

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PT. PLN (PERSERO) TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DI PATUMBAK MEDAN SELATAN (Studi Kasus Pelanggan Dengan Daya 23.000 VA)

M.Akbar Mi'raji, Suliawati, Mahrani Arfah

Program Studi Teknik Industri Universitas Islam Sumatera Utara

mhdakbarmiraji@gmail.com; Suliawati93@yahoo.co.id; killomette@yahoo.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Kualitas pelayanan pada PT. PLN (Persero) di Patumbak. PT. PLN (Persero) di Patumbak baik, karna Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa semuanya valid untuk variabel Tangible, Realibility, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Desire Service dan Adequate Service karena nilai r hitung lebih besar dari nilai r table yaitu = 0,279. Yang mempunyai validitas tertinggi adalah nomor instrumen 28 dengan koefisien korelasi 0,781 dan paling rendah adalah nomor instrumen 23 dengan koefisien korelasi 0,450. Indikator-indikator yang tertinggi dari rata-rata jumlah koefisien korelasinya pada variabel kualitas pelayanan adalah Responsiveness dengan koefisien korelasinya 0,70125, kemudian Realibility 0,61625, Tengible 0,647, Assurance 0,616 dan terakhir adalah Emphathy 0,68. Sedangkan pada variabel kepuasan pelanggan yang tertinggi adalah Adequate Service dengan koefisien korelasinya 0,68975 dan pada Desire Service dengan koefisien korelasinya yaitu 0,59725. Pengujian instrumen juga dinyatakan reliabel karna nilai yang diperoleh melebihi nilai standar yaitu 0,64 dan dibawah 0,90. Uji reliabilitas ini memberikan indikasi bahwa keandalan kuesioner yang digunakan berkorelasi tinggi dan diterima.

Kata-Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Valide, Reliable*

I. Pendahuluan

Listrik merupakan sumber kehidupan bagi masyarakat yang mempunyai fungsi penting sebagai penerangan dan energi dalam segala aktivitas sehari-hari karena era modern ini merupakan zaman yang serba listrik. Ketergantungan manusia akan kebutuhan listrik disebabkan karena energi listrik dapat diubah dalam bentuk lain seperti energi listrik menjadi energi panas. Listrik digunakan dalam menggerakkan peralatan industri, perbankan, rumah tangga, perusahaan, rumah sakit sampai pada pendidikan.

Di Indonesia PT. PLN merupakan salah satu BUMN yang memberikan jasa pelayanan terhadap masyarakat baik masyarakat kalangan bawah sampai kalangan atas. PT. PLN (Persero) di Indonesia sudah lama ada dan berkembang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. PT. PLN (Persero) di Indonesia memiliki dua program yaitu listrik pasca bayar dan listrik Prabayar. Kedua program tersebut sudah dinikmati masyarakat diseluruh Indonesia termasuk di Patumbak.

PT. PLN (Persero) banyak memberikan jasa pelayanan terhadap masyarakat diantaranya pelayanan pemasangan listrik baru, penambahan daya listrik, penyedia lampu penerangan jalan dan layanan gangguan listrik baik di kantor, rumah, perusahaan, rumah sakit, sekolah, taman dan lain-lain. PT. PLN (Persero) harus mampu memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya atau bahkan memberikan pelayanan prima kepada masyarakat karena akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan.

BUMN harus dapat memberikan kepuasan kepada masyarakat selaku konsumen dan

memberikan citra yang baik di mata masyarakat dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas. Melihat keadaan tersebut, pemerintah berupaya agar BUMN berusaha dapat memperbaiki keadaan dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat. Dengan pelayanan yang baik, diharapkan masyarakat akan merasa dihargai dan tidak merasa diabaikan haknya dan akhirnya masyarakat sebagai pengguna atau pelanggan dari jasa yang ditawarkan oleh perusahaan milik pemerintah tersebut akan merasa puas.

Kepuasan pelanggan merupakan syarat untuk perusahaan bertahan dan merupakan hal yang sangat penting karena dengan mempertahankan kepuasan pelanggan maka akan tercipta pencitraan baik bagi perusahaan itu sendiri, serta adanya hubungan yang baik antara perusahaan dan pelanggan. Kepuasan pelanggan merupakan kunci suksesnya suatu perusahaan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka semakin tinggi pula citra atau keberhasilan perusahaan dimata pelanggan atau bahkan perusahaan bisa mendapat kepercayaan yang baik dimata pemerintah.

Menurut pengamatan singkat yang telah dilakukan sejak satu tahun yang lalu tepatnya di Patumbak terdapat beberapa permasalahan yang berupa keterlambatan pelayanan, ketidakpastian waktu dan biaya pelayanan. Fenomena tersebut akan menimbulkan pemikiran-pemikiran negatif dari pelanggan.

Pelayanan pelanggan merupakan unsur yang penting dalam usaha peningkatan kepuasan pelanggan, oleh karna itu suatu perusahaan harus memberikan pelayanan yang prima terhadap

pelanggan. Oleh karena itu PT. PLN (Persero) di Patumbak harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan.

II. Tinjauan Pustaka

2.1 Kualitas Pelayanan

Menurut Wijaya bahwa “Kualitas adalah sesuatu yang diputuskan oleh pelanggan. Artinya, kualitas didasarkan pada pengalaman aktual pelanggan atau konsumen terhadap produk atau jasa yang diukur berdasarkan persyaratan- persyaratan tersebut.” Wijaya, Tony (2011:11).

Selanjutnya Garvin dan Davis menyatakan bahwa “Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, manusia/tenaga kerja, proses dan tugas, serta lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pelanggan atau konsumen.” Nasution, (2004:41)

2.2. Kepuasan Pelanggan

Menurut Wijaya bahwa “Pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita (perusahaan) untuk memenuhi standar kualitas tertentu, dan karena itu akan memberikan pengaruh pada kinerja perusahaan²⁴.” Sedangkan menurut Soedjas, “Pelanggan adalah fokus dari aktivitas bisnis perusahaan apapun. Dengan demikian, pelanggan adalah orang nomor satu di perusahaan.” Soedjas, (2014:15)

Pelanggan adalah semua orang yang menuntut perusahaan untuk memenuhi standar kualitas tertentu, dan karena itu akan memberikan pengaruh pada kinerja perusahaan. Manajemen perusahaan L.L Bean, Freeport, Maine, memberikan definisi tentang pelanggan yaitu

1. Pelanggan adalah orang yang tidak tergantung pada kita (perusahaan), tetapi perusahaan yang tergantung padanya
2. Pelanggan adalah orang yang membawa perusahaan ke keinginannya.

Menurut Kotler & Susanto bahwa “Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.” Kotler, Philip & Santoso. (1999:52). Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan kecewa. Jika kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan sangat puas, senang atau gembira.

Kepuasan pelayanan dalam KEPMEMPAN/25/MPAN/2/M.2004 adalah “hasil pendapat dan penilaian masyarakat terhadap kinerja pelayanan yang diberikan aparatur penyelenggara pelayanan publik.” Rahmayanti, (2010:96).

Kepuasan pelanggan telah menjadi konsep sentral dalam wacana bisnis dan manajemen. Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa.

Oleh karena itu, pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan.

Kotler berpendapat bahwa “kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.” Nasution (2004:104)

Dari definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan yang ditinjau dari sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan.

Pelanggan akan merasa puas bila keinginan pelanggan telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, antara lain kualitas produk, pelayanan, aktivitas penjualan, dan nilai-nilai perusahaan.

2.3. Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan saksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Menurut Rahmayanti bahwa : “Pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah tujuan utama dalam perusahaan karena tanpa pelanggan, perusahaan tidak akan ada. Asset perusahaan sangat kecil nilainya tanpa keberadaan pelanggan. Karena itu tugas utama perusahaan adalah menarik dan mempertahankan pelanggan. Pelanggan ditarik dengan tawaran yang lebih kompetitif dan dipertahankan dengan memberikan kepuasan. Rahmayanti, (2010:5).

III. Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian adalah suatu proses berfikir dari menentukan masalah, mengumpulkan data baik melalui buku-buku maupun studi lapangan dan melakukan pengolahan data sampai akhirnya memberi kesimpulan dari masalah yang diteliti.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif untuk mengolah data-data yang diperoleh dari lokasi penelitian yang merupakan data yang berbentuk angka. Metode yang digunakan adalah metode survey dengan meneliti populasi yang relatif luas dengan cara menentukan jumlah sampel dari populasi yang diteliti. Metode ini dilakukan

dengan cara penyebaran kuisisioner/angket dan dokumentasi. Desain penelitian hubungan ini cukup sederhana karna hanya mengumpulkan skor dua variabel saja yaitu kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) dan kepuasan pelanggan kemudian menghitung koefisien korelasinya.

3.1. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Patumbak Medan Selatan, PT. PLN (Persero). Maka penelitian dilakukan pada bulan Agustus 2019 s/d Oktober 2019 selesai. Dengan syarat dan ketentuan yang telah ditentukan oleh perusahaan.

3.2. Kerangka Pikir

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan PT PLN (Persero) terhadap kepuasan pelanggan di Patumbak Medan Selatan. Secara empiris kepuasan pelanggan dapat dipahami oleh perusahaan dengan meneliti 5 (Lima) dimensi kualitas pelayanan yaitu: *Tangible* (bukti fisik), *reability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Emphaty* (empati) Jika PT.PLN (Persero) mampu menjabarkan kelima dimensi tersebut dalam suatu mekanisme pelayanan, maka kepuasan pelanggan lebih mudah diwujudkan atau dengan kata lain harapan konsumen untuk merasa puas dengan pelayanan PT. PLN (Persero) akan lebih mendekati kenyataan.

3.3. Instrumen Penelitian

Didalam penelitian dibutuhkan alat-alat yang mendukung serta digunakan yaitu:

1. Melakukan pengamatan secara langsung dan mengajukan sedikit pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) Penerapan di Patumbak.
2. Kuesioner
3. Uji Validitas
4. Uji Reliabilitas

3.4. Populasi dan Sampel

3.4.1. Populasi

Menurut Sugiyono bahwa "Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya". Dalam penelitian ini populasinya adalah pelanggan PT. PLN (Persero) di Patumbak yang menjadi populasi diberikan pelayanan sebanyak 50 pelanggan Perusahaan dengan daya 23.000 VA

3.4.2. Sampel

Menurut Sugiyono bahwa "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut." sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili seluruh populasi.

Ukuran sampel yang harus diambil tergantung pada jenis penelitian, jika penelitiannya deskriptif maka jumlah sampel adalah 10% dari populasi. Pada

prinsipnya semua kuesioner yang belum baku ataupun telah dimodifikasi harus dilakukan uji validitas dan reliabilitas biasanya cukup pada jumlah 10 responden.

Dalam penelitian ini untuk menentukan sampel populasi digunakan teknik *Sampling*, teknik yang digunakan apabila anggota sampel yang dipilih secara acak berdasarkan tujuan penelitiannya. Data sampel diperoleh dengan teknik wawancara terhadap responden atau pelanggan.

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk pengambilan sampel dari populasi yang berjumlah 50 Pelanggan tersebut penulis menggunakan rumus Slovin (Umar, 2003).

3.5. Metode Pengumpulan Data

Dalam melakukan penelitian ini maka dilakukan pengumpulan data melalui metode di bawah ini, yaitu:

- a. Studi Literatur
Digunakan untuk mengumpulkan data sekunder, landasan teori dan informasi yang berkaitan dengan penelitian ini. Studi dilakukan antara lain dengan mengumpulkan data yang bersumber dari literatur-literatur, bahan kuliah, dan hasil penelitian lainnya yang ada hubungannya dengan objek penelitian. Hal ini dilakukan untuk mendapatkan tambahan pengetahuan mengenai masalah yang sedang dibahas.
- b. Studi Lapangan
Melakukan pengumpulan data yang diperlukan dengan cara melakukan pengamatan langsung pada perusahaan yang bersangkutan, baik melalui observasi, dan wawancara. Studi lapangan dilakukan dengan cara observasi suatu teknik atau cara pengumpulan data dengan jalan mengadakan pengamatan langsung terhadap kegiatan yang sedang berlangsung.
- c. Pengisian Kuesioner
Berdasarkan bentuk pertanyaan dalam angket dapat dibedakan menjadi tiga jenis yaitu:
 1. **Pertanyaan terbuka (*open questions*)**
Pertanyaan terbuka ialah suatu pertanyaan dimana responden diberi kebebasan seluas-luasnya untuk menjawab pertanyaan tersebut sesuai dengan bahasa dan logika mereka.
 2. **Pertanyaan tertutup (*closed questions*)**
Pertanyaan tertutup ialah kebalikannya dari pertanyaan terbuka, dimana pada pertanyaan tertutup respondennya hanya memiliki "option" atau pilihan jawaban yang telah disediakan.
Ada dua contoh teori yang dapat digunakan dalam pertanyaan tertutup, yaitu:
 1. *Likert style* formats; ranting scales.
Dengan format ini, responden diminta untuk memilih salah satu

option yang disediakan bekaanan dengan statement atau pertanyaan yang mendahului options tersebut.

2. *Semantic differential*. Bentuk ini adalah responden diminta memilih atau menempatkan pilihannya diantara dua kata sifat yang berada pada dua kontinum dan ekstrim.

3. Kombinasi pertanyaan terbuka dan tertutup

Dimana disamping menyediakan options jawaban dalam angket, peneliti juga menyediakan satu options atau ruang kosong bagi responden untuk diisi bila options jawaban yang telah disediakan tidak mencakup informasi yang akan diberikan.

3.6. Pengolahan Data

Setelah data terkumpul dan telah diidentifikasi maka selanjutnya data tersebut diolah sesuai dengan tujuan pemecahan masalah. Langkah-langkah pengolahan data meliputi :

1) Kuesioner

Mengajukan daftar pertanyaan yang secara langsung diberikan kepada responden yakni pelanggan PT. PLN (Persero) di Patumbak Medan Selatan dengan tujuan mendapatkan data yang dibutuhkan.

Kuesioner yang digunakan yaitu kuesioner tertutup yang berisikan pertanyaan-pertanyaan mengenai keinginan pelanggan, bentuk pelayanan yang diberikan apakah sesuai dengan kenyataan atau tidak.

1. Skala Likert, dimana variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Metode ini digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan.

- SS : Sangat Setuju diberi bobot 5
- S : Setuju diberi bobot 4
- RG : Ragu-ragu atau Netral diberi bobot 3
- TS : Tidak Setuju diberi bobot 2
- STS : Sangat Tidak Setuju diberi bobot 1

2. Kuesioner yang berisikan pertanyaan-pertanyaan untuk mengukur harapan pelanggan dan persepsi pelanggan terhadap pelayanan yang dirasakan oleh pelanggan PT. PLN (Persero) di Patumbak

2) Uji Validitas

Uji validitas data ini dilakukan dengan cara mengkorelasikan skor jawaban yang diperoleh pada masing-masing item dengan skor total keseluruhan item. Hasil dan korelasi tersebut harus signifikan berdasarkan ukuran statistik tertentu. Uji validitas dilakukan dengan metode korelasi *Product Moment Pearson* yang dibantu dengan program SPSS. Wijaya

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - \sum X \sum Y}{\sqrt{N \sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{N \sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan:

- rx_y : Korelasi momen tangkar
- N : Jumlah subyek (responden)
- $\sum X$: Jumlah X skor (skor butir)
- $\sum X^2$: Jumlah skor butir kuadrat
- $\sum Y$: Jumlah Y (skor faktor)
- $\sum Y^2$: Jumlah skor faktor kuadrat

3) Uji Reliabilitas

Uji ini digunakan untuk mengukur konsistensi jawaban atau tanggapan responden terhadap keseluruhan item pertanyaan yang diajukan. Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana alat ukur (*instrument*) dapat memperlihatkan kemantapan, stabilitas hasil pengamatan bila diukur dengan instrument tersebut dalam waktu berikutnya dengan kondisi yang tetap.

Tinggi rendahnya reliabilitas, secara empiris ditunjukkan oleh koefisien reliabilitas, yang besarnya antara 0,00 hingga 1,00. Jawaban seseorang akan cukup konsisten jika koefisien reliabilitasnya anantara 0,64 > 0,90. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan metode *Cronbach Alpha* yang dibantu dengan program SPSS. Wijaya

$$r_x = \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma_t^2} \right)$$

- r_x = reliabilitas yang dicari
- n = jumlah item pertanyaan
- $\sum \sigma_t^2$ = jumlah varians skor tiap item
- σ_t^2 = varians total

3.7. Analisa dan Evaluasi

Adapun yang dimaksud dengan analisa dan evaluasi :

- a. Analisa Menguraikan tentang hasil yang diperoleh dari pengolahan data untuk diterapkan dalam pemecahan masalah pada waktu yang akan datang.
- b. Evaluasi Menilai sesuatu yang berhubungan dengan kemajuan, pertumbuhan, perkembangan dalam rangka mencapai suatu tujuan.

IV. Pengumpulan Dan Pengolahan Data

Uji validitas dengan menggunakan rumus dan bantuan SPSS diperoleh hasil uji validitas kuesioner sebagaimana terlampir. Dari tabel uji validitas (Lampiran) dapat diketahui apakah butir-butir pertanyaan valid atau tidak valid. Dari tabel tersebut dapat diketahui bahwa semuanya valid untuk variabel *Tangible, Realibility, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Desire Service* dan *Adequate Service*

karena nilai r hitung lebih besar dari nilai $r_{tabel} = 0,279$ Butir. Yang mempunyai validitas tertinggi adalah nomor butir instrumen 28 dengan koefisien korelasi 0,781 dan paling rendah adalah nomor butir instrumen 23 dengan koefisien korelasi 0,450.

Indikator-indikator yang tertinggi dari rata-rata jumlah koefisien korelasinya pada variabel kualitas pelayanan adalah *Responsiveness* dengan koefisien korelasinya 0,70125, kemudian *Realibility* 0,61625, *Tangible* 0,647, *Assurance* 0,616 dan terakhir adalah *Empathy* 0,68. Sedangkan pada variabel kepuasan pelanggan yang tertinggi adalah *Adequate Service* dengan koefisien korelasinya 0,68975 dan pada *Desire Service* dengan koefisien korelasinya yaitu 0,59725.

Pada indikator kualitas pelayanan, *Tangible* nomor instrument yang tertinggi adalah nomor 2 (0,693), *Realibility* yang tertinggi adalah pada nomor butir 3 (0,700), *Responsiveness* yang tertinggi adalah pada nomor butir 4 (0,751), *Assurance* yang tertinggi adalah pada nomor butir 1 (0,672) dan *Empathy* yang paling tertinggi adalah nomor butir 2 (0,703). Sedangkan pada indikator kepuasan pelanggan, *Desire Service* yang tertinggi adalah pada butir nomor 4 (0,715), dan *Adequate Service* yang tertinggi adalah butir nomor 4 (0,781).

Analisis Reliabilitas adalah tingkat kepercayaan hasil suatu pengukuran. Pengukuran yang memiliki reliabilitas tinggi yaitu pengukuran yang mampu memberikan hasil ukur yang terpercaya (reliabel). Walaupun secara teoritis besarnya koefisien reliabilitas sekitar 0,00 hingga 1,00 akan tetapi pada kenyataannya koefisien sebesar 1,00 tidak pernah tercapai dalam pengukuran.

Uji reliabilitas dengan menggunakan rumus *Cronbach Alpha* dengan bantuan SPSS diperoleh hasil uji reliabilitas kuesioner sebagaimana terlampir. Rekapitulasi item kuesioner hasil uji reliabilitas terlihat pada tabel berikut :

Kategori	Nilai	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,831	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,679	Reliabel

Sumber : data diolah melalui SPSS dengan memasukkan item skor angket

Pengujian instrumen kuesioner pada Tabel 4.8 Tersebut dinyatakan reliabel karna nilai yang diperoleh melebihi nilai standar yaitu 0,64 dan dibawah 0,90. Uji reliabilitas ini memberikan indikasi bahwa keandalan kuesioner yang digunakan berkorelasi tinggi dan diterima.

Dari data dapat diketahui bahwa yang memilih jawaban paling banyak pada indikator *Desire Service* adalah item soal nomor 1 sebesar 223 atau 25,87 dan pada indikator *Adequate Service* adalah pada item soal nomor 1 sebanyak 232 atau 23,41 persen. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa indikator pada kepuasan pelanggan yang memiliki rata-rata

persentase tertinggi adalah *Adequate Service* sebesar 4,56 atau 56 persen.

Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) di Patumbak baik karna *Adequate Service* (harapan pelanggan setelah diberikan pelayanan) lebih besar nilainya dari *Desire Service* (Harapan pelanggan sebelum diberikan pelayanan) dan nilai Kepuasan Pelanggan lebih tinggi dari Kualitas Pelayanan yang artinya pelanggan di Patumbak sangat puas atas pelayanan atau kinerja pemberi layanan (PT. PLN).

Berdasarkan data penelitian baik untuk variabel bebas (Kualitas Pelayanan) maupun variabel terikat (Kepuasan Pelanggan) yang diolah dengan menggunakan batuan program SPSS 19 (Terlampir), maka diperoleh hasil perhitungan regresi linear sederhana sebagaiberikut:

$$Y = a + bX + \varepsilon$$

$$Y = 2,376 + 0,378 X$$

Kualitas Pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan Kepuasan Pelanggan karna setiap penambahan nilai Kualitas Pelayanan maka Kepuasan Pelanggan juga bertambah. Apabila Pelayanan yang diberikan kurang menyenangkan maka Kepuasan Pelanggan juga akan kurang. Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan merupakan tujuan utama dalam perusahaan, tanpa pelanggan perusahaan tidak akan ada dan nilai asetnya sangat kecil.

Dalam teori Kualitas Pelayanan yang terdiri dari *Tangible* berupa penampilan petugas, fasilitas, peralatan telah memenuhi standar atau melebihi harapan pelanggan, *Realibility* atau kehandalan petugas pelayanan di PLN sudah baik, *Responsiveness* atau ketanggapan petugas dalam melayani pelanggan sudah baik, *Assurance* atau jaminan yang diberikan telah melebihi harapan pelanggan, dan *Empathy* atau cara memperlakukan pelanggan di kantor PLN sudah baik karna memiliki persentasi yang paling tinggi. Kepuasan Pelanggan terdiri dari *Desire Service* atau harapan yang akan diterima oleh pelanggan PLN sebelum diberikan Pelayanan, sedangkan *Adequate Service* atau harapan pelanggan apakah sesuai atau melebihi setelah diberikan pelayanan oleh pemberi pelayanan.

V. Kesimpulan Dan Saran

5.1 Kesimpulan

Hasil penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan PT.PLN (Persero) terhadap kepuasan pelanggan di Patumbak dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan pada PT. PLN (Persero) di Patumbak sangat baik karena persentase dari kualitas pelayanan memiliki nilai-nilai yang tinggi atau persentase yang tinggi. Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa indikator pada kualitas pelayanan yang tertinggi adalah *Empathy* sebesar 4,43 atau 43 persen yang artinya

kepedulian dan perhatian sangat dibutuhkan oleh pelanggan dalam melakukan pelayanan.

2. Kostanta sebesar 2,376 menyatakan bahwa jika tidak ada nilai Kualitas Pelayanan maka nilai Kepuasan Pelanggan sebesar 2,376.
3. Koefisien regresi Kualitas Pelayanan sebesar 0,378 menyatakan bahwa setiap penambahan 1 nilai Kualitas Pelayanan, maka nilai Kepuasan Pelanggan bertambah 0,378.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah diperoleh, maka saran yang dapat diberikan adalah sebagai berikut :

- 1) Bagi pihak PT.PLN (Persero) Patumbak hendaknya mempertahankan dan meningkatkan Kualitas Pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dan tidak kecewa.
- 2) PT. PLN (Persero) harus memperhatikan Kualitas Pelayanan dengan cara memperbaiki fasilitas maupun pelayanan yang masih kurang.

Daftar Pustaka

- [1]. Kotler, Philip & Susanto, 2000. *Manajemen Pemasaran Di Indonesia*. Salemba, Jakarta.
- [2]. Nasution, M Nur, 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Ghalia Indonesia. Bogor
- Rahmayanty, Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Sinambela, L Poltak. 2010. *Reformasi Pelayanan Publik*. Bumi Aksara. Jakarta
- [3]. Soedjas, Triwibowo, 2014. *Layanan Wow untuk Pelanggan*. Media Pressindo. Yogyakarta
- [4]. Sugiyono. 2013. *Metode penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung.
- [5]. Sutopo dan Suryanto, Adi. 2006. *Pelayanan Prima*. Jakarta Lembaga Administrasi Negara
- [6]. Tjiptono, Fandi. 2006. *Manajemen Jasa*. CV Andi OFFEST. Yogyakarta
- [7]. Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Indeks. Jakarta
- [8]. Umar, Husein. 2003. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.