

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PEGGUNA JASA LISTRIK**

(Studi Kasus Prabayar dan Pascabayar di PT.PLN Persero (Rayon) Tanjung Selor)

SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**

**Disusun oleh:
Nurjayani
201741045**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KALTARA
TANJUNG SELOR
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan pengguna jasa listrik (Studi Kasus Prabayar dan Pascabayar di PT.PLN Persero (Rayon) Tanjung Selor)

Nama Mahasiswa : Nurjayanti

NPM : 201741045

Fakultas : Ekonomi

Program Study : Manajemen

Tim penguji Skripsi:

Pembimbing


Rina Sri Wahyuni, M.Acc
NIDN: 11.20.0183.03

Penguji I



Dewi Umariah Imelda, MM, Ak
NIDN: 11.050573.02

Penguji II



Dedik Wiryawan, ST., MM
NIDN: 11.191179.01

Mengetahui,



Dekan Fakultas Ekonomi

Siti Azzahra Nur, SE., M.Si
NIDN: 11.231083.01



Kepala Jurusan Manajemen

Widyawan, ST., MM
NIDN: 11.191179.01

BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

yang bertanda tangan dibawah ini menyatakan bahwa

Skrripsi yang berjudul:

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PEGGUNA JASA LISTRIK

(Studi Kasus Prabayar dan Pascabayar di PT.PLN Persero (Rayon) Tanjung Selor)

Ditusun oleh Nurjayani. NPM: 201741045 telah disetujui dan dipertahankan
didepan dewan penguji pada tanggal 28 Juli 2021

TIM PENGUJI

Pembimbing : Rina Sri Wahyuni SE, M.Acc
NIDN 11.200183.03

Penguji 1 : Dewi Qomariah Imelda, MMLAk
NIDN: 11.050573.02

Penguji 2 : Dedik Wiryawan, ST., MM
NIDN: 11.191179.01



Fakultas Ekonomi

Adi Nugraha Nur, SE., M.Si
NIDN : 11.231083.01



Karya Jurusan Manajemen

Dedik Wiryawan, ST., MM
NIDN: 11.191179.01

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu perguruan tinggi dan tidak ada karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam sebuah naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam skripsi ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur duplikat atau jiplakan, saya bersedia skripsi dan gelar sarjana atas nama saya dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Tanjung Selor, 28 Juli 2021

Mahasiswa

A yellow rectangular revenue stamp with a red border. It features the Garuda Pancasila emblem in the center. Below the emblem, the text "METRAI TEMPEL" is printed in red. At the bottom, a unique number "B276GAJX18856561" is printed in black. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

Nurjayani

RIWAYAT HIDUP

Nurjayani lahir pada tanggal 15 Agustus 1999 di Sajau hilir Kabupaten Bulungan Tanjung Palas timur. Merupakan putri pertama dari bapak Rustam ibu Jurni. Memulai pendidikan tingkat dasar di sekolah 005 Sajau Hilir dan lulus pada tahun 2011. Pada tahun yang sama melanjutkan sekolah tingkat menengah pertama (SMP) di 003 Sajau Pura dan lulus pada tahun 2014. Selanjutnya di SMKN 02 Tanjung Selor dan berhasil menyelesaikan sekolah pada tahun 2017. Setelah tamat sekolah pada tahun yang sama berhasil masuk di perguruan tinggi Universitas Kaltara Tanjung Selor dengan memilih Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen.

Tanjung Selor, 28 Juli 2021

Mahasiswa



Nurjayani

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirobbil alamin segala puji dan syukur penulis haturkan atas kehadiran Allah SWT karena berkat rahmat dan hidayah-Nya skripsi ini dapat terselesaikan.

“Sesungguhnya Allah tidak akan merubah nasib seseorang atau suatu kaum sebelum seseorang atau kaum itu bertindak dan berusaha merubah nasibnya sendiri” (Qs. Ar-Ra’Du ayat 11)

“Anda mungkin bisa menunda, tapi

Waktu tidak bisa menunggu”

“orang-orang yang sukses telah belajar membuat diri mereka melakukan hal yang harus dikerjakan ketika hal itu memang harus dikerjakan, entah mereka menyukai atau tidak” (Aldus Huxley)

Skripsi ini saya persembahkan kepada:

Ayahanda tersayang Rustam dan ibunda tersayang Jurni
sebagai laki laki dan perempuan nomor satu dalam hidupku.
yang telah memberikan do’a terbaik dan dukungan untukku.

Terimakasih kepada

Teman-teman terbaik dan teman-teman seperjuangan
dan semua teman teman seangkatan di jurusan manajemen fakultas ekonomi

ABSTRAK

Nurjayani, pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa listrik (Studi Kasus Prabayar dan Pascabayar di PT.PLN Persero (Rayon) Tanjung Selor).”, dibawah bimbingan Rina Sri Wahyuni SE.M.Acc.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah Kualitas Pelayanan berpengaruh Positif dan Signifikan Kepuasan Pelanggan. Metode yang digunakan penelitian ini adalah metode kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan Pengguna Listrik PT.PLN Persero (Rayon) Tanjung Selor). Jumlah responden yang diteliti adalah sebanyak 90 responden. Pengumpulan data berupa kuisioner, teknik analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah SPSS versi 23.

Hasil penelitian ini adalah, pertama, ditemukan bahwa terdapat hubungan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan berpengaruh Signifikan, dimana Berdasarkan Hasil Uji Persial diketahui nilai signifikasi variabel kualitas pelayanan sebesar 0,000 yang artinya $0,000 < 0,05$ dan t hitung pada tabel hasil uji t *coefficients* sebesar 4,543 yang dimana $4,543 > 1.198729$. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, yang berarti bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN Persero rayon Tanjung Selor

Kata kunci : Kualitas Pelayanan, dan Kepuasan Pelanggan.

ABSTRACT

Nurjayani, the influence of quality of service on customer satisfaction of electricity service users (Prepaid and Postpaid Case Study at PT. PLN Persero (Rayon) Tanjung Selor).", under the guidance of Rina Sri Wahyuni SE. M.Acc.

The purpose of this study is to find out if The Quality of Service has a Positive and Significant Effect on Customer Satisfaction. The method used by this study is quantitative method. The population in this study was ElectricItY User Customers Pt. PLN Persero (Rayon) Tanjung Selor). The number of respondents studied was as many as 90 respondents. Data collection in the form of questionnaires, data analysis techniques used in this study is SPSS version 23.

The results of this study are, firstly, found that there is a relationship of Service Quality to Customer Satisfaction significantly influential, where based on the results of persial test known variable signification value of service quality of 0.000 which means $0.000 < 0.05$ and t counted on the table of test results t coefficients of 4,543 where $4,543 > 1.198729$. So it can be concluded that H_0 is rejected, which means that the quality of service significantly affect customer satisfaction at PT. PLN Persero rayon Tanjung Selor

Keywords: Quality of Service, and Customer Satisfaction.

KATA PENGANTAR

Puji syukur penyusun panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan karunia beserta rahmat-Nya, sehingga penyusun dapat menyelesaikan Skripsi penelitian

Penulisan skripsi dengan judul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PENGGUNA LISTRIK PT.PLN (Persero) RAYON TANJUNG SELOR”**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Kaltara.

Skripsi penelitian ini disusun atas kerjasama dan berkat bantuan berbagai pihak. Pada kesempatan ini penyusun mengungkapkan terima kasi kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Abdul Jabarsyah, M.Sc selaku Rektor Universitas Kaltara.
2. Bapak Adi Aspian Nur, SE., M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara.
3. Bapak Dedik Wiryawan, MM selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara.
4. Ibu Rina Sri Wahyuni, SE.M.Acc selaku Pembimbing, yang telah banyak meluangkan waktu, memberikan dorongan, semangat, bimbingan dan mengarahkan penulis dalam penyusunan skripsi ini.
5. Segenap Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara yang telah memberikan bekal berbagai teori, ilmu pengetahuan dan pengalaman yang bermanfaat bagi penulis.

6. Kedua Orang tercinta yang telah membimbing dan memotivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas kasih sayang, doa, nasehat, kesabaran dan semangat yang luar biasa.
7. Sahabat (Atut Seno Prasetio, Rosnawati, Sitti Hajar, Noer Maslaha) dan Teman-teman mahasiswa angkatan 2017 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kaltara. Terima kasih untuk semangat yang selalu kalian berikan, dan semoga kita semua sukses.
8. Dan semua pihak yang telah membantu penulis, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis sepenuhnya menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini dan jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis mengharapkan saran dan kritik penulisan skripsi ini. Dan akhirnya tiada untaian kata yang pantas dan berharga kecuali ucapan Alhamdulillahirobbil ‘alamin atas rahmat dan karunia serta ridho Allah SWT.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi penulis khususnya dan para pembaca pada umumnya.

Tanjung Selor, 25 Juli 2021

Nurjayani

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	7
1.4 Manfaat Penelitian.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1. Manajemen Pemasaran	8
2.2. Pemasaran	9
2.3. Bauran Pemasaran	11
2.4. Kualitas	12
2.4.1 Dimensi Kualitas Pelayanan	15
2.4.2 Cara Mengukur Kualitas Pelayanan.....	17
2.4.3 Indikator Kualitas Pelayanan	19
2.5. Kepuasan Pelanggan.....	20
2.5.1 Indikator Kepuasan Pelanggan	21

2.6. Listrik.....	22
2.6.1 Listrik Prabayar.....	23
2.6.2 Listrik Pasca bayar	25
2.7. Penelitian Terdahulu.....	26
2.8. Hubungan Variabel dan Hipotesis.....	27
2.9. Kerangka Konseptual	27

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Penndekatan Penelitian.....	32
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian	32
3.3 Unit Analisis Populasi dan Sampel	33
3.4 Definisi Operasional.....	35
3.5 Jenis dan Sumber Data	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data	37
3.6.1 Observasi	37
3.6.2 Penelitian Pustaka	37
3.6.3 Kuesoner.....	38
3.7 Instrumen Penelitia.....	39
3.7.1 Uji Validitas.....	39
3.7.2 Uji Reliabilitas	39
3.8 Uji asumsi klasik	40
3.8.1 Uji Normalitas	40
3.8.2 Uji Multikolinieritas.....	40
3.8.3 Uji Heteroskedastisitas.....	41

3.8.4 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	41
3.9 Uji Hipotesis	42
3.8.1 Uji Pengaruh Persial (Uji t)	42
3.8.2 Koefisien Determinasi (R^2).....	42

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambar Obyek Penelitian.....	43
4.1.1 Visi Misi.....	43
4.2 Karakteristik responden.....	44
4.2.1 Jenis Kelamin	44
4.2.2 Usia	45
4.2.3 Pekerjaan	46
4.3 Uji instrumen penelitian	46
4.3.1 Tabulasi kualitas pelayanan.....	47
4.3.2 Tabulasi Kepuasan Pelanggan.....	4
4.4 Uji validitas dan realibilitas	51
4.4.1 uji validitas	51
4.4.2 Uji Reliabilitas.....	52
4.5 Uji Asumsi Klasik	53
4.5.1 Uji Normalitas	53
4.5.2 Uji Multikolinieritas.....	55
4.5.3 Uji Heteroskedastisitas.....	56
4.5.4 Uji analisis regresi linear sederhana	57

4.6 Uji Hipotesis	58
4.6.1 Uji Parsial (Uji T)	58
4.6.2 Koefisien Determinasi	59
4.7 Pembahasan	60

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran	63

DAFTAR TABEL

1.1	Jumlah pengguna listrik Tahun 2018-202	4
3.1	Jadwal Kegiatan Penelitian	32
3.2	Daftar Pemberian Skor	38
4.1	Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin.....	43
4.2	Karakteristik Responden Menurut Usia.....	44
4.3	Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan	45
4.4	Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan	46
4.5	Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan	48
4.6	Hasil Uji Validitas	50
4.7	Hasil Uji Realibilitas	51
4.8	Hasil Uji Normalitas.....	55
4.9	Hasil Uji Multikolinieritas	56
4.10	Hasil Uji Heteroskedastisitas	57
4.11	Hasil Uji analisis regresi linear sederhana	57
4.12	Hasil Uji Parsial (Uji t).....	59
4.13	Hasil Koefisien Determinasi	60

DAFTAR GAMBAR

1.1 Kerangka konseptual	29
1.2 Model variabel kualitas pelayanan.....	29
1.3 Model variabel kepuasan pelanggan	30
4.1 Kantor PLN persero (rayon) Tanjung Selor	42
4.2 Hasil Uji Normalitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	53
4.3 Hasil Uji Normalitas Variabel Kepuasan Pelanggan	54

DAFTAR PUSTAKA

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

PT. PLN Perusahaan Milik Negara (PLN) merupakan salah satu perusahaan perseroan yang bergerak dalam sektor pembangkit, transmisi dan distribusi tenaga listrik di seluruh wilayah Indonesia. Adapun sejarah terbentuknya PT.PLN persero di Indonesia diawali ketika perusahaan swasta Belanda yaitu NV NIGH yang bergerak di bidang gas memperluas bidang usahanya menjadi tenaga listrik untuk kemandirian umum. Ketika Indonesia diduduki/dikuasai oleh Jepang, maka perusahaan Listrik dan gas tersebut diambil alih oleh pemerintah Jepang namun setelah proklamasi kemerdekaan Republik Indonesia perusahaan listrik dan gas yang sebelumnya dikuasai oleh pemerintah Jepang tersebut direbut kembali oleh pemuda Indonesia pada tanggal 27 Oktober 1945 dan diberi nama Jawatan Listrik dan Gas oleh Presiden Soekarno dengan kapasitas pembangkit listrik yang hanya sebesar 157,5 MW. Beberapa tahun kemudian tepatnya pada tanggal 1 Januari 1961, dibentuklah badan pimpinan umum perusahaan listrik negara BPU- PLN yang bergerak di bidang listrik, gas, dan Kokas. Pada tanggal 1 Januari 1965 BPU- PLN tersebut kemudian dibubarkan dan diganti dengan perusahaan negara yang diberi nama perusahaan listrik negara PLN yang mengelola gas dengan kapasitas pembangkit tenaga listrik sebesar 300 MW. Kemudian pada tahun 1972, pemerintah Indonesia menetapkan status perusahaan listrik negara PLN tersebut sebagai perusahaan umum listrik negara dan melalui peraturan

pemerintah nomor 17 tahun 1990, perusahaan umum listrik negara tersebut ditetapkan sebagai pemegang kuasa usaha ketenagalistrikan di Indonesia mengingat pentingnya semangat dan nilai-nilai hari listrik maka Berdasarkan Keputusan Menteri pertambangan dan energi nomor ;1134.K/43?MPE/1992 tanggal 31 Agustus 1992 ditetapkanlah tanggal 27 Oktober sebagai hari listrik nasional

PT.PLN persero (rayon) Tanjung selor merupakan usaha milik negara (BUMN) yang memberikan pelayanan umum kepada calon pelanggan dan/pelanggan di bidang penyediaan tenaga listrik, sebagai salah satu perusahaan/badan usaha milik negara yang memberikan jasa pelayanan kelistrikan PT.PLN persero (rayon) tanjung selor juga di tuntut untuk dapat memberikan pelayanan yang berkualitas karena dengan adanya kualitas pelayanan yang baik maka diharapkan dapat menciptakan kepuasan bagi para pelanggan.

Peningkatan akan kebutuhan tenaga listrik sebagai akibat dari peningkatan kualitas kesejahteraan masyarakat diiringi juga oleh perkembangan industri di Indonesia, sementara PT PLN Memiliki keterbatasan Dalam memenuhi peningkatan akan kebutuhan listrik tersebut. di Indonesia PT PLN merupakan perusahaan BUMN yang ditunjuk sebagai penyedia tenaga listrik masyarakat Indonesia salah satu perusahaan yang melakukan inovasi untuk meningkatkan kualitas produknya yaitu PT PLN dengan memunculkan produk terbaru yaitu listrik pintar Listrik Prabayar. ada beberapa keunggulan listrik Prabayar yaitu tidak ada beban listrik bulanan,

pelanggan lebih mudah mengendalikan pemakaian listrik privasi lebih terjaga, efisien dan hemat waktu, layanan pembelian pulsa luas.

Menurut PT. PLN dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang digunakan adalah sistem pascabayar, yaitu pelanggan dapat terlebih dahulu menggunakan energi listrik kemudian membayar secara tunai sesuai dengan pemakaian listrik yang telah digunakan beberapa keluhan dari masyarakat mengenai penggunaan listrik pascabayar berupa keterlambatan pembayaran, kesalahan pencatatan meter, dan tagihan yang tidak menentu. Maka dari itu PT.PLN persero (rayon) Tanjung selor mengembangkan suatu program yang bertujuan untuk meminimalisir atau menghilangkan keluhan masyarakat serta mengoptimalkan konsumsi listrik dengan menggunakan listrik Prabayar, yaitu pelanggan membeli voucher listrik sejumlah nominal yang sesuai dengan kebutuhan. Keluhan yang tidak segera ditangani akan dapat mengakibatkan menurunnya kepuasan pelanggan terhadap kapabilitas pelanggan PT.PLN persero (rayon) Tanjung selor

Tujuan dikembangkannya program listrik Prabayar diharapkan dapat menguntungkan pelanggan karena dapat menggunakan layanan tersebut pelanggan dapat mengatur pemakaian listrik dan dapat mematok anggaran biaya listrik bulanan. Inovasi program listrik yang diciptakan oleh PT.PLN persero (rayon) Tanjung selor mendapat respon baik dari para pelanggan hal tersebut dibuktikan dengan kenaikan jumlah pelanggan Prabayar dari tahun ketahun dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 1.1

Jumlah pengguna listrik Prabayar dan pascabayar

Tahun 2018-2020

Tahun	Prabayar	Pascabayar
2018	21,986	8,664
2019	22,994	9,335
2020	24,812	10,226

tabel jumlah pengguna listrik pertahun

berdasarkan tabel 1.1 maka dapat diketahui jumlah pelanggan PT.PLN (persero) rayon Tanjung selor yang menggunakan listrik prabayar lebih meningkat pertahunnya sebesar 24,812 di tahun 2020 sedangkan di bandingkan dengan pengguna listrik pascabayar sebesar 10,226 di tahun 2020.

Ditengah semakin meningkatnya permintaan terhadap listrik, beberapa warga mengeluhkan beberapa masalah kelistrikan yang sering terjadi seperti pemadaman listrik serta kenaikan daya tarif listrik serta masih sering terjadi gangguan putus nyambungnya kabel kerumah warga. Dan warga Tanjung selor berharap kepada pihak PLN persero (rayon) Tanjung selor untuk dapat memenuhi kepuasan pelanggan perlu ada perbaikan kualitas pelayanan yang mengacu pada kepuasan pelanggan.hal ini merupakan tujuan utama dalam

pemberian pelayanan, karena itu perbaikan kualitas pelayanan harus dilakukan secara terus menerus dan berkesinambungan.

Perkembangan sistem listrik pascabayar menjadi listrik Prabayar untuk mempertahankan serta meningkatkan kepuasan pelanggan adalah salah satu perubahan positif yang diterapkan oleh PT. PLN Persero (rayon) Tanjung Selor untuk tetap bersaing dan menguasai pangsa pasar dengan memberikan pelayanan yang terbaik, cepat dan mandiri. Sehingga dapat memuaskan pelanggan dalam penggunaan program listrik pascabayar maupun Prabayar.

Dalam pencapaian produk listrik pascabayar, PLN (persero) rayon Tanjung Selor juga mengalami banyak kendala dan hambatan dalam melakukan kegiatan operasi bisnisnya diantaranya seperti keterbatasan supply energi pembangkit listrik, pencurian listrik, jumlah tunggakan terhadap pelanggan dan lain-lain yang dapat menimbulkan kerugian yang besar bagi pihak PLN.

Dan solusi yang diberikan dari masalah yang ada diatas yaitu dengan tiga cara pertama pihak PLN (persero) rayon Tanjung Selor akan memberikan surat peringatan pertama kepada pelanggan yang menunggak bayar sampai tanggal yang ditentukan oleh pihak PLN

Kedua jika pelanggan belum melakukan pembayaran pada jatuh tempo yang telah diberikan oleh pihak PLN (persero) rayon Tanjung Selor maka pihak PLN akan memberikan surat peringatan kedua

Dan jika surat peringatan kedua pelanggan belum juga melakukan pembayaran maka akan dilakukan pemutusan listrik. Dan setelah pelanggan melakukan pembayaran maka listrik akan dipasangkan kembali.

Dari survei awal yang saya amati di lokasi perusahaan mengenai fasilitas yang ada di lokasi perusahaan seperti parkir yang cukup luas dan nyaman bagi pelanggan yang ada keperluan di PT.PLN persero (rayon) Tanjung Selor, selanjutnya saat pelanggan ingin masuk ke kantor PT.PLN persero (rayon) Tanjung Selor maka akan di sambut oleh satpam atau petugas keamanan yang ada di lokasi perusahaan dan mereka akan melakukan pendataan pelanggan yang datang ke perusahaan setelah melakukan pendataan maka pelanggan akan dipersilahkan untuk masuk dan dipersilahkan duduk oleh karyawan yang bekerja sebagai pemberi pelayanan setelah itu pelanggan akan menyampaikan keperluan atau keluhan yang ingin disampaikan dan pelayanan akan mencatat keluhan yang dialami oleh pelanggan. Beberapa pelanggan mengatakan bahwa pihak dari PLN (persero) rayon Tanjung Selor belum sepenuhnya sigap dalam menangani masalah yang dikeluhkan oleh pelanggan seperti keterlambatan serta kejelasan waktu penanganan.

Dari analisis observasi diatas, maka peneliti tertarik untuk mengambil judul:
Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Listrik

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis merumuskan permasalahan yang akan diteliti secara lebih mendalam yaitu:

“Apakah kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna listrik pada PT. PLN (persero) rayon tanjung selor ?”

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu pada permasalahan yang ada maka tujuan yang hendak di capai atau di tinjau dari penelitian ini adalah: untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna listrik pada pt.pln (persero) rayon tanjung selor

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Penulis

Agar dapat lebih memahami teori-teori dan menambah pengetahuan yang sudah didapat selama di bangku perkuliahan selain itu, penelitian ini merupakan syarat bagi penulis untuk menyelesaikan pendidikan strata 1 (S1) di program Ekonomi Manajemen Universitas Kaltara

2. Bagi lembaga (Perusahaan)

Diharapkan penelitian ini dapat memberi masukan dalam rangka kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan pengguna listrik PLN (persero) rayon tanjung selor

3. Bagi universitas

Untuk menambah perbendaharaan pengetahuan mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Manajemen Pemasaran

Secara umum manajemen pemasaran adalah kegiatan perencanaan, tindakan, pengawasan dan evaluasi yang berhubungan dengan proses memperkenalkan produk/jasa kepada khalayak luas atau konsumen. Sedangkan tujuan diadakannya manajemen ini ialah supaya banyak orang yang mengenal produk. Diharapkan pula mereka tertarik

untuk membeli produk tersebut. Jika ini yang terjadi, berarti manajemen marketing yang dibuat berhasil dengan baik. Melihat pengertian di atas, jika tidak ada manajemen yang baik, berarti kegiatan marketing juga tidak akan maksimal. Karena perusahaan tidak mungkin bisa menjual satu produk pun jika tidak ada konsumen yang tahu tentang produk yang akan dijual. Selain menurut pandangan umum di atas, ternyata para ahli juga memiliki pengertian manajemen pemasaran yang berbeda. Ini dia beberapa di antaranya:

1. Buchari Alma

Menurut Buchari Alma manajemen pemasaran adalah kegiatan merencanakan, mengarahkan dan mengawasi seluruh aktifitas pemasaran produk perusahaan. Biasanya manajemen ini dijalankan oleh unit kerja di bagian marketing.

2. Philip Kotler

Menurut Philip Kotler manajemen pemasaran adalah kegiatan menganalisis planning yang terkait aktualisasi dan pengendalian program yang sudah terencana untuk menghasilkan pertukaran yang baik di dalam suatu pasar yang sudah ditargetkan. Tujuannya tidak lain untuk mendapatkan keuntungan atau laba.

Manajemen Pemasaran Melibatkan:

1. Pengaturan tujuan dan sasaran pemasaran
2. Mengembangkan rencana pemasaran
3. Mengatur fungsi pemasaran
4. Menerapkan rencana pemasaran ke dalam tindakan dan
5. Mengontrol program pemasaran

2.2 Pemasaran

Pemasaran merupakan salah satu dari kegiatan-kegiatan pokok yang dilakukan oleh para pengusaha dalam usahanya untuk mempertahankan kelangsungan hidupnya, untuk berkembang dan mendapatkan laba. Proses pemasaran itu dimulai jauh sejak sebelum barang-barang di produksi dan tidak berakhir dengan penjualan. Kegiatan pemasaran perusahaan harus dapat juga memberikan kepuasan kepada konsumen jika menginginkan usahanya

berjalan terus, atau konsumen mempunyai pandangan yang baik terhadap perusahaan.

Pemasaran mencakup usaha perusahaan yang dimulai dengan mengidentifikasi kebutuhan konsumen yang perlu dipenuhi, menentukan produk yang hendak diproduksi, menentukan harga produk yang sesuai, menentukan cara-cara promosi dan penyaluran atau penjualan produk tersebut. Jadi, kegiatan pemasaran adalah kegiatan-kegiatan yang saling berhubungan sebagai suatu sistem.

Kegiatan-kegiatan tersebut beroperasi didalam suatu lingkungan yang terus menerus berkembang sebagai konsekuensi sosial dari perusahaan, tapi dibatasi juga oleh sumber-sumber dari perusahaan itu sendiri dan peraturan-peraturan yang ada. Bagi pemasaran, perubahan lingkungan dapat merupakan tantangan baru yang memerlukan cara penyelesaian yang baru pula, atau sebaliknya dapat berupa suatu peluang atau kesempatan mengembangkan usahanya.

definisi pemasaran yang dikemukakan oleh beberapa ahli :

1. Menurut Tjiptono: Pemasaran adalah suatu proses sosial dan manajerial dimana individu atau kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan melalui penciptaan, penawaran, dan pertukaran segala sesuatu yang bernilai dengan orang atau kelompok lainnya.
2. Menurut H.T Gitosudarmo: Pemasaran merupakan proses agar pengusaha dapat memenuhi, mempengaruhi konsumen agar mereka tertarik, senang dan kemudian membeli dan akhirnya puas dengan produk yang di belinya.

3. Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI): Menurut KBBI, pemasaran yakni merupakan proses, cara, kegiatan dalam memasarkan barang dagangan; perihal menyebarluaskan di kalangan masyarakat pada umumnya

2.3 Bauran Pemasaran (marketing mix)

Bauran pemasaran (marketing mix) mempunyai peranan yang sangat penting dalam mempengaruhi pelanggan untuk membeli produk atau jasa yang ditawarkan pasar, oleh karena itu bauran pemasaran (marketing mix) dikatakan sebagai suatu perangkat yang akan menunjukkan tingkat keberhasilan pemasaran menurut Kotler dan Armstrong (2016:47) Bauran pemasaran (marketing mix) mencakup 4 hal pokok dan dapat di kontrol oleh perusahaan yang meliputi: produk (product), harga (price), tempat (place), dan promosi (promotion)

Menurut Kotler dan Amstrong (2016:51) pengertian bauran pemasaran (marketing mix) adalah *marketing mix is the set of tactical marketing tools that the firm blends to produce the response it wans in target markets*. Sedangkan pengertian lainnya

Menurut Buchari Alma (2016:205) meberikan definsi tentang bauran pemasaran (marketing mix) sebagai suatu strategi mencampuri kegiatan-kegiatan pemasaran, agar dicari kombinasi maksimal hingga mendatangkan hasil yang memuaskan. (marketing mix) sebagai suatu strategis mencampuri kegiatan-kegiatan pemasaran, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang memuaskan.

2.4 Kualitas

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono, 2006). Definisi lain kualitas adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan (Lupiyoadi dan Hamdani, 2006). Kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. 12 Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan. Kualitas bukanlah diukur dari sudut pandang penyedia jasa saja, tetapi berdasarkan sudut pandang persepsi pelanggan. Hal ini disebabkan karena pelangganlah yang membeli dan memakai jasa. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk.

Menurut Garvin yang dikutip oleh nasution (2001: 18) bawa terdapat 5 macam perspektif kualitas yang berkembang dalam dinamika sosial masyarakat dan persaingan dewasa ini yaitu:

1. *Transcendal approach*
2. *product-based approach*
3. *user-based approach*
4. *manufacturing-based approach* dan
5. *value-based approach*

Berikut ini merupakan interpretasi dari kelima perspektif kualitas tersebut:

a. *Transcendal approach*

Menurut pendekatan ini kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit di dioperasionalkan. sudut pandang ini bisa diterapkan dalam musik, drama,tari dan rupa.

b. *product-based approach*

pendekatan ini menganggap kualitas sebagai karakteristik atau atribut yang dapat dikuantifikasi dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah unsur atau atribut yang dimiliki produk. Karena pandangan ini sangat obyektif, maka dapat menjelaskan perbedaan dalam selera,kebutuhan,dan preferensi individual.

c. *user-based approach*

Pendekatan ini berdasarkan pada pemikiran bahwa kualitas tergantung pada orang yang menggunakannya dan produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (misalnya *perceived quality*) merupakan produk yang berkualitas paling tinggi perspektif yang subjektif dan demand-oriented ini juga meyakini bahwa pelanggan yang berbeda memiliki

kebutuhan dan keinginan yang berbeda pula dengan demikian kualitas bagi seseorang adalah sama dengan keputusan maksimum yang dirasakan

d. *manufacturing-based approach* dan

Perspektif ini bersifat supply-based dan terutama memperhatikan praktik-praktik perekayasaan dan manufakturing serta mendefinisikan kualitas sama dengan persyaratan (*conformance to requirements*) dalam sektor jasa dapat dikatakan bahwa kualitas bersifat operations-driven pendekatan ini berfokus pada penyesuaian spesifikasi yang dikembangkan secara internal seringkali di dorong oleh tujuan peningkatan produktifitas dan penekanan biaya jadi, yang menentukan kualitas adalah standar-standar yang ditetapkan organisasi bukan konsumen yang menggunakannya.

e. *value-based approach*

Pendekatan ini memandang kualitas dari segi nilai dan harga. Dengan mempertimbangkan *trade-off* antara kinerja produk dan harga, kualitas didefinisikan sebagai *affordable excellence* kualitas dalam perspektif ini bersifat relatif sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah produk atau jasa yang paling tepat dibeli (*best-buy*)

2.4.1 Dimensi Kualitas Pelayanan

Konsep kualitas pelayanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi pelanggan terhadap lima dimensi spesifik dari kinerja layanan. Ada lima dimensi kualitas jasa pelayanan (Parasuraman, 1998), yaitu

1. Bukti Langsung (*tangibles*),

adalah bukti fisik suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa yang meliputi fasilitas fisik perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi.

2. Keandalan (*reliability*),

yakni kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Dalam unsur ini, pemasar dituntut untuk menyediakan produk atau jasa yang handal. Produk atau jasa jangan sampai mengalami kerusakan/ kegagalan. Dengan kata lain, produk/ jasa tersebut selalu baik.

3. Daya tanggap (*responsiveness*),

yaitu keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

4. Jaminan (*assurance*),

mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf: bebas dari bahaya, resiko, atau keragu-raguan.

5. Empati (*empathy*),

meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik, sangat penting untuk para karyawan memperhatikan pelanggannya. Pendapat lain yaitu dari Garvin (Tjiptono, 1996) dimana ada delapan dimensi kualitas yang telah dikembangkan, diantaranya:

- a) Kinerja yaitu karakteristik operasi pokok dari produk inti.
- b) Ciri atau keistimewaan tambahan yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
- c) Keandalan yaitu kemungkinan kecil mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
- d) Kesesuaian dengan spesifikasi yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang ditetapkan sebelumnya.
- e) Daya tahan yaitu berkaitan dengan berapa lama suatu produk dapat terus digunakan.

- f) Serviceability dapat meliputi kecepatan, kompetensi, kenyamanan, mudah direparasi serta penanganan keluhan yang memuaskan.
- g) Estetika yaitu daya tarik produk terhadap panca indra.
- h) Kualitas yang dipersepsikan yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya. Kualitas pelayanan dapat dinilai dari banyak faktor yang berhubungan, dimana kualitas pelayanan dapat dinilai dari persepsi pelanggan dalam menikmati barang dan jasa yang ditawarkan kepada pelanggan, sehingga yang dirasakan oleh pelanggan adalah keinginan yang selalu terpenuhi dan harapan terhadap performa barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen dapat diterima.

2.4.2 Cara Mengukur kualitas pelayanan

Banyak cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan, di antaranya adalah dengan melakukan evaluasi dan perbaikan-perbaikan yang dilakukan secara berkala. Beberapa cara yang dapat dilakukan untuk meningkatkan kualitas pelayanan adalah sebagai berikut :

1. Mendapatkan umpan balik dari pelanggan

Banyak cara yang dapat dilakukan untuk mendapatkan *feedback* dari pelanggan, diantaranya seperti mengadakan survei kepada pelanggan, dan *follow up* kepada pelanggan setelah memberikan pelayanan, cara ini dapat dilakukan melalui *email*. Cara lainnya adalah uji coba produk kepada

pelanggan, aktif di sosial media, memberikan diskon atau *benefit* lain kepada pelanggan atas penghargaan masukan yang telah diberikan, serta memanfaatkan teknologi untuk memantau perkembangan usaha seperti melalui website, google analytics, dan lain sebagainya.

2. Melakukan evaluasi perusahaan

Cara-cara yang dapat dilakukan untuk melakukan evaluasi diantaranya adalah melalui survei dengan cara berfokus pada hal-hal yang paling penting untuk diketahui. Survei dapat dilakukan untuk mengetahui rasa empati atau kepedulian kepada pelanggan, mengukur tingkat kemampuan suatu perusahaan terkait kehandalan dan cepat tanggap, serta mengetahui pelayanan dan kualitas produk berdasarkan pengalaman konsumen secara langsung seperti fungsi produk, tingkat kebersihan, penampilan karyawan, dan lain sebagainya.

3. Memperbaiki pelayanan perusahaan

Memperbaiki kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan cara memberikan standar pelayanan perusahaan yang jelas kepada karyawan, melatih karyawan agar menjadi seseorang yang bertanggung jawab, cepat tanggap, dan memiliki etos kerja yang tinggi. Jika memungkinkan, dapat dengan memberikan bonus kepada karyawan yang berprestasi.

Selain itu, memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam menyampaikan masukannya adalah hal yang perlu untuk dilakukan. Namun akan lebih baik

apabila semua usaha perbaikan kualitas pelayanan perusahaan ini agar dilakukan secara berkelanjutan.

2.4.3 Indikator kualitas pelayanan

Menurut Parasuraman, Valarie A. Zeithaml dan Berry, (dalam Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra, 2011: 198) mengemukakan bahwa terdapat lima dimensi layanan yang sering digunakan untuk mengukur kualitas layanan:

1) **Bukti langsung (tangible)**

Yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal perusahaan penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan pihak perusahaan.

2) **Kehandalan (reliability)**

Yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang diinginkan dengan segera, akurat dan memuaskan kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa ada kesalahan, sikap simpatik dan akurat yang tinggi.

3) **Ketanggapan (responsiveness)**

Yaitu kemampuan perusahaan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat pada pelanggan dengan menyampaikan informasi yang jelas membiarkan pelanggan menunggu tanpa ada kesalahan, sikap simpatik dan akurasi yang tinggi.

4) Jaminan (assurance)

Adanya kepastian yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada pelanggan

5) Empati (emphaty)

Yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individu dan pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dan berupaya memahami keinginan konsumen.

2.5 Kepuasan pelanggan

Secara umum, kepuasan pelanggan (customer satisfaction) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi maka pelanggan akan sangat puas (Kotler & Keller, 2003). Menurut Tjiptono (2008)

kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi ketidakpuasan (disconfirmation) yang dirasakan antara harapan sebelumnya atau harapan kinerja lainnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah memakainya. Kuswandi (2004)

kepuasan pelanggan yaitu perbedaan antara harapan pelanggan dan persepsi pelanggan terhadap apa yang diberikan perusahaan. Sedangkan, menurut Soedarmo (2006)

2.5.1 Indikator Kepuasan Pelanggan

Indikator Kepuasan Pelanggan Kepuasan pelanggan merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan. Adapun indikator kepuasan pelanggan (menurut Irawan, 2008), yaitu :

1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya)

Yaitu ungkapan perasaan puas atau tidak puas dari pelanggan saat menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas dari perusahaan.

2. Selalu membeli produk

Yaitu pelanggan akan tetap memakai dan terus membeli suatu produk apabila tercapainya harapan yang mereka inginkan.

3. Akan merekomendasikan kepada orang lain

Yaitu pelanggan yang merasa puas setelah memakai suatu produk atau jasa akan menceritakannya kepada orang lain serta mampu menciptakan pelanggan baru bagi suatu perusahaan.

4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk

Yaitu sesuai atau tidaknya kualitas suatu produk atau jasa pasca pembelian suatu produk dengan harapan yang diinginkan pelanggan.

2.6 Listrik

Listrik merupakan salah satu bentuk energi yang dapat dimanfaatkan oleh manusia untuk menjalankan berbagai macam alat-alat elektronik energi listrik dapat dihasilkan dari berbagai macam sumber energi lainnya seperti energi panas, energi gerak, dan bentuk-bentuk energi lainnya. Pengertian listrik dalam ilmu fisika listrik merupakan salah satu kajian dalam keilmuan fisika. Dalam ilmu fisika, listrik dibagi mejadi dua jenis yaitu listrik statis dan listrik dinamis.

Listrik statis adalah suatu energi listrik yang terkandung dalam benda yang memiliki muatan listrik, pembentukan listrik statis ini berasal dari beberapa atom yang terdiri proton dan elektron yang kemudian menghasilkan energi listrik. listrik statistik ini biasanya dapat dibuktikan keberadaannya melalui eksperimen yang menggunakan media penggaris dan potongan kertas kecil-kecil. Awalnya penggaris dapat digesek-gesekkan pada kain atau baju setelah itu dekatkan pada potongan kertas tadi, bukti keberadaan energi listrik adalah ketika potongan kertas tersebut menempel pada permukaan penggaris.

Sedangkan listrik dinamis merupakan energi listrik yang dapat bergerak listrik dinamis ini lah yang biasanya menggunakan media baterai yang dihibungkan dengan rangkaian elektronika tertentu sehingga membuat benda tersebut dapat bergerak, listrikdinamis dapat dibagi menjadi beberapa jenis misalnya rangkaian seri, dan juga rangkaiaparallel.

2.6.1 Listrik Prabayar

Listrik prabayar atau listrik pintar adalah sistem pembayaran listrik yang berada diawal, dimana pelanggan dapat mengendalikan beberapa banyak energi listrik yang dapat digunakan. Alat meteran listrik masih berbentuk analog, berbeda dengan listrik prabayar yang sudah digital atau disebut *bargainser*.

Baik listrik prabayar maupun pascabayar dapat dilakukan melalui aplikasi di ponsel seperti Gojek atau Grab. Biasanya Anda akan dikenai biaya administrasi jika membeli *token* di sini. Anda juga tidak perlu khawatir tidak mampu membeli, karena ada banyak opsi harga, dimulai dari Rp 20 ribu hingga Rp 1 juta. Apabila ada kenaikan Tarif Daya Listrik (TDL), listrik prabayar yang sudah Anda beli tidak akan terpengaruh, dan kWh yang telah dimasukkan ke dalam meteran listrik prabayar tidak ikut naik.

Keuntungan terbesar dari listrik prabayar adalah pemakaian listrik yang dapat disesuaikan dengan anggaran belanja. Misalnya, jika Anda sudah menentukan anggaran Rp 200 ribu untuk biaya listrik bulan ini, maka Anda tinggal membeli token listrik prabayar senilai harga tersebut. Dengan demikian, tidak akan ada biaya listrik tidak terkendali yang mengagetkan di akhir bulan. Biaya listrik prabayar tetap bergantung pada penggunaan listrik di rumah Anda.

Kelebihan Dan Kekurangan Listrik Prabayar

Kelebihan :

Terkontrol: Hal ini karena seseorang bisa menentukan sendiri budgetnya.

Sehingga, Anda akan lebih “dipaksa” berhemat dan bijak dalam menggunakan listrik.

Dapat Disesuaikan dengan Anggaran Bulanan: Seperti penjelasan sebelumnya, pemakaian listrik Prabayar bisa disesuaikan dengan anggaran bulanan. Anda bisa mengira-ngira besarnya listrik yang dibutuhkan, sehingga tidak akan mengganggu anggaran kebutuhan lainnya.

Tidak Ada Biaya Keterlambatan: Jika terlambat mengisi voucher, Anda tidak perlu takut dikenakan denda keterlambatan.

Terhindar dari Pemutusan: Jika biasanya pengguna akan ditegur dan diperingatkan saat terlambat atau tak bisa membayar tagihan listrik dalam kurun waktu tertentu, Anda tak akan mengalami ini ketika menggunakan listrik Prabayar. Hal ini karena Anda berperan penuh terhadap penggunaan listrik tanpa campur tangan petugas PLN.

Kekurangan :

Meteran Cukup Sensitif dan Mudah Rusak: Meteran bisa tidak sinkron karena sering digunakan atau disentuh terutama saat pengisian token listrik.

Voucher PLN Tidak Bisa Diisikan di jam 23.00-02.00: Sebenarnya ini yang paling tidak menyenangkan ketika menggunakan listrik Prabayar. Mengapa demikian? Karena ketika listrik habis di jam 23.00-02.00, Anda tak akan bisa mengisi ulang dan mengaktifkannya.

Anda baru bisa mengisinya kembali setelah jam 02.00. Nah, jika ada sesuatu

yang *urgent*, bukankah kondisi seperti ini dapat merugikan? Untuk itu, sangat disarankan untuk pengguna agar sering memeriksa token listrik sehingga tidak akan kehabisan di tengah malam.

2.6.2 Pasca Bayar

Sebelum menggunakan sistem Prabayar, masyarakat umumnya menggunakan sistem listrik pascabayar. Pengguna sistem listrik ini akan menerima tagihan listrik pada akhir bulan, sesuai energi yang dipakai. Listrik pascabayar adalah sistem pembayaran listrik yang dilakukan pada akhir bulan sesuai dengan energi yang digunakan. Alat meteran listrik pascabayar masih menggunakan analog, sehingga daya yang dikeluarkan pun cukup besar. Pembayaran listrik pascabayar dapat dilakukan melalui loket pembayaran dan bank.

Kelebihan :

Listrik selalu tersedia sampai waktu tenggat pembayaran di akhir bulan

Praktis dan tidak repot isi ulang token listrik

Ketelitian mencatat dari petugas PLN

Kekurangan :

Pemakaian bisa melampaui batas

Bila ada tunggakan, listrik akan dipadamkan otomatis oleh PLN

Melanggar privasi, karena petugas PLN kerap masuk ke pekarangan rumah

2.7 Penelitian Terdahulu

Hasil-hasil penelitian sebelumnya harus berasal dari penelitian sejenis dan memiliki kesamaan dengan penelitian yang sedang dilakukan dalam penggunaan variabel, apakah sebagian atau keseluruhannya. Hal ini bisa diperoleh dari hasil-hasil penelitian yang sudah dipublikasikan pada berbagai jurnal manajemen baik nasional maupun internasional.

Hasil-hasil penelitian sebelumnya akan menjadi sumber kajian empiris yang bisa dijadikan argumentasi ilmiah dalam membangun model penelitian dan menjadi sumber rujukan dalam menjelaskan penggunaan maupun penempatan variabel-variabel penelitian hingga menjabarkannya, menjadi dimensi, indicator dan instrument penelitian yang digunakan.

Penelitian ini mengacu pada penelitian sebelumnya untuk mempermudah dalam penngumpulan data analsis data yang diguakan dalam pengolahan data Maka penulis menentukan hasil penelitian terlebih dahulu yang terkait dengan penelitian ini. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan gambaran dalam menyusun kerangka pemikiran dengan harapan hasil penelitian dapat tersaji secara akurat dan mudah dipahami. Disamping itu untuk mengetahui persamaan dan perbedaan dari beberapa penelitian sebagai kajian yang dapat mengembangkan wawasan berpikir peneliti

Penelitian yang dilakukan oleh **Syukri Triadi (2018)** yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Listrik Prabayar Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT.PLN (Persero) SUB RAYON SEKURA”** Variabel yang digunakan adalah: kualitas pelayanan,kepuasan pelanggan

Penelitian yang dilakukan oleh **Diah Wijayanti (2019)** yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Sistem Dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Serta Loyalitas Pelanggan Pengguna Listrik Prabayar Dan Pascabayar”** Variabel yang digunakan adalah: kualitas sistem, kualitas layanan, loyalitas pelanggan.

Penelitian yang dilakukan oleh **Triswandari (2011)** yang berjudul **“ Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT.PLN (persero) rayon Makassar**

Penelitian yang dilakukan oleh **Muh Yunus Bandu (2017)** yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT.PLN (Persero) Rayon Makassar”** Variabel yang digunakan adalah: kepuasan pelanggan kualitas pelayanan

2.8 Hubungan Variabel Dan Perumusan Hipotesis

hipotesis merupakan Jawaban sementara atau yang benar,dan digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan atau pemecahan persoalan ataupun untuk dasar penelitian lebih lanjut hipotesis berperan sebagai pedoman pelaksanaan penelitian dan membuat rancangan kesimpulan

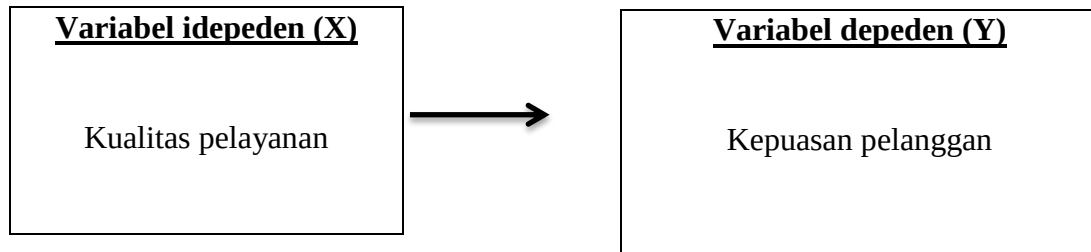
2.9 Kerangka konseptual

Dalam suatu organisasi yang bergerak di bidang jasa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan karena memiliki hubungan yang saling mempengaruhi satu dengan yang lain. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan pelayanan yang dapat memenuhi

keinginan konsumen/pelanggan yang diberikan oleh suatu organisasi sedangkan kepuasan pelanggan diartikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul dari seseorang, setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Umumnya seorang pelanggan akan merasa puas apabila keinginan atau kebutuhannya telah terpenuhi dengan baik dalam artian bahwa terdapat kesesuaian antara harapan konsumen setelah mengevaluasi suatu produk atau jasa dengan pelayanan yang diterimanya. Sebaliknya ketidakpuasan akan timbul apabila harapan dan keinginan dari seorang konsumen/pelanggan tersebut tidak sesuai dengan kearifan pelayanan yang diterimanya. Oleh karena itu untuk dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan, maka pihak penyedia jasa dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang

diberikan mengingat pelanggan memegang peranan yang cukup penting dalam pencapaian tujuan dan target yang telah ditetapkan oleh organisasi penyedia jasa khususnya. Berdasarkan eksplikasi tersebut, maka dapat dideskripsikan model atau kerangka konseptual penelitian sebagai berikut:

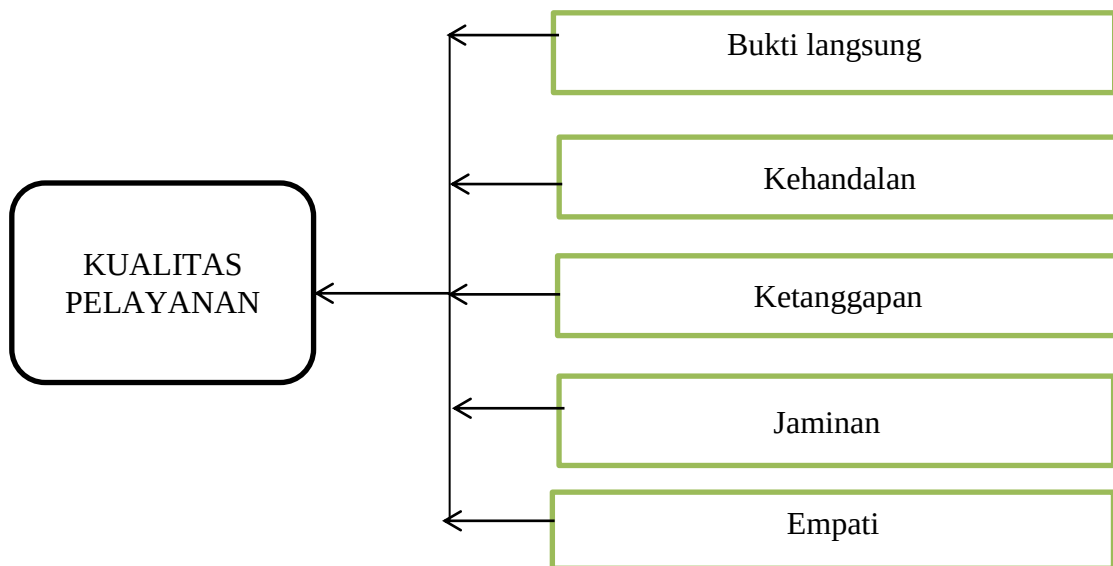
Gamba 2.1
Kerangka konseptual



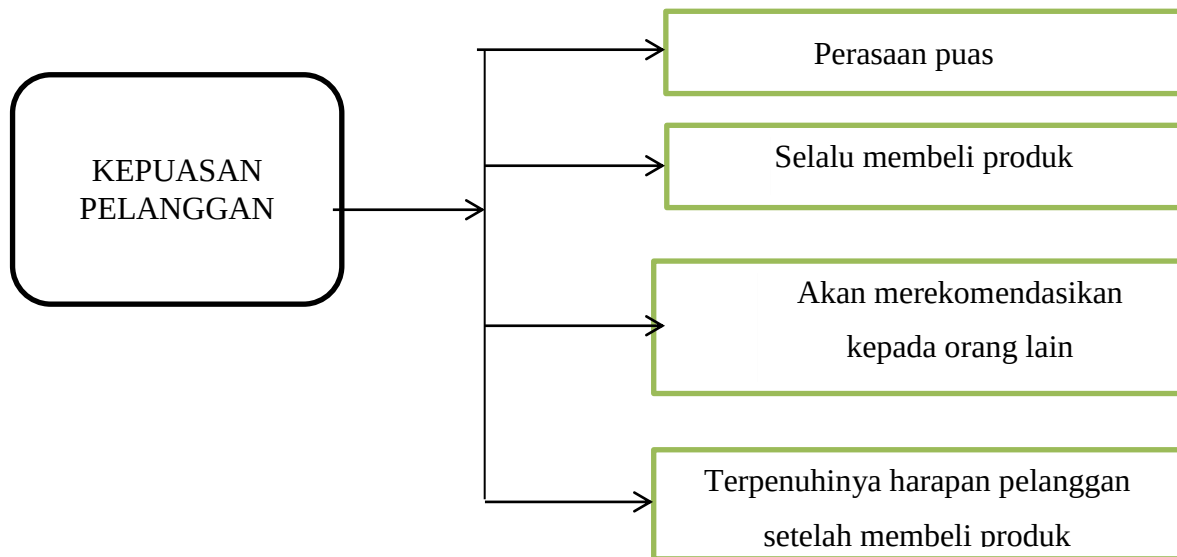
Keterangan:

 = garis pengaruh yang menjadi topik dalam penelitian ini

Gambar 2.2
Model variabel kualitas pelayanan



Gambar 2.3
Model variabel kepuasan pelanggan



BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena dan kausalitas hubungan-hubungannya tujuan penelitian kuantitatif adalah mengembangkan dan mengembangkan model-model matematis.

3.2 Lokasi dan waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di KANTOR PLN tanjung selor jalan JELARAI RAYA kabupaten bulungan, kalimantan utara, Adapun waktu penelitian dilakukan selama 6 bulan atau satu semester. Ada pun Jadwal pelaksanaan penelitian skripsi ini direncanakan sebagai table berikut:

Tabel 3.1
Jadwal Kegiatan Penelitian
Tahun 2021

Waktu Kegiatan	5 bulan				
	Maret	April	mei	Juni	juli
Observasi awal					
Pengajuan judul					
Penyusunan proposal BAB I,II,III					
Seminar proposal					
Pembuatan kuisioner dan penyebaran kuisioner					
Penyusunan proposal BAB IV,V					
Seminar hasil					

Sumber penelitian 2021

3.3 Unit Analisis, Populasi dan Sampel

3.3.1 Unit analisis

Unit analisis adalah satuan yang diteliti berupa individu, kelompok, benda atau suatu latar peristiwa sosial misalnya aktivitas individu atau kelompok sebagai subjek penelitian

(Hamid,2010:95) unit analisis dalam penelitian ini adalah PT.PLN (persero) rayon tanjung selor dengan dasar pertimbangan bahwa PT.PLN (persero) rayon tanjung selor sebagai jasa penyedia tenaga listrik merupakan satu-satunya perusahaan perserangan milik negara yang ada di kabupaten bulunga hingga sebagian besar aktivitas yang dilakukan oleh masyarakat kabupaten bulungan sangat bergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan.

Disamping itu mengingat lokasi PT.PLN (persero) rayon tanjung selor berada dalam wilayah yang sama dengan penulis sehingga untuk mengakses data yang diperlukan dapat dengan mudah,efesien dan terjangkau.

3.3.2 populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari atas obyek atau subyek yang mempunyai kuantitas atau kaakteistik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (sugiyono,2014:61) poplasi dari penelitian ini di peroleh menggunakan pendapat roscoe yaitu jumlah seluruh indikator dikali 10 sehingga hasil yang didapat sebanyak $9 \times 10 = 90$. Jadi, populasi pada penelitian adalah 90 responden.

3.3.3 Sampel

Menurut Sugiono (2015;118) sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh pupulasi tersebut. Bila populasi besar, dan penelitian tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Adapun penentuan jumlah sampel yang ditentukan oleh Roscoe dalam Sugiyono (2015;131)

3.4 Definisi Operasional

Pada penelitian ini terdapat dua variabel penelitian yang digunakan yaitu variabel kualitas pelayanan sebagai variabel dependen (bebas) dan variabel kepuasan pelanggan sebagai fariabel dependen (terikat) secara operasioal kedua fariabel tersebut diinterpretsikan sebagai berikut:

3.4.1 Kualitas pelayanan sebagai fariabel independen (bebas), diukur dengan sejumlah indikator berikut:

- a. Bukti langsung (tangibles) yaitu berkaitan dengan fasilitas yang dimiliki oleh perusahaan seperti: lokasi strategis, gedung yang bersih, nyaman dan luas fdan pegawai berpenampilan bersih dan rapi
- b. Keandalan (reabilitiy), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan dengan, segera, akurat dan memuaskan yang meliputi : prosedur pelayanan tidak berbelit-belit jadwal pelayanan yang jelas dan konsisten dan kecepatan pelayanan
- c. Daya tanggap (responsiveness) yaitu keinginan pegawai perusahaan untuk membantu pelanggan untuk memberikan pelayanan yang

tanggap dan cepat yang diukur dengan indikator berikut : informasi yang jelas, pegawai tanggap dalam menanggapi keluhan pelanggan, dan pegawai sigap dalam memberikan pelayanan

- d. Jaminan (assurance), yaitu mencakup kemampuan pengetahuan kesopan bebas dari bahaya resiko dan sikap yang dapat dipercaya dari pegawai perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan yang diukur dengan indikator seperti : kompetensi pegawai, produk pelayanan, dan biaya atau tarif pelayanan.
- e. Empati (empathy) yaitu kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, dan kemampuan memahami kebutuhan pelanggan yang diukur dengan indikator berikut : pegawai bersikap ramah dan sopan dalam melayani pelanggan, pegawai menghormati pelanggan, pegawai memiliki sikap simpatik.

3.4.2 Kepuasan pelanggan merupakan konsekuensi dari perbandingan yang dilakukan oleh pelanggan yang membandingkan antara tingkatan dari manfaat yang dirasakan terhadap manfaat yang diharapkan oleh pelanggan. Adapun indikator kepuasan pelanggan (menurut Irawan, 2008), yaitu :

1. Perasaan puas (dalam arti puas akan produk dan pelayanannya)
2. Selalu membeli produk
3. Akan merekomendasikan kepada orang lain
4. Terpenuhinya harapan pelanggan setelah membeli produk

3.5 jenis dan Sumber data

3.5.1 Jenis data

Pada penelitian ini menggunakan jenis data yang berupa kuantitatif menurut (Sugiyono 2015)

Data kuantitatif adalah data yang didominasi oleh angka yang merepresentasikan satu ukuran kualitatif objek yang diteliti dalam satuan ukuran tertentu, seperti data jumlah dan atau karakteristik objek yang diteliti dalam satuan ukuran tertentu, seperti data jumlah dan karakteristik pegawai dan pelanggan listrik prabayar pada PT. PLN (persero) rayon tanjung selor hasil tanggapan responden dan sebagainya.

3.5.2 Sumber data

1. Data primer yaitu data yang diperoleh dari responden secara langsung melalui wawancara dan kuesioner terkait penelitian
2. Data sekunder yaitu data yang diperoleh dari PT.PLN (persero) rayon tanjung selor terkait dengan penelitian.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik penelitian yang digunakan dalam pengumpulan data adalah :

3.6.1 Observasi

Adalah kegiatan pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung terhadap kondisi lingkungan objek penelitian tersebut (Siregar 2013) penelitian melakukan pengamatan dengan menggunakan indra penglihatan tidak dengan melakukan pertanyaan-pertanyaan hal ini dilakukan dengan

tujuan untuk mendapatkan data mengenai keadaan fisik obyek yang mencakup fasilitas yang ada dikawasan perusahaan

3.6.2 Penelitian Pustaka (*library research*)

Merupakan suatu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan membaca, mengkaji, serta mempelajari buku-buku, literatur, jurnal-jurnal referensi dan lain-lain yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti. Menurut *sugiyono (2011:291)* terdapat tiga kriteria yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian yaitu relevansi, kemutakhiran, dan keaslian.

3.6.3 Kuesioner

Adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya (Sugiyono 2011), mengumpulkan data dengan mengirim pertanyaan untuk diisi sendiri oleh responden, dilakukan dengan menyebarkan form kuesioner yang berisi pertanyaan-pertanyaan meliputi penilaian.

Jawaban setiap item instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai dengan negatif untuk mengukur variabel diatas digunakan skala likert sebagai berikut:

- a) Sangat setuju
- b) Setuju
- c) Netral
- d) Tidak setuju
- e) Sangat tidak setuju

Klasifikasi sebutan dengan kategori sebagai berikut:

Tabel 3.2

Daftar Pemberian Skor

No	Keterangan	skor
1	Sangat setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu-ragu	3
4	Tidak setuju	2
5	Sangat tidak setuju	1

Sumber: Dibuat untuk pemberian skor

3.7 Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Validitas

Digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesoner. Suatu kuesoner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesoner mampu mengungkapkan suatu yang diukur oleh kuesoner tersebut

(Ghozali 2012) uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel untuk *degree of freedom* (df) = $n-2$, dalam hal ini n adalah jumlah sampel dan $\alpha = 0,05$ jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilai positif maka butir atau pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali,2021)

3.7.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesoner yang merupakan indikator dari fariabel atau konstruk.suatu kuesoner dikatakan

reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali, 2012).

3.8 Uji asumsi klasik

Adapun uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji multikolinieritas, dan uji heteroskedastisitas.

3.8.1 Uji normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residu memiliki distribusi normal (Ghozali 2012). Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu dengan melihat probability plot yang membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan menentukan garis lurus diagonal, dan plotting data residu akan dibandingkan dengan garis diagonal jika distribusi data residual normal maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2012).

3.8.2 Uji multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen (Ghozali, 2012) untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinieritas di dalam regresi maka dapat dilihat dari nilai tolerance dan variance inflation (VIF) nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi

(karena $VIF = 1/Tolerance$) nilai cut off yang umum dipakai untuk menunjukkan tingkat multikolinieritas adalah nilai tolerance $\leq 0,10$ atau sama dengan nilai ≥ 10 .

3.8.3 Uji heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residu satu pengamatan kepengamatan yang lain model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali 2012)

3.8.4 Analisis regresi linier sederhana

Pada penelitian ini analisis data dilakukan dengan analisis regresi linear sederhana dengan bentuk persamaan regresi sebagai berikut :

$$\hat{Y} = a + b X \dots\dots\dots (\text{Husaini Usman 2011:216})$$

Keterangan :

$\hat{Y}$ = keputusan pelanggan (dependen variabel)

X = kualitas pelayanan (independen variabel)

a = konstanta (itercept) b = koefisien regresi (sloop garis)

3.9 Uji Hipotesis

3.9.1 Uji Pengaruh Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji secara parsial masing-masing variabel. Hasil uji t dapat dilihat pada table *coefficients* pada kolom sig (*significance*). Jika probabilitas nilai t atau signifikan $< 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa

terdapat pengaruh antara variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) secara persial. Namun, jika probabilitas nilai t atau signifikan $> 0,05$, maka dapat dikatakan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat.

3.9.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji Determinasi (R^2) ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. koefisien determinasi terletak pada *Model Summary* dan tertulis *R Square*. Jika nilai R^2 kecil maka kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variasi variabel terikat sangat terbatas.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambar Obyek Penelitian

PT.PLN persero (rayon) Tanjung selor adalah satu-satunya perusahaan milik negara atau BUMN yang bergerak di bidang penyedia listrik di tanjung selor tepatnya di jalan Jelarai Raya.

Gambar 4.1

Kantor PLN persero (rayon) Tanjung Selor



4.1.1 Visi dan Misi PT.PLN persero (rayon) Tanjung selor

Visi:

Menjadi perusahaan listrik terkemuka se-asia tenggara dan #1 pilihan pelanggan untuk solusi energi.

Misi :

1. Menjalankan bisnis kelistrikan dan bidang lain yang terkait, terorientasi pada kepuasan pelanggan, anggota perusahaan dan pemegang saham.
2. Menjadikan tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat
3. Mengupayakan agar tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi.
4. Menjalankan kegiatan usaha yang berwawasan lingkungan.

4.2 Karakteristik responden

4.2.1 Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin, jumlah konsumen yang menjadi responden dalam penelitian ini di sajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.1

Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Perempuan	31	34,4 %
Laki-Laki	59	65,6 %
Total	90	100 %

Sumber : Data diperoleh 2021

Dari data diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang menjawab penelitian ini 90 orang. Dimana perempuan sebanyak 31 orang dan laki-laki 59 orang.

4.2.2 Usia

Berdasarkan Usia, jumlah konsumen yang menjadi responden dalam penelitian ini di sajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Menurut Usia

Usia	Jumlah	Persentase
20-30	53	58,9
31-40	29	32,2
41-50	8	8,9
Total	90	100%

Sumber : Data diperoleh 2021

Dari data diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang menjawab penelitian ini 90 orang. Dimana data diatas responden yang berusia 20-30 Thn sebanyak 53 orang dan yang berusia 31-40 Thn sebanyak 29 orang, usia 41-50 Thn berjumlah 8 orang.

4.2.3 Pekerjaan

Berdasarkan Pekerjaan, jumlah konsumen yang menjadi responden dalam penelitian ini di sajikan dalam tabel berikut:

Tabel 4.3

Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pelajar/Mahasiswa	14	15,6
Pegawai Negri	11	12,2
Kariawan Swasta	24	26,7
Lain-Lain	41	45,6
Total	90	100 %

Sumber : Data diperoleh 2021

Dari data diatas, dapat diketahui bahwa jumlah responden yang menjawab penelitian ini 90 orang. Dimana data diatas responden yang berkerja sebagai Pelajar/Mahasiswa sebanyak 14 orang dan yang berkerja sebagai Pegawai Negri sebanyak 11 orang, serta yang berkerja sebagai kariawan Swasta sebanyak 24 orang dan Lain-Lain sebanyak 41 orang.

4.3 Uji instrumen penelitian

Uji Instrumen Penelitian meliputi pengujian Validitas dan Reliabilitas. Validitas instrumen diuji dengan alat analisis Korelasi Pearson antara item dengan total item. Jika nilai korelasi di atas 0,05 mengindikasikan item tersebut valid. Sebaliknya jika nilai korelasi di bawah 0,05 mengindikasikan item tersebut tidak valid, sehingga tidak layak diikutsertakan pada tahap selanjutnya. Hasil pengujian Validitas instrumen Variabel kualitas pelayanan (X) disajikan seperti dalam tabel berikut:

Tabel 4.4

Tanggapan Responden Terhadap Kualitas Pelayanan (X)

NO	Pertanyaan Variabel Kualitas Pelayanan (X)	Skor	Tanggapan Responden					Jumlah
			STS	TS	KS	S	SS	
1	Apakah PT.PLN persero (Rayon) Tanjung selor memiliki lokasi yang strategis	JUMLAH	0	4	23	56	7	90
		%	0	4	25	62	7	100
2	Kariawan mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi pelanggan	JUMLAH	0	4	31	43	12	90
		%	0	4	34	47	13	100
3	Kariawan mampu melayani pelanggan dengan cepat dan tepat	JUMLAH	0	6	34	37	13	90
		%	0	6	37	41	14	100
4	Kariawan selalu bersikap ramah dan sopan pada setiap pelanggan	JUMLAH	0	4	28	47	11	90
		%	0	4	31	52	12	100
5	Kariawan memberikan perhatian yang baik secara individu dan profesional	JUMLAH	0	3	29	49	9	90
		%	0	3	32	54	10	100

Sumber: Data Diolah,2021

Pada tabel 4.4 dapat dikelaskan bahwa pertanyaan pertama tentang kualitas pelayanan indikator bukti langsung (X 1) Pelanggan merasa sarana dan prasarana fisik perusahaan serta keadaan lingkungan didominasi dengan jawaban Setuju yaitu sejumlah 56 responden atau 62% hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut

Pada pertanyaan kedua tentang kualitas pelayanan indikator kehandalan (X 2) Pelanggan merasa pelayanan yang diberikan akurat dan memuaskan didomisili oleh jawaban 43 responden atau 47% hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut

Pada pertanyaan ketiga tentang kualitas pelayanan indikator Daya tanggap (X 3) Pelanggan merasa pelayanan yang diberikan tanggap dan didomisili oleh jawaban 47 responden atau 41% hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut

Pada pertanyaan keempat tentang kualitas pelayanan indikator Jaminan (X 4) Pelanggan merasa pelayanan yang diberikan sopan, dapat dipercaya sehingga pelanggan merasa tidak ada keraguan dalam pelayanan didomisili oleh jawaban 47 responden atau 52% hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut

Pada pertanyaan kelima tentang kualitas pelayanan indikator kehandalan (X 5) Pelanggan merasa pelayanan yang diberikan memiliki komunikasi yang baik perhatian serta memahami kebutuhan para pelanggan didomisili oleh jawaban 49 responden atau 54% hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut

Tabel 4.5

Tanggapan Responden Terhadap Kepuasan Pelanggan (Y)

NO	Pertanyaan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)	Skor	Tanggapan Responden					Jumlah
			STS	TS	KS	S	SS	
1	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan	JUMLAH	0	5	23	48	14	90
		%	0	5	24	51	18	100
2	Terpenuhinya kebutuhan pelanggan atas jasa yang diberikan oleh pihak PT. PLN persero (rayon) tanjung selor	JUMLAH	0	0	31	45	14	90
		%	0	0	33	47	18	100
3	Fasilitas dan kenyamanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan	JUMLAH	0	3	20	52	15	90
		%	0	3	20	57	18	100
4	PT. PLN persero (rayon) tanjung selor memiliki kinerja yang baik	JUMLAH	0	5	25	46	14	90
		%	0	5	26	48	18	100

Sumber: Data Diolah, 2021

Pada tabel 4.5 dapat dikelaskan bahwa pertanyaan pertama tentang Kepuasan Pelanggan indikator perasaan puas (Y 1) Pelanggan merasa menerima pelayanan yang baik dan produk yang berkualitas didominasi dengan jawaban Setuju yaitu sejumlah 48 responden atau 51% hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut

Pada pertanyaan kedua tentang Kepuasan Pelanggan indikator Selalu Membeli Produk (Y 2) Pelanggan selalu membeli produk dan terus memakai produk tersebut didomisili oleh jawaban 45 responden atau 47% hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut

Pada pertanyaan ketiga tentang Kepuasan Pelanggan indikator akan merekomendasikan kepada orang lain (Y 3) Pelanggan yang merasa puas akan merekomendasikan kepada orang lain didomisili oleh jawaban 52 responden atau 57% hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut

Pada pertanyaan keempat tentang Kepuasan Pelanggan indikator terpenuhinya harapan pelanggan (Y 4) Pelanggan merasa membeli produk sesuai dengan harga dan harapan didomisili oleh jawaban 46 responden atau 48% hal ini menunjukkan bahwa responden umumnya memberikan respon setuju pada pernyataan tersebut

Tabel 4.6

Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Variabel Kualitas

Pelayanan(X)

Indikator	Korelasi
X1	0,405
X2	0,647
X3	0,633
X4	0,642
X5	0,686
Alpha Cronbach = 0,685	

Sumber: Data Diolah,2021

Dari data diatas terlihat bahwa dari 5 indikator dari variabel kualitas pelayanan (X) memiliki korelasi antara 0.405 hingga 0.686 Dari besarnya korelasi terlihat bahwa seluruh nilai lebih besar dari 0.05 sehingga seluruh item pertanyaan dinyatakan valid, dari hasil uji realibilitas memperlihatkan nilai alpha cronbach sebesar 0.685 karena nilai ini lebih besar dari 0.05 sehingga instrumen untuk variabel kualitas pelayanan (X) dinyatakan reliabel.

Hasil pengujian Validitas instrumen Variabel Kepuasan Pelanggann (Y) disajikan seperti dalam tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.7
Hasil Uji Validitas dan Realibitilas Variabel Kepuasan
Pelanggan (Y)

Indikator	korelasi
Y1	0.788
Y2	0.665
Y3	0.686
Y4	0.803
Alpha Cronbach = 0.721	

Sumber: Data Diolah, 2021

Dari data diatas terlihat bahwa dari 4 indikator dari variabel Kepuasan Pelanggan (Y) memiliki korelasi antara 0.665 hingga 0.803 Dari besarnya korelasi terlihat bahwa seluruh nilai lebih besar dari 0.5 sehingga seluruh item pertanyaan dinyatakan valid, dari hasil uji realibilitas memperlihatkan nilai alpha cronbach sebesar 0.721 karena nilai ini lebih besar dari 0.5 sehingga instrumen untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dinyatakan reliabel.

4.4 Uji Asumsi Klasik

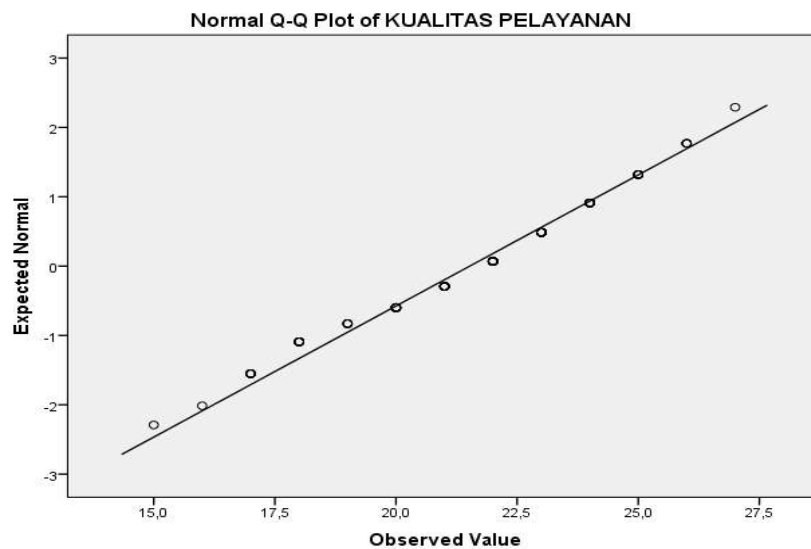
Sebelum melakukan analisis data untuk mencari pengaruh antara variabel yang dipakai untuk penelitian dilakukan uji asumsi yaitu uji normalitas, uji Multikolinieritas, dan uji hesteroskedastisitas pelaksanaan uji asumsi klasik dilakukan dengan SPSS.

4.4.1 Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui data variabel pengguna atau residul memiliki distribusi normal metode yang digunakan yaitu Normal P-P Plot. Ketentuannya adalah jika titik-titik masih berada disekitar garis diagonal maka dapat dikatakan bahwa residul menyebar normal

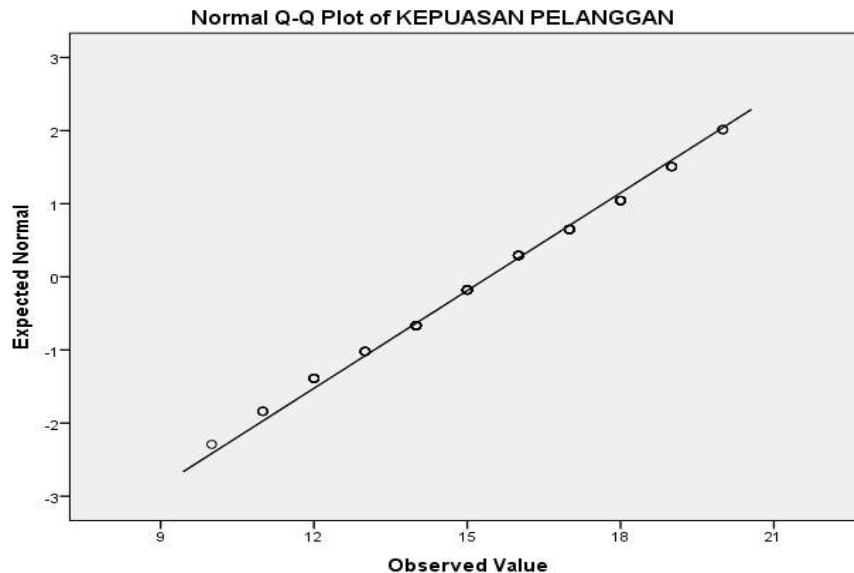
Gambar 4.2

Hasil Uji Normalitas Variabel Kualitas Pelayanan (X)



Gambar 4.3

Hasil Uji Normalitas Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)



Pada normalitas data dengan kurva normal P-P Plot, suatu variabel dikatakan telah berdistribusi normal jika gambar distribusi dengan titik-titik data yang menyebar disekitar garis diagonal dan penyebaran titik-titik data searah mengikuti garis diagonal. Sehingga dapat disimpulkan bahwa pada gambar 4.2 sampai 4.3 untuk masing-masing variabel penelitian yaitu kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan telah berdistribusi normal karena penyebaran titik-titik data menyebar disekitar garis diagonal dan penyebarannya searah mengikuti garis diagonal jadi, model regresi memenuhi asumsi normalita

Tabel 4.8

Hasil Uji Normalitas

Descriptive Statistics						
	N	Mean	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	90	,0000000	,041	,254	-,055	,503
Valid N (listwise)	90					

Sumber: Data Diolah, 2021

Nilai Skewness $(0,041) / 0,254 = 0,161$ dan kurtosis $(-0,055) / 0,503 = 0,109$ artinya kedua nilai tersebut berada diantara -2 sampai dengan + 2 yang berarti data berdistribusi normal.

4.4.2 Uji Multikolinieritas

Uji Multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui besarnya interkorelasi antara variabel bebas dalam penelitian ini jika terjadi korelasi, maka dinamakan terdapat masalah Multikolinieritas untuk mengetahui hal tersebut, antara variabel bebas dikatakan tidak terjadi gejala Multikolinieritas jika nilai *tolerance* lebih dari 10 persen (*tolerance* > 0,10) dan memiliki nilai VIF kurang dari 10 (*VIF* < 10) begitupun sebaliknya, apabila *tolerance* kurang dari 10 persen (*tolerance* < 0,10) dan memiliki nilai VIF lebih dari 10 (*VIF* > 10) maka dapat menunjukkan bahwa antara variabel independen terjadi gejala Multikolinieritas. Berikut hasil uji Multikolinieritas

Tabel 4.9**Hasil Uji Multikolinieritas**

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7,464	1,765		4,230	,000		
KUALITAS PELAYANAN	,370	,081	,436	4,543	,000	1,000	1,000

Sumber: Data Diolah, 2021

Dari output tersebut dapat kita lihat bahwa nilai VIF untuk variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, memiliki nilai $VIF < 10$ yang artinya tidak terjadi gejala Multikolinieritas

4.4.3 Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas adalah suatu keadaan dimana varian dari kesalahan pengguna tidak konstan untuk semua nilai variabel bebas, dimana uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residu atau satu pengamatan lainnya.

Tabel 4.10**Hasil Uji Heteroskedastisitas**

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2,130	1,069		1,991	,050		
KUALITAS PELAYANAN	-,025	,049	-,054	-,503	,616	1,000	1,000

Pada output tersebut, kita hanya perlu fokus pada kolom sig, terlihat bahwa nilai variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan tidak signifikan artinya tidak terjadi masalah Heteroskedastisitas

Tabel 4.11

Hasil Uji analisis r egresi linear sederhana

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	7,464	1,765		4,230
	KUALITAS PELAYANAN	,370	,081	,436	4,543
					Sig.
					,000
					,000

Sumber: Data Diolah,2021

Dari tabel diatas menunjukkan hasil yang diperoleh nilai constant (a) sebesar 7,464 sedangkan nilai kualitas pelayanan (koefisien regresi) sebesar 0,370 dari hasil tersebut dapat dimasukkan dalam persamaan regresinya sebagai berikut:

$$Y = a + bX + e$$

$$Y = 7,464 + 0,370X$$

Berdasarkan nilai signifikansi yang diperoleh dari tabel diatas sebesar 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) berpengaruh terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

4.5 Uji Hipotesis

4.5.1 Uji Parsial (Uji T)

Uji t dilakukan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat. Apabila nilai signifikan (sig) lebih kecil dari 0,05 maka suatu variabel dikatakan berpengaruh secara signifikan terhadap variabel yang lain adapun kriteria penerimaan dan penolakan hipotesis adalah:

- a) Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b) Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Tabel 4.12

Hasil Uji Parsial (Uji t)

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	7,464	1,765		4,230	,000		
KUALITAS PELAYANAN	,370	,081	,436	4,543	,000	1,000	1,000

Sumber: Data Diolah, 2021

Pada output diatas nilai sig untuk variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah $0,000 < 0,05$ artinya secara parsial ada pengaruh secara signifikan antara variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Cara kedua membandingkan nilai t tabel dan t hitung dengan rumus:

$$(a / 2 ; n-k-1) = (0,05/2; 90-1-1) = (0,025 ; 88)$$

Selanjutnya membandingkan nilai T tabel dan T hitung yaitu 4,543 yang dimana $4,543 > 1.198729$ Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak maka dapat disimpulkan secara parsial ada pengaruh antara variabel kualitas pelayanan

terhadap kepuasan pelanggan

4.5.2 Koefisien Determinasi

Uji ini bertujuan untuk menentukan proporsi atau persentase total variasi dalam variabel terikat yang diterangkan oleh variabel bebas. Apabila analisis yang digunakan adalah regresi sederhana, maka yang digunakan adalah nilai R Square namun, apabila analisis yang digunakan adalah regresi berganda maka yang digunakan adalah Adjusted R Square.

Tabel 4.11

Hasil Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,436 ^a	,190	,181	2,031

Sumber: Data Diolah, 2021

Dari hasil tabel diatas menjelaskan bahwa besarnya nilai hubungan (R) yaitu sebesar 0,436. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,190 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah 181% sedangkan sisanya (100% - 181%) = 81% dipengaruhi variabel lain yang tidak di bahas dalam penelitian ini

Pembahasan

Berdasarkan hasil pengujian, diketahui bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pengguna jasa listrik artinya setiap pelayanan yang terbaik yang diberikan oleh perusahaan akan meningkatkan kepuasan pelanggan pengguna listrik PT PLN (Persero) rayon tanjung selor hal ini diperkuat dan didukung oleh nilai Sig lebih kecil dari nilai Alpha yaitu $0,000 < 0,05$ yang artinya kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pengguna listrik PLN. Selanjutnya dapat dilihat hasil dari T tabel lebih kecil dari T hitung yaitu $1.198729 < 4.543$ artinya H_0 diterima dan H_a ditolak.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pengguna listrik PT.PLN (persero) rayon Tanjung Selor dan berbagai uraian yang telah dijelaskan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

Kualitas pelayanan pada PT.PLN (persero) rayon Tanjung Selor sangat baik karena persentase dari kualitas pelayanan memiliki nilai-nilai yang tinggi atau persentase yang baik. dari hasil tersebut diketahui bahwa indikator pada kualitas pelayanan yang tertinggi adalah *Emphaty* sebesar 0,686 atau 68 % yang artinya kepedulian dan perhatian sangat dibutuhkan pelanggan dalam melakukan pelayanan

Kepuasan Pelanggan pada PT.PLN (persero) rayon Tanjung Selor sangat baik karena persentase dari kualitas pelayanan memiliki nilai-nilai yang tinggi atau persentase yang baik. dari hasil tersebut diketahui bahwa indikator pada Kepuasan Pelanggan yang tertinggi adalah *terpenuhinya harapan pelanggan* sebesar 0.803 atau 80 % yang artinya terpenuhinya harapan pelanggan sangat dibutuhkan pelanggan dalam melakukan kepuasan pelanggan.

B. Saran

Bagi pihak PT.PLN (persero) rayon Tanjung Selor hendaknya mempertahankan dan meningkatkan kualitas pelayanan yang diberikan pada pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan tidak kecewa

PT.PLN (persero) rayon Tanjung Selor harus memperhatikan kepuasan pelanggan dengan cara memenuhi harapan pelanggan yang masih kurang dirasakan oleh pelanggan

DAFTAR PUSTAKA

- A.Wijayanto. (2008). *Analisis Regresi Linear Sederhana*. [online]. Tersedia: http://eprints.undip.ac.id/6440/1/ANALISIS_REGRESI_LINEAR_SEDE RHANA.pdf. [10 April 2015].
- Ade Onny Siagian,Rini Matiwi,Natal Indra 2020 *Manajemen Pemasaran Universitas Bina Sarana Informatika*
- Aryani Dwi Dan Rosinta Febrina 2010 Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan pelanggan Dalam Membentuk Loyalitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi No. 17 :No 2
- George R. Terry dalam Afifudin. 2013 *Dasar Manajemen*. Bandung: Alfabet
- Ghozali, Imam. 2012. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta: Universitas Diponegoro
- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Edisi 8). Cetakan ke VIII. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ismerisa 2013 Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Fakultas Ilmu Sosial Dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga
- Kotler, P dan Keller L.2012. *manajemen pemasaran*, jilid 1 Edisi ke-13 Ahli Bahasa Bob Sabran MM. Jakarta: Erlangga
- Kotler,Philip Dan Killer Lane Kevin 2009 *Manajenen Pemasaran* Edisi Ke 13 Penerbit Erlangga Jakarta
- Nuraini 2016 Pengaruh Kualitas Pelayanan PT.PLN (Persero) Terhadap Kepuasan Pelanggan di Kabupaten Sinjai Jurusan Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar

Philip Kotler, Kevin Lane Keller (2010) *Manajemen Pemasaran* Jilid 2 Jakarta: Erlangga

Sugiyono 2013 *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* Alfabet Bandung

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Bisnis* (Cetakan ke-16, Maret 2012). Bandung.

Syukri Triadi 2018 Pengaruh Kualitas Pelayanan Listrik Prabayar Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Sub Rayon Sakura Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhamadiyah Pontianak

Widyana Verawaty Siregar 2020 *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT PLN (persero) Listrik Monopoli* Fakultas Teknik Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Malikussaleh

Tjiptono, Fandy. (2006). Yogyakarta: Andi Offset

Basu Swasta, Dharmesta dan Irawan, (2008) *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty, Yogyakarta.

KUESONER PENELITIAN
PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PENGGUNA JASA LISTIK.
(studi kasus pada PT.PLN persero (rayon) Tanjung selor)

1. Data responden

Beri tanda () pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan jawaban anda

Nama :

Jenis kelamin : ☐ laki-laki
☐ Perempuan

Usia :

Keterangan :
STS = Sangat Tidak Setuju
TS = Tidak Setuju
KS = Kurang Setuju
S = Setuju
SS = Sangat Setuju

2. Kualitas Pelayanan

NO	Keterangan	STS	TS	KS	S	SS
1	Apakah PT.PLN persero (rayon) tanjung selor memiliki lokasi yang strategis					
2	Fasilitas area parkir dan sarana yang diberikan luas dan memadai					
3	Kariawan mampu menyelesaikan keluhan yang dihadapi pelanggan					
4	Karyawan memberikan pelayanan secara maksimal kepada pelanggan					
5	Kariawan dapat mengatakan dengan pasti kapan pelayanan yang dibutuhkan dapat terlaksana					

6	Kariawan mampu melayani pelanggan dengan cepat dan tepat					
7	Kariawan selalu bersikap ramah dan sopan pada setiap pelanggan					
8	Kariawan memberi jaminan profesionalisme dalam melayani pelanggan					
9	Kariawan memberikan perhatian yang baik secara individu dan profesional					

3. Kepuasan pelanggan

NO	Keterangan	STS	TS	KS	S	SS
1	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan					
2	Terpenuhinya kebutuhan pelanggan atas jasa yang diberikan oleh pihak PT. PLN persero (rayon) tanjung selor					
3	Fasilitas dan kenyamanan yang diberikan sesuai dengan harapan pelanggan					
4	PT. PLN persero (rayon) tanjung selor memiliki kinerja yang baik					

TABULASI DATA PENELITIAN
Kualitas Pelayanan (X)

4	4	3	4	3
3	4	4	4	4
4	3	3	3	4
4	3	3	3	4
3	4	4	3	3
4	4	4	5	4
4	3	4	3	4
5	4	4	3	3
4	3	3	4	4
4	4	3	3	3
4	3	5	4	4
4	3	4	3	3
4	4	3	4	4
4	3	4	3	3
4	4	4	5	4
3	4	4	4	4
4	5	3	4	4
2	3	3	3	4
3	4	3	4	4
4	3	4	4	5
3	4	4	5	4
5	4	4	3	4
4	4	3	3	4
3	4	3	4	4
4	3	3	3	3
3	4	5	4	5
3	4	3	4	4
4	4	3	4	4
4	3	4	4	3
4	3	3	5	4
3	4	4	3	4
4	2	3	3	3
4	3	2	4	3

4	5	4	4	5
3	3	2	2	3
4	3	3	3	2
4	4	3	4	4
4	4	3	3	4
2	3	3	3	3
4	4	3	4	4
2	3	2	2	3
3	4	4	3	3
4	4	3	5	4
3	4	4	4	4
3	3	4	4	3
4	3	4	4	5
4	4	3	3	3
4	4	5	5	4
3	2	3	4	4
3	2	2	4	4
4	4	4	3	4
4	5	4	5	4
3	3	3	4	3
4	3	3	4	3
5	5	4	5	4
3	2	3	3	2
4	4	5	5	4
3	4	5	4	4
3	4	5	5	4
3	4	5	4	3
4	4	3	4	4
4	3	3	4	4
2	3	3	3	3
4	5	5	4	5
3	4	4	4	4
4	3	4	4	3
3	4	5	4	4
4	3	4	4	3
4	4	5	4	4
4	4	3	3	4
4	5	4	3	4
5	4	4	4	4

4	4	4	5	5
4	3	4	2	3
4	5	4	4	5
4	3	4	4	3
5	5	4	4	4
4	5	3	4	4
4	3	3	2	2
4	4	5	4	5
5	4	5	4	4
4	4	3	4	3
4	3	4	4	3
4	5	4	3	3
3	4	2	3	3
4	5	5	4	5
4	5	4	3	4
5	3	4	4	4
4	4	4	3	4
4	3	2	4	3

TABULASI DATA PENELITIAN
Kepuasan Pelanggan (Y)

3	4	4	4
4	3	3	4
4	3	4	4
3	3	3	3
3	3	4	4
4	5	4	4
3	3	4	3
4	5	4	4
4	4	5	3
4	4	3	3
4	3	3	3
4	3	4	4
3	4	4	4
2	3	3	3

4	3	4	4
5	4	4	4
4	4	2	3
3	3	4	3
5	5	4	4
4	3	4	4
3	4	3	4
4	4	5	4
3	4	3	2
3	3	4	4
3	4	4	5
3	3	4	3
4	4	4	3
3	3	2	3
4	4	4	3
4	4	5	5
4	4	3	4
4	4	4	4
3	4	4	2
4	4	5	5
3	3	4	4
3	3	4	2
4	3	4	4
3	4	3	4
3	3	3	2
5	5	5	4
4	4	3	4
4	4	3	3
4	4	5	4
4	3	4	3
4	4	4	3
5	4	5	4
4	4	4	3
5	5	4	4
4	4	3	4
4	3	4	3
4	5	3	4
5	4	3	4
2	3	3	2

4	3	4	4
4	4	5	5
2	3	4	3
4	4	4	4
4	3	5	3
3	5	4	3
4	3	5	4
3	4	4	3
4	4	4	3
2	4	3	3
4	4	4	5
3	3	4	4
5	3	4	4
4	4	3	4
5	5	4	4
4	5	5	5
4	3	4	4
4	4	4	5
4	5	4	5
5	4	5	5
4	4	5	4
5	4	3	4
5	4	5	4
4	3	4	4
5	5	4	5
2	4	3	4
5	4	4	5
4	5	4	4
4	3	4	3
4	5	4	4
3	4	2	3
4	3	4	4
5	4	5	5
3	5	4	5
3	4	4	5
4	4	4	4
4	4	4	4

Jenis Kelamin

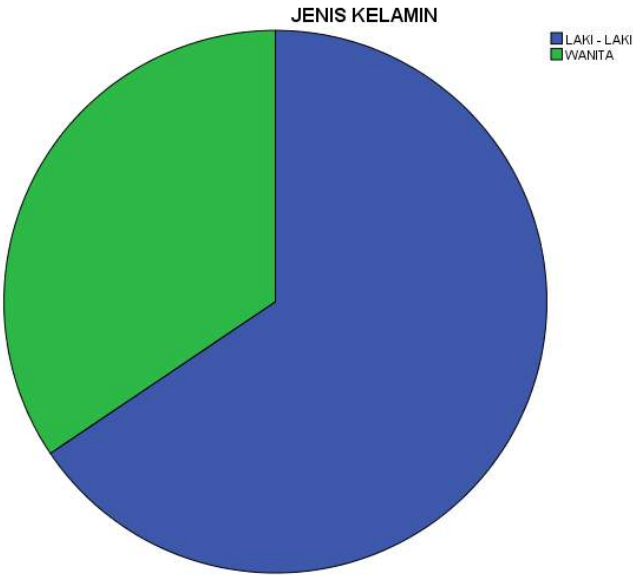
Statistics

JENIS KELAMIN

N	Valid	90
	Missing	0

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	LAKI - LAKI	59	65,6	65,6	65,6
	WANITA	31	34,4	34,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	



Usia

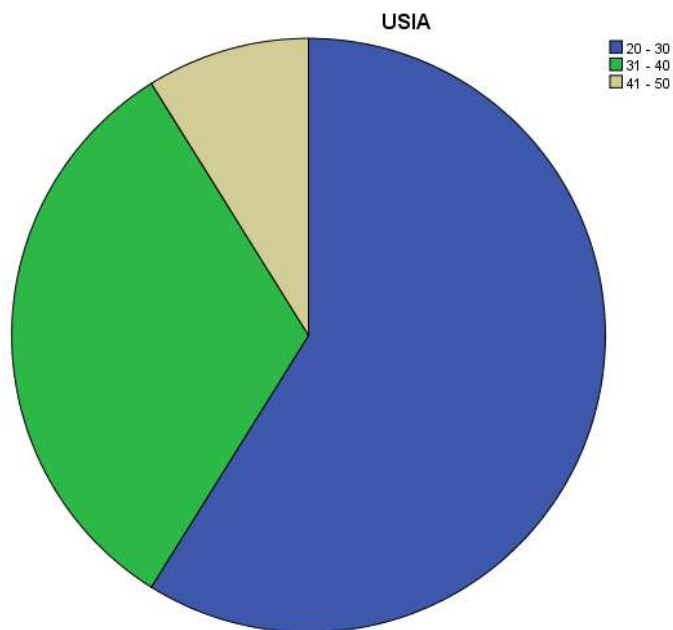
Statistics

USIA

N	Valid	90
	Missing	0

USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20 - 30	53	58,9	58,9	58,9
	31 - 40	29	32,2	32,2	91,1
	41 - 50	8	8,9	8,9	100,0
	Total	90	100,0	100,0	



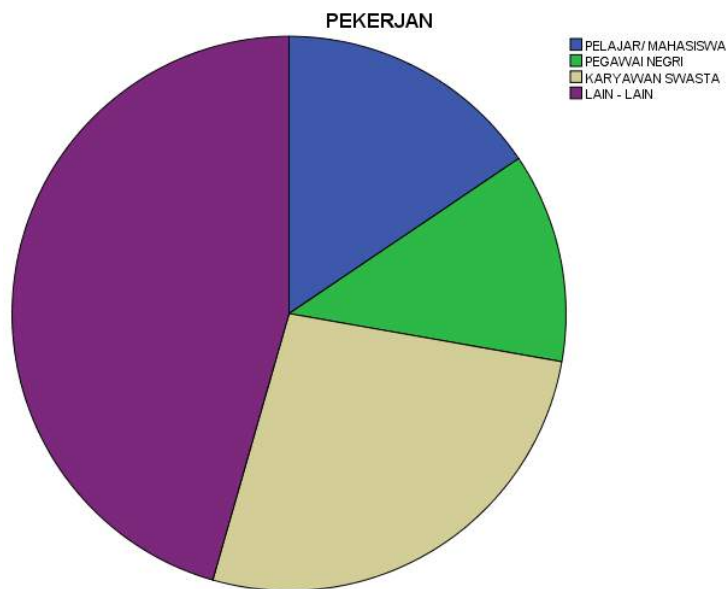
PEKERJAAN

Statistics

PEKERJAN

N	Valid	90
	Missing	0

PEKERJAN					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PELAJAR/ MAHASISWA	14	15,6	15,6	15,6
	PEGAWAI NEGRI	11	12,2	12,2	27,8
	KARYAWAN SWASTA	24	26,7	26,7	54,4
	LAIN - LAIN	41	45,6	45,6	100,0
	Total	90	100,0	100,0	



DESKRIPTIF

Statistics							
		X1	X2	X3	X4	X5	KUALITAS PELAYANAN
N	Valid	90	90	90	90	90	90
	Missing	0	0	0	0	0	0

X1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4,4	4,4	4,4
	3	23	25,6	25,6	30,0
	4	56	62,2	62,2	92,2
	5	7	7,8	7,8	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4,4	4,4	4,4
	3	31	34,4	34,4	38,9
	4	43	47,8	47,8	86,7
	5	12	13,3	13,3	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	6,7	6,7	6,7
	3	34	37,8	37,8	44,4
	4	37	41,1	41,1	85,6
	5	13	14,4	14,4	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	4,4	4,4	4,4
	3	28	31,1	31,1	35,6
	4	47	52,2	52,2	87,8
	5	11	12,2	12,2	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

X5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3,3	3,3	3,3
	3	29	32,2	32,2	35,6
	4	49	54,4	54,4	90,0
	5	9	10,0	10,0	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Statistics

		Y1	Y2	Y3	Y4	KEPUASAN PELANGGAN
N	Valid	90	90	90	90	90
	Missing	0	0	0	0	0

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	5,6	5,6	5,6
	3	22	24,4	24,4	30,0
	4	46	51,1	51,1	81,1
	5	17	18,9	18,9	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	30	33,3	33,3	33,3
	4	43	47,8	47,8	81,1
	5	17	18,9	18,9	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3,3	3,3	3,3
	3	18	20,0	20,0	23,3
	4	52	57,8	57,8	81,1
	5	17	18,9	18,9	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	5	5,6	5,6	5,6
	3,00	24	26,7	26,7	32,2
	4,00	44	48,9	48,9	81,1
	5,00	17	18,9	18,9	100,0
	Total	90	100,0	100,0	

UJI VALIDITAS

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	KUALITAS PELAYANAN
X1	Pearson Correlation	1	,241*	,190	,168	,148	,405**
	Sig. (2-tailed)		,022	,072	,113	,164	,000
	N	90	90	90	90	90	90
X2	Pearson Correlation	,241*	1	,367**	,253*	,456**	,647**
	Sig. (2-tailed)	,022		,000	,016	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90
X3	Pearson Correlation	,190	,367**	1	,335**	,389**	,633**
	Sig. (2-tailed)	,072	,000		,001	,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90
X4	Pearson Correlation	,168	,253*	,335**	1	,460**	,642**
	Sig. (2-tailed)	,113	,016	,001		,000	,000
	N	90	90	90	90	90	90
X5	Pearson Correlation	,148	,456**	,389**	,460**	1	,686**
	Sig. (2-tailed)	,164	,000	,000	,000		,000
	N	90	90	90	90	90	90
KUALITAS PELAYANAN	Pearson Correlation	,405**	,647**	,633**	,642**	,686**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90	90	90

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

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

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	KEPUASAN PELANGGAN
Y1	Pearson Correlation	1	,393**	,426**	,475**	,788**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	90	90	90	90	90
Y2	Pearson Correlation	,393**	1	,174	,422**	,665**
	Sig. (2-tailed)	,000		,100	,000	,000
	N	90	90	90	90	90
Y3	Pearson Correlation	,426**	,174	1	,438**	,686**
	Sig. (2-tailed)	,000	,100		,000	,000
	N	90	90	90	90	90
Y4	Pearson Correlation	,475**	,422**	,438**	1	,803**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	90	90	90	90	90
KEPUASAN PELANGGAN	Pearson Correlation	,788**	,665**	,686**	,803**	1
N	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90	90

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

UJI REALIBILITAS

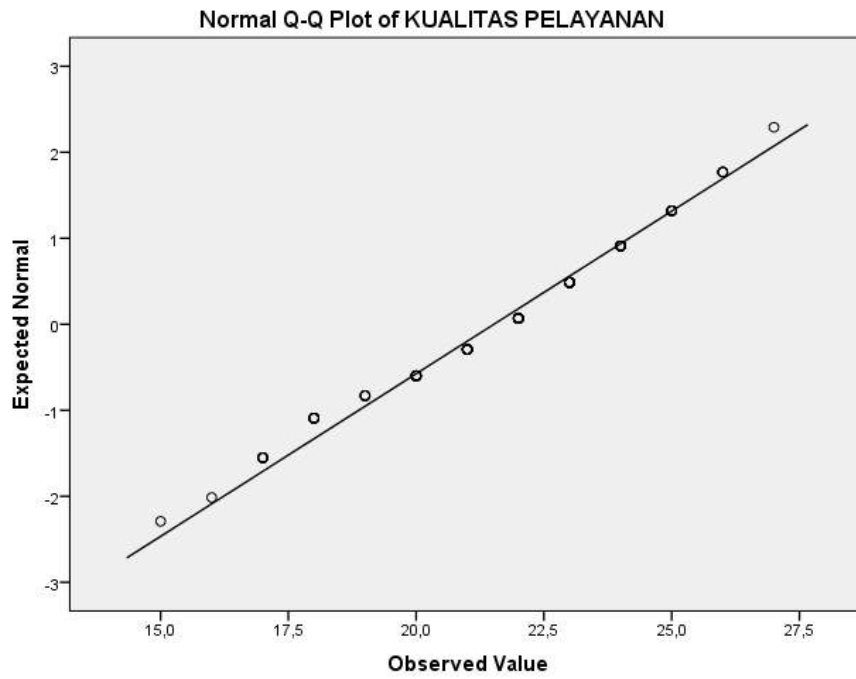
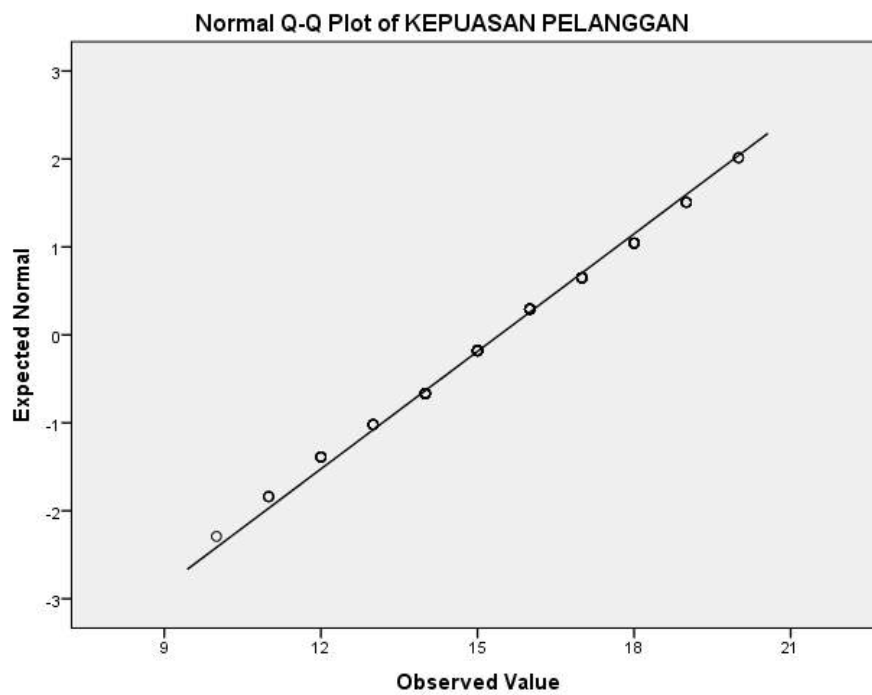
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,685	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,721	4

NORMALITAS



Descriptive Statistics

	N	Mean	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	90	,0000000	,041	,254	-,055	,503
Valid N (listwise)	90					

MULTIKOLINERITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7,464	1,765		4,230	,000		
KUALITAS PELAYANAN	,370	,081	,436	4,543	,000	1,000	1,000

Sumber: Data Diolah, 2021

UJI HETEROSKEDASTISITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2,130	1,069		1,991	,050
KUALITAS PELAYANAN	-,025	,049	-,054	-,503	,616

REGRESI LINEAR SEDERHANA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	7,464	1,765		4,230	,000
KUALITAS PELAYANAN	,370	,081	,436	4,543	,000

UJI PARSIAL (UJI T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	7,464	1,765		4,230	,000		
KUALITAS PELAYANAN	,370	,081	,436	4,543	,000	1,000	1,000

KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,436 ^a	,190	,181	2,031