuai harapan konsumen. Tjiptono (2021) juga menjelaskan bahwa kualitas produk berkaitan dengan kesesuaian antara kinerja produk dan harapan konsumen, sedangkan Kotler dan Armstrong (2020) menempatkan kualitas produk sebagai unsur penting dalam menciptakan nilai dan pengalaman positif bagi konsumen. Keterangan Murni Lawolo, Yunisa Waruwu, Dekati Firman Hia, Wiber Waruwu, dan Raymus Pritama Baharu Zebua memperkuat temuan bahwa kualitas air umumnya baik, tetapi dapat berubah setelah adanya pekerjaan pada jaringan distribusi

Kendala Distribusi sebagai Hambatan terhadap Pembentukan Loyalitas Konsumen

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kendala distribusi menjadi salah satu hambatan dalam pengalaman pelanggan menggunakan layanan PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Kabupaten Nias. Kendala tersebut meliputi tekanan air yang rendah atau tidak stabil, terhentinya aliran air pada waktu tertentu, kebocoran pipa, serta keterlambatan penanganan gangguan akibat keterbatasan personel teknis dan banyaknya laporan yang harus ditangani. Kondisi ini berkaitan dengan dimensi *reliability* dalam kualitas pelayanan, yaitu kemampuan perusahaan memberikan layanan secara konsisten sesuai harapan pelanggan, serta *responsiveness*, yaitu kemampuan merespons kebutuhan dan keluhan pelanggan dengan cepat. Gangguan distribusi dan lambatnya penanganan dapat menimbulkan ketidaknyamanan, mengurangi kepuasan, dan berpotensi memengaruhi kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan. Dalam kaitannya dengan loyalitas, pelanggan yang tetap menggunakan layanan belum tentu menunjukkan kepuasan atau keterikatan yang kuat karena air merupakan kebutuhan dasar dan pilihan alternatif layanan mungkin terbatas. Oleh karena itu, loyalitas perlu didukung oleh peningkatan kualitas pelayanan, khususnya keandalan distribusi, pemeliharaan jaringan, penanganan kebocoran, serta peningkatan kecepatan respons terhadap keluhan. Dengan demikian, kendala distribusi merupakan aspek penting yang perlu diperhatikan karena dapat memengaruhi pengalaman, kepuasan, kepercayaan, dan keberlan

Peningkatan Kualitas Pelayanan dan Perbaikan Jaringan sebagai Upaya Memperkuat Loyalitas

Temuan penelitian menunjukkan bahwa PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Kabupaten Nias melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan kualitas pelayanan dan mengurangi kendala yang dialami pelanggan. Upaya tersebut berkaitan dengan pemeliharaan jaringan, perbaikan pipa yang mengalami kerusakan, percepatan penanganan gangguan dan pengaduan, peningkatan kualitas pelayanan, serta penyampaian informasi kepada pelanggan ketika terjadi gangguan distribusi. Berbagai upaya tersebut menunjukkan adanya perhatian perusahaan terhadap kebutuhan dan pengalaman pelanggan dalam menggunakan layanan air minum.

Upaya tersebut sejalan dengan konsep kualitas pelayanan yang dibahas dalam Bab II, khususnya mengenai kemampuan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Peningkatan kualitas pelayanan tidak hanya berkaitan dengan sikap petugas dalam memberikan pelayanan, tetapi juga dengan kemampuan perusahaan memastikan layanan dapat diterima pelanggan secara konsisten. Dalam konteks PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Kabupaten Nias, konsistensi pelayanan berkaitan dengan kelancaran distribusi, kualitas air, kecepatan penanganan gangguan, serta kondisi jaringan pelayanan.

Pemeliharaan dan perbaikan jaringan menjadi bagian penting dalam meningkatkan keandalan pelayanan karena kondisi jaringan berkaitan langsung dengan kelancaran distribusi air. Pemeriksaan jaringan secara rutin dapat membantu perusahaan mengidentifikasi potensi kerusakan sebelum menimbulkan gangguan yang lebih besar. Sementara itu, perbaikan pipa yang mengalami kebocoran maupun penggantian jaringan yang sudah tua dapat mendukung kelancaran distribusi. Dengan demikian, perbaikan jaringan tidak hanya merupakan tindakan teknis, tetapi juga menjadi bagian dari upaya meningkatkan pengalaman pelanggan dalam menerima layanan.

Selain aspek teknis, percepatan penanganan pengaduan diperlukan untuk meningkatkan *responsiveness* perusahaan terhadap permasalahan yang dialami pelanggan. Pelanggan mengharapkan gangguan yang dilaporkan memperoleh tanggapan dan penanganan dalam waktu yang memadai. Respons yang baik dapat memberikan pengalaman bahwa perusahaan memperhatikan kebutuhan pelanggan dan bertanggung jawab terhadap pelayanan yang diberikan. Kondisi tersebut dapat mendukung terbentuknya kepuasan dan kepercayaan pelanggan.

Penyampaian informasi mengenai gangguan distribusi juga menjadi bagian dari upaya meningkatkan kualitas pelayanan. Informasi yang disampaikan lebih awal dapat membantu pelanggan mempersiapkan diri ketika terjadi gangguan atau penghentian sementara aliran air. Komunikasi yang baik antara perusahaan dan pelanggan juga dapat mengurangi ketidakpastian serta memberikan pemahaman kepada pelanggan mengenai kondisi pelayanan yang sedang terjadi. Dengan demikian, komunikasi menjadi salah satu bagian dari respons pelayanan yang dapat mendukung pengalaman pelanggan.

Upaya peningkatan kualitas pelayanan tersebut berkaitan dengan kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Pelanggan yang memperoleh pelayanan yang lebih konsisten, gangguan yang ditangani dengan baik, serta informasi yang jelas dapat memperoleh pengalaman pelayanan yang lebih positif. Pengalaman tersebut dapat mendukung kepuasan pelanggan, sedangkan pelayanan yang dapat diandalkan dan respons perusahaan terhadap permasalahan pelanggan dapat memperkuat kepercayaan. Kepuasan dan kepercayaan selanjutnya dapat mendukung kecenderungan pelanggan untuk mempertahankan penggunaan layanan.

Jika dikaitkan dengan faktor-faktor yang dibahas dalam Bab II, upaya tersebut terutama berhubungan dengan kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan konsumen, dan kepercayaan konsumen. Perbaikan jaringan dan pemeliharaan distribusi mendukung pengalaman pelanggan terhadap kualitas air dan layanan yang diterima. Peningkatan respons terhadap pengaduan berkaitan dengan kualitas pelayanan, sedangkan pelayanan yang semakin konsisten dapat mendukung kepuasan dan kepercayaan pelanggan. Sementara itu, harga dan citra merek (*brand image*) tidak menjadi fokus utama dalam upaya yang ditemukan dari hasil wawancara.

Temuan tersebut menunjukkan bahwa penguatan loyalitas konsumen dalam konteks PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Kabupaten Nias tidak hanya berkaitan dengan keinginan pelanggan untuk tetap menggunakan layanan, tetapi juga dengan upaya perusahaan dalam menciptakan pengalaman pelayanan yang baik dan dapat diandalkan. Oleh karena itu, peningkatan kualitas pelayanan perlu dilakukan secara berkelanjutan dengan memperhatikan kondisi jaringan, kontinuitas distribusi, kualitas air, penanganan gangguan, serta komunikasi dengan pelanggan. Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa peningkatan kualitas pelayanan dan perbaikan jaringan merupakan upaya yang dapat mendukung penguatan loyalitas konsumen PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Kabupaten Nias. Upaya tersebut dilakukan melalui pemeliharaan jaringan, perbaikan kerusakan, peningkatan respons terhadap pengaduan, peningkatan kualitas pelayanan, serta komunikasi yang lebih baik dengan pelanggan. Temuan ini menunjukkan bahwa loyalitas konsumen perlu didukung oleh pengalaman pelayanan yang konsisten, kepuasan, dan kepercayaan pelanggan terhadap PERUMDA.

Temuan penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan, kualitas produk, kepuasan, dan kepercayaan merupakan aspek yang berkaitan dengan loyalitas konsumen PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Kabupaten Nias. Temuan ini sejalan dengan Dayanti et al. (2023) yang menunjukkan pentingnya kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan pada layanan PDAM, serta Istiyawari et al. (2021) yang mengaitkan kualitas pelayanan dan kepuasan dengan loyalitas. Penelitian Awaluddin (2013) juga memperkuat temuan bahwa kualitas pelayanan, kepuasan, dan kepercayaan berkaitan dengan loyalitas pelanggan PDAM. Selain itu, Hady et al. (2023) menunjukkan bahwa kondisi jaringan dan ketersediaan tenaga teknis dapat menjadi faktor pendukung maupun penghambat pelayanan, yang sesuai dengan temuan penelitian ini mengenai kebocoran pipa, keterbatasan personel teknis, dan gangguan distribusi. Sementara itu, Aksan dan Marliyah (2024) menekankan pentingnya tarif terhadap kepuasan pelanggan, sedangkan dalam penelitian ini harga tidak menjadi tema utama karena informan lebih banyak membahas kualitas air, tekanan air, kontinuitas distribusi, gangguan jaringan, dan kecepatan penanganan keluhan. Perbedaan tersebut menunjukkan bahwa perhatian konsumen dapat berbeda sesuai dengan kondisi dan pengalaman pelayanan pada masing-masing wilayah. Secara keseluruhan, penelitian ini memperkuat hasil penelitian terdahulu sekaligus memberikan penekanan kontekstual bahwa loyalitas konsumen pada PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Kabupaten Nias tidak hanya berkaitan dengan keberlanjutan penggunaan layanan, tetapi juga dengan pengalaman terhadap kualitas air, kelancaran distribusi, kualitas pelayanan, penanganan gangguan, kepuasan, dan kepercayaan. Adapun harga dan citra merek tidak menjadi perhatian utama informan, sehingga temuan penelitian lebih menonjolkan aspek pelayanan yang secara langsung dirasakan konsumen.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang berkaitan dengan loyalitas konsumen pada PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias, dapat disimpulkan bahwa loyalitas konsumen berkaitan dengan pengalaman dalam menerima dan menggunakan layanan, terutama kualitas produk, kualitas pelayanan, kepuasan konsumen, dan kepercayaan konsumen. Kualitas produk, khususnya kondisi dan kualitas air, serta kualitas pelayanan yang meliputi kelancaran distribusi, kontinuitas aliran air, penanganan keluhan, dan respons petugas menjadi aspek yang paling banyak ditemukan dalam pengalaman informan dan berkaitan dengan keinginan konsumen untuk tetap menggunakan layanan PERUMDA, sedangkan harga dan citra merek tidak menjadi tema utama dalam hasil wawancara. Konsumen juga masih menghadapi beberapa kendala, seperti tekanan air yang rendah atau tidak stabil, aliran air yang berhenti pada waktu tertentu, distribusi yang belum sepenuhnya lancar, kebocoran jaringan perpipaan, serta keterbatasan tenaga teknis yang menyebabkan penanganan gangguan terkadang belum dapat dilakukan dengan cepat. Untuk mempertahankan dan meningkatkan loyalitas konsumen, PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias melakukan upaya melalui pemeliharaan dan perbaikan jaringan secara rutin, penanganan kebocoran, peningkatan respons terhadap keluhan, penyampaian informasi mengenai gangguan distribusi, serta menjaga kualitas dan kelancaran pendistribusian air. Upaya tersebut menunjukkan perhatian PERUMDA terhadap kebutuhan konsumen dan diharapkan dapat meningkatkan kepuasan, kepercayaan, serta kesediaan konsumen untuk terus menggunakan layanan PERUMDA Air Minum Tirta Umbu Nias.

DAFTAR PUSTAKA

Aksan, M., & Marliyah, M. (2024). Dampak Kebijakan Tarif PDAM Tirtanadi Terhadap Kepuasan Pelanggan: Studi Kasus PDAM Tirtanadi Cabang Medan Denai. SANTRI: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam, 2(1), 340-352.

Candrianto. (2021). Kepuasan Pelanggan Suatu Pengantar. Literasi Nusantara Abadi.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2022). *Research design*: *Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (6th ed.). SAGE *Publications*.

Dayanti, P. K., Prabawati, N. P. A., & Supriliyani, N. W. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Perusahaan Daerah Air Minum (PDAM) Tirta Sewakadarma Kota Denpasar. *Business and Investment Review*, 1(5), 162-173.

Istiyawari, L., Hanif, M. R., & Nuswantoro, A. (2021). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Dan Kepuasan Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan. Solusi, 19(3), 329-339.

Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.

Maisaroh, R., & Nurhidayati, M. (2021). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Loyalitas Konsumen Toko Stars Madiun 2. *Niqosiya: Journal of Economics and Business Research, 1*(2), 197–216.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2020). *Qualitative Data Analysis*: *A Methods Sourcebook* (4th ed.). SAGE *Publications.*

Moleong, L. J. (2022). Metodologi Penelitian Kualitatif (Edisi revisi, Cet. ke-41). PT Remaja Rosdakarya.

Sangadji, E. M., & Sopiah. (2021). *Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian.* Andi.

Srisusilawati, P., Burhanudin, J., Trenggana, A. F. M., Anto, M. A., Kusuma, G. P. E., Rahmasari, L. F., Suharyati, Mulyani, Ariyani, N., Hadi, P., Manggabarani, A. S., Lestari, F. P., Irawati, N., Octaviani, L. K., Bakar, R. M., Musafir, & Dewi, I. C. (2023). Loyalitas pelanggan. Widina Bhakti Persada Bandung.

Sugiyono. (2022). Metode penelitian kualitatif (Cet. ke-5). Alfabeta.

Sugiyono. (2023). Metode penelitian kualitatif: Untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Enterpretif, Interaktif Dan Konstruktif (Ed. ke-3). Alfabeta.