

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN PENGADUAN GANGGUAN LISTRIK TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN PT. PLN PERSERO RAYON KENTEN KOTA PALEMBANG**

Oleh :

**Nama : Rizka Mustika Utami  
Nim : 20.11.222  
Program Studi : Administrasi Negara**

---

**ABSTRACT**

*Rizka mustika utami 2024, thesis title: the influence of service quality for complaints about electricity problems on customer satisfaction of pt. Pln persero rayon kenten, palembang city. Department of public administration at the satya negara palembang college of administrative sciences (stia). Main supervisor i rahmawati, sh., m.si and assistant supervisor ii citra iasha, s.psi., m.si*

*This research aims to find out and analyze how much influence service quality has on the level of satisfaction felt by customers who use pt services. Pln (persero) kenten rayon, palembang city.*

*The research method used in this research is the observation, questionnaire and documentation method using a likert scale and the sample determination method used is accidental sampling of 95 samples. The analysis method used is the multiple linear regression method.*

*The research results show that service quality consisting of reliability (X1), responsiveness (X2), assurance (X3), empathy (X4), and tangible (X5) together have a positive influence. Where the regression equation  $Y = 1.919 + 0.511X1 + (-0.105)X2 + (-0.091)$  significant for reliability of 000 or 0%; responsiveness of 299 or 2.9%; assurance of 531 or 5.3%; empathy 024 or 2.4% and tangible 086 or 8.6%. Of the five variables that influence customer satisfaction PT. PLN (Persero) Rayon Kenten Palembang City, the most dominant variable is the Reliability variable based on the results of the t test. In table 5.18, the Reliability variable has the largest value of tcount (5.155) > ttable (1.986) compared to other variables, with the required significance.*

*Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction*

## **A. PENDAHULUAN**

### **Latar Belakang**

Dalam rangka peningkatan kualitas pelayanan publik, pemerintah telah melakukan berbagai langkah maupun upaya perbaikan pelayanan publik secara berkesinambungan demi terwujudnya pelayanan publik yang prima. Salah satu upaya perbaikan kualitas pelayanan publik adalah dengan memberikan akses seluas-luasnya kepada masyarakat agar dapat menyampaikan pengaduan atas pelayanan yang diberikan oleh penyelenggara. Dengan adanya akses seluasluasnya kepada masyarakat ini diharapkan dapat berpartisipasi aktif dalam mendorong terwujudnya pelayanan publik yang prima.

Salah satu pelayanan publik terhadap masyarakat yaitu pengelolaan pengaduan yang merupakan tanggungjawab pemerintah sesuai dengan Pasal 36 dan 37 Undang-Undang Nomor 25 tahun 2009 tentang pelayanan publik mengamanatkan penyelenggara wajib memberikan akses seluas luasnya kepada masyarakat untuk memberikan masukan kepada penyelenggara atas pemberian layanannya. Oleh karena itu, pengelolaan pengaduan harus dikelola dengan baik

yaitu antara lain menyediakan sarana pengaduan, menugaskan pelaksana yang berkompeten, menangani pengaduan dan menindaklanjuti pengaduan. Namun realita dilapangan masyarakat sebagian besar masih enggan untuk memanfaatkan sarana pengaduan dikarenakan kesadaran masyarakat dalam berpartisipasi untuk pelayanan publik masih rendah sehingga sarana pengaduan relatif tidak dimanfaatkan, disamping itu sebagian masyarakat juga merasa bahwa dengan melaporkan pihak tertentu terkait pemberian layanannya maka akan menimbulkan masalah dan juga membutuhkan waktu yang cukup lama dalam menyelesaikan masalah tersebut (Irawan, 2017)

Penyampaian aspirasi dan pengaduan sangat diperlukan bagi Pemerintah Daerah untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan yang lebih baik. Dalam hal ini sebagai tindaklanjut amanat Undang-Undang No. 25 Tahun 2009, telah diterbitkan Peraturan Presiden No 76 Tahun 2013 tentang pengelolaan pengaduan pelayanan publik yang mengisyaratkan sistem pengelolaan pengaduan pelayanan publik nasional (SP4N) yang merupakan integrasi pengelolaan pengaduan pelayanan publik secara berjenjang pada setiap penyelenggara dalam kerangka sistem informasi pelayanan publik yaitu

melalui LAPOR (Layanan Aspirasi dan Pengaduan Online Rakyat). Pada mulanya, layanan aspirasi dan pengaduan online rakyat dipelopori oleh Unit Kerja Presiden Bidang Pengawasan dan Pembangunan (UKP4) dan dikelola secara koordinatif bersama dengan Kementerian Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (KemenPANRB).

Rendahnya respon instansi penyelenggara pelayanan terhadap keluhan atau pengaduan dari masyarakat mengakibatkan munculnya sikap skeptis dari masyarakat. Masyarakat jera untuk mengadukan keluhannya sehingga angka pengaduan di beberapa instansi pelayanan publik relatif rendah. Rendahnya angka pengaduan ini sebenarnya tidak menggambarkan kepuasan masyarakat atas pelayanan publik, sebaliknya justru karena masyarakat merasa tidak yakin dengan hasil yang akan diperoleh dengan melakukan pengaduan. Keluhan yang diajukan kepada petugas pelayanan sifatnya hanya ditampung, dijanjikan untuk diselesaikan, dan yang paling sering adalah petugas melempar tanggung jawab kepada petugas lain. Selain itu, tidak jarang masyarakat pengadu dimarahi atau diremehkan oleh petugas pelayanan.

Berdasarkan kenyataan sehari-hari, kualitas layanan kepada publik yang diberikan oleh departemen maupun lembaga pemerintah non-departemen (LPND) masih fluktuatif, artinya masih pasang surut. Selain itu, warga masyarakat dari kalangan yang tidak mampu dan kurang berpendidikan juga tidak tahu cara mengadukan keluhannya. Padahal pelayanan publik yang berkualitas mensyaratkan keseimbangan posisi tawar antara instansi penyelenggara pelayanan publik dengan masyarakat penerima pelayanan, yang dapat dicapai salah satunya dengan menerapkan konsep *customer complaint system* (sistem penanganan pengaduan).

Pengaduan masyarakat merupakan satu sumber informasi bagi upaya-upaya pihak penyelenggara pelayanan untuk secara konsisten menjaga pelayanan yang dihasilkannya sesuai dengan standar yang telah ditetapkan. Oleh karena itu perlu didisain suatu sistem pengelolaan pengaduan yang secara dapat efektif dan efisien mengolah berbagai pengaduan masyarakat menjadi bahan masukan bagi perbaikan kualitas pelayanan; Sedangkan dari sisi makro, peningkatan kualitas pelayanan publik dapat dilakukan melalui pengembangan model-model pelayanan publik.

Dalam hal-hal tertentu, memang terdapat pelayanan publik yang pengelolaannya dapat dilakukan secara private untuk menghasilkan

kualitas yang baik. Beberapa model yang sudah banyak diperkenalkan antara lain: *contracting out*, dalam hal ini pelayanan publik dilaksanakan oleh swasta melalui suatu proses lelang, pemerintah memegang peran sebagai pengatur; *franchising*, dalam hal ini pemerintah menunjuk pihak swasta untuk dapat menyediakan pelayanan publik tertentu yang diikuti dengan i untuk mengatur harga maksimum.

Konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran kebaikan suatu produk atau jasa. Persepsi terhadap kualitas mencerminkan perasaan konsumen yang secara menyeluruh. Permasalahan utama yang dituntut oleh masyarakat saat ini adalah peningkatan kinerja pegawai pada PT Perusahaan Listrik Negara (PLN) yang semakin dibutuhkan termaksud peningkatan jasa pelayanan kepada masyarakat. Pelanggan yang membutuhkan pelayanan agar mendapat kepuasan yang diinginkan. Pelanggan yang puas atas pelayanan yang diterima akan memberikan kepercayaan atau pemikiran yang baik terhadap PT. PLN (Persero).

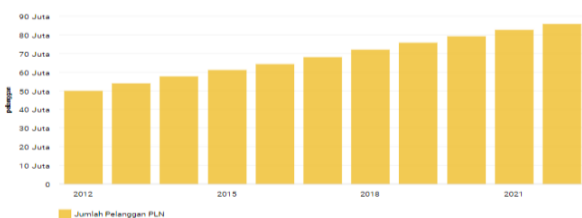
Di Indonesia PT. PLN merupakan salah satu BUMN yang memberikan jasa pelayanan terhadap masyarakat baik masyarakat kalangan bawah sampai kalangan atas. PT. PLN memiliki dua program yaitu listrik pasca bayar dan listrik Prabayar. Kedua program tersebut sudah dinikmati masyarakat di Indonesia khususnya Kota Palembang. 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 harus mampu memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya atau bahkan memberikan pelayanan prima kepada masyarakat karena akan menciptakan kepuasan bagi pelanggan (Eryani *et al.*, 2021)

Sejalan dengan perkembangan ekonomi dan pertumbuhan penduduk maka suatu negara dituntut untuk mampu memberikan pelayanan dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, termasuk pemenuhan kebutuhan pelayanan listrik bagi Masyarakat (Rivai, 2017). Listrik merupakan sumber kehidupan bagi masyarakat yang mempunyai fungsi penting sebagai penerangan dan energi dalam segala aktivitas sehari-hari. Bidang kelistrikan menjadi salah satu sasaran dan obyek Pembangunan (Irpan, 2013). Pembangunan bidang kelistrikan dilakukan dengan terus-menerus, dengan berorientasi pada perubahan dan inovasi yang lebih baik dari sebelumnya. Namun demikian akhir-akhir ini bidang kelistrikan mendapat

perhatian dari pemerintah. Hal ini dikarenakan Perseroan Terbatas (PT) Perusahaan Listrik Negara (PLN) Persero sebagai BUMN penyedia energi listrik kurang dapat memenuhi pasokan listrik di beberapa daerah di Indonesia (Ansari, 2017). Listrik seringkali mati dan pemadaman bergilir dilakukan di beberapa daerah. Masyarakat merasa dirugikan karena tidak bisa melakukan aktivitas seperti biasanya. Padahal dalam kenyataannya, semakin banyak masyarakat yang menjadi pelanggan PT. PLN Persero seiring bertambahnya jumlah penduduk.

Menurut laporan Statistik PLN 2022, pada akhir tahun lalu mereka memiliki sekitar 85,6 juta pelanggan, meningkat 3,75% dibanding 2021 (*year-on-year/yoy*). Jika dibandingkan dengan sepuluh tahun sebelumnya, jumlah pelanggan PLN pada 2022 sudah tumbuh sekitar 72% dengan rincian seperti terlihat pada gambar di bawah ini :

**Gambar Jumlah Pelanggan PLN Tahun 2012-2022**



Sumber : Laporan Statistik PN (2022)

Berdasarkan Keputusan Direksi PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Nomor : 079.K/023/DIR/1996 tentang Organisasi dan tata kerja PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Pembangkitan dan Penyaluran Sumatera Bagian Selatan, PT. PLN (Persero) Cabang Palembang terdiri dari enam ranting dan empat rayon. PT. PLN Persero Rayon Kenten merupakan salah unit bisnis kelistrikan yang beroperasi di Kota Palembang dan berkembang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. PT. PLN Persero Rayon Kenten terletak di Jl. Seduduk Putih, 8 Ilir, Kec. Ilir Tim. II, Kota Palembang, Sumatera Selatan. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Palembang (2019) menunjukkan bahwa pelanggan listrik PLN Kota Palembang pada tahun 2017 sebesar 536.237 pelanggan yang terus mengalami peningkatan pada tahun 2018 menjadi 570.854 pelanggan dan tahun 2019 menjadi 607.295 pelanggan.

Kebutuhan akan pelayanan publik yang berkualitas semakin meningkat seiring dengan perkembangan zaman dan tuntutan masyarakat modern. Pelayanan publik, yang mencakup berbagai sektor seperti kesehatan, pendidikan, transportasi, hingga penyediaan energi, menjadi

elemen penting dalam menjaga kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat. Di antara berbagai layanan publik yang ada, layanan listrik menjadi salah satu kebutuhan dasar yang tidak tergantikan. Listrik merupakan tulang punggung aktivitas manusia di era teknologi ini, mulai dari kebutuhan rumah tangga hingga operasional industri besar. Dengan demikian, gangguan pada layanan listrik bisa menimbulkan dampak yang signifikan, baik dalam skala individu maupun masyarakat secara keseluruhan.

Di Indonesia, PT PLN (Persero) sebagai perusahaan penyedia layanan listrik terbesar memiliki tanggung jawab besar dalam memastikan ketersediaan dan kestabilan pasokan listrik bagi seluruh masyarakat. Namun, seperti halnya layanan publik lainnya, layanan listrik juga tidak terlepas dari berbagai tantangan dan permasalahan, salah satunya adalah gangguan listrik. Gangguan listrik dapat disebabkan oleh berbagai faktor, mulai dari kerusakan teknis, cuaca ekstrem, hingga kelalaian manusia. Ketika gangguan ini terjadi, pelanggan biasanya merespon dengan mengajukan pengaduan ke layanan pelanggan yang disediakan oleh PLN. Layanan pengaduan ini menjadi jembatan komunikasi antara pelanggan dan penyedia layanan dalam menangani keluhan dan permasalahan yang timbul.

Pelayanan pengaduan gangguan listrik merupakan aspek krusial dalam menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan. Pelanggan yang menghadapi gangguan listrik tentunya berharap agar pengaduan mereka ditangani dengan cepat, efisien, dan profesional. Kualitas pelayanan dalam menanggapi pengaduan ini tidak hanya diukur dari kecepatan dalam memberikan solusi, tetapi juga dari aspek komunikasi, transparansi, dan empati yang ditunjukkan oleh petugas pelayanan. Ketidakpuasan dalam layanan pengaduan dapat mengakibatkan ketidakpercayaan pelanggan terhadap PLN, yang pada gilirannya dapat berdampak negatif pada citra perusahaan secara keseluruhan.

Kepuasan pelanggan adalah salah satu indikator utama dalam menilai keberhasilan sebuah layanan publik. Menurut Kotler dan Keller (2016), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah membandingkan kinerja yang dirasakan terhadap harapan. Dalam konteks layanan pengaduan gangguan listrik, kepuasan pelanggan dapat diukur dari seberapa baik pelayanan yang diberikan oleh PLN dalam menangani keluhan mereka. Pelanggan yang merasa puas dengan pelayanan yang diterima cenderung akan terus menggunakan layanan

tersebut dan bahkan memberikan rekomendasi positif kepada orang lain. Sebaliknya, jika pelanggan merasa tidak puas, hal ini dapat menurunkan loyalitas mereka dan meningkatkan kemungkinan berpindah ke penyedia layanan lain jika tersedia.

PLN sebagai perusahaan penyedia listrik harus terus melakukan inovasi dan perbaikan dalam sistem pelayanan pengaduan guna menjaga dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Di era digital seperti sekarang, pelanggan mengharapkan adanya kemudahan akses, kecepatan, dan akurasi dalam setiap pelayanan yang diberikan. Kehadiran berbagai platform digital seperti aplikasi mobile, website, dan call center menjadi penting dalam memberikan pelayanan pengaduan yang lebih responsif dan terintegrasi. Namun demikian, meskipun infrastruktur teknologi telah berkembang pesat, aspek human touch atau sentuhan manusia dalam pelayanan tetap menjadi faktor yang tidak bisa diabaikan. Pelanggan tetap menginginkan adanya empati, perhatian, dan komunikasi yang baik dalam setiap interaksi dengan petugas layanan.

Berdasarkan hasil pengamatan awal dilokasi penelitian khususnya di PT PLN Persero Rayon Kenten Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan pengaduan gangguan listrik terhadap tingkat kepuasan pelanggan. Dengan memahami faktor-faktor yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan strategi pelayanan yang lebih efektif dan berfokus pada kebutuhan pelanggan. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi PLN dalam melakukan evaluasi dan perbaikan layanan, sehingga dapat meningkatkan loyalitas pelanggan dan menjaga citra positif perusahaan di mata publik.

Dalam upaya mencapai tujuan tersebut, penelitian ini akan mengkaji berbagai aspek pelayanan pengaduan gangguan listrik, seperti kecepatan respon, kualitas komunikasi, akurasi penanganan, serta sikap dan kompetensi petugas layanan. Melalui pendekatan ini, diharapkan akan ditemukan hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dan tingkat kepuasan pelanggan, serta memberikan rekomendasi yang konkret bagi peningkatan kualitas layanan di masa mendatang.

Berdasarkan uraian di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan mengambil judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Pengaduan Gangguan Listrik Terhadap**

## **Kepuasan Pelanggan PT. PLN Persero Rayon Kenten”.**

### **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas maka dirumuskan permasalahan yaitu apakah kualitas pelayanan jasa yang meliputi tangible, realibility, responsiveness, assurance, dan empathy berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT.PLN Persero Rayon Kenten Palembang?

### **Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan jasa yang meliputi tangible, realibility, responsiveness, assurance, dan empathy terhadap kepuasan pelanggan pada PT.PLN (Persero) Rayon Kenten Palembang ?

### **Hipotesis Penelitian**

Berdasarkan masalah pokok penelitian dan tujuan yang ingin dicapai, maka sebagai hipotesis adalah : Diduga bahwa kualitas pelayanan jasa yang terdiri dari tangible, realibility, responsiveness, assurance, dan empathy memengaruhi kepuasan pelanggan pada PT.PLN (Persero) Rayon Kenten Palembang.

### **Kriteria Penguji Hipotesis**

Hipotesis menurut sugiyono (2017:95) adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis akan ditolak jika salah atau palsu, dan akan diterima jika benar. Penolakan dan penerimaan hipotesis sangat bergantung pada hasil penyelidikan terhadap fakta yang sudah dikumpulkan. Uji hipotesis dalam penelitian ini menggunakan Uji t (Uji Parsial).

Dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n}-2}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

t = nilai yang dihitung

r = nilai korelasi yang ditemukan

n = jumlah responden uji coba

dengan pertimbangan sebagai berikut :

Ho : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan positif antara X dan Y

Ha : Terdapat pengaruh yang signifikan positif antara X dan Y

Ho diterima (Ha ditolak) apabila terhitung < t table

Ho ditolak (Ha diterima) apabila terhitung > t table

## **LANDASAN TEORI**

### **Pengertian Pelayanan Publik**

Dalam bahasa Inggris public berarti masyarakat.

Namun jika didefinisikan dalam Bahasa Indonesia public berarti umum, banyak, ramai. Berdasarkan etimologi yang ada ditemukan dua bentuk kata *Public*. Jika bersifat kata benda, istilah *public* merujuk pada “*the community in general*” atau “*part of the community having a particular interest in common*”. Sedangkan jika diartikan dalam kata sifat akan memiliki sebuah arti “*of, for, connected with, own by, done for or done by known to, people in general*” (Rukayat, 2017).

Pelayanan publik memiliki sebuah konsep yang bertujuan untuk memberikan bantuan atas kendala yang dialami kepada masyarakat yang dilaksanakan oleh seseorang atau kelompok maupun birokrasi. Bisa dikatakan bahwa pada dasarnya pelayanan publik diharapkan mampu memberi harapan lebih kepada masyarakat (Alawiyah, 2018). Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 81 tahun 1993 yang disempurnakan melalui Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63 tahun 2003 menyampaikan sebuah definisi pelayanan umum sebagai bentuk pelayanan yang dijalankan oleh institusi pemerintahan dalam bentuk barang atau jasa, baik untuk upaya pemenuhan atau pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan keputusan MENPAN (Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara) Nomor 63 tahun 2003 (Reformasi & Republik, 2018). Maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan publik merupakan hal utama ketika ingin bergerak di bidang jasa, baik itu bersifat komersial atau non komersial. Untuk yang bersifat komersial hanya bertujuan mencari keuntungan. Sedangkan pelayanan non komersial bertujuan pemberian pelayanan kepada masyarakat dan tidak memprioritaskan keuntungan dan memiliki orientasi pengabdian (Rukayat, 2017).

### **Jenis Pelayanan Publik**

Pemerintah memiliki kewajiban dalam memberikan sarana prasarana negara guna memenuhi kebutuhan primer dan sekunder masyarakat. Bentuk pelayanan yang diberikan pemerintah dapat dibedakan sebagai berikut (Rukayat, 2017):

1. Pelayanan administratif  
Kegiatan pendataan dan pengambilan keputusan oleh instansi pelayanan dalam menghasilkan produk akhir. Misal dalam hal kepengurusan KTP dan kartu keluarga.
2. Pelayanan barang  
Yaitu kegiatan penyedia dan pengolahan barang berupa distribusi kepada konsumen yang dilaksanakan oleh unit pelayanan.

3. Pelayanan jasa  
Jenis pelayanan yang memiliki kegunaan dalam memberi manfaat bagi pengguna layanan secara langsung dan dalam jangka waktu tertentu.
4. Pelayanan regulatif  
Pelayanan yang memiliki sebuah aturan berdasarkan dari perundangundangan maupun kebijakan publik. Dengan adanya landasan tersebut diharapkan memiliki hasil akhir sesuai dengan tujuan dan harapan.

### **Standar Pelayanan Publik**

Standar pelayanan dengan ketentuan-ketentuan yang ada diharapkan mampu menjadi tolak ukur penyelenggaraan pelayanan yang wajib ditaati oleh pemberi dan penerima layanan. Standar pelayanan sekurang-kurangnya meliputi (Rukayat, 2017):

1. Prosedur pelayanan yang telah ditentukan
2. Waktu penyelesaian saat melakukan pengajuan permohonan sampai penyelesaian pelayanan termasuk pengaduan
3. Biaya dan anggaran pemberian pelayanan
4. Hasil atau produk sesuai ketentuan pelayanan yang telah diterapkan
5. Sarana dan prasarana pelayanan yang memadai
6. Kompetensi petugas yang berdedikasi dan berkualitas baik dari segi keilmuan, keterampilan, sikap dan perilaku.

### **Prinsip-prinsip Pelayanan Publik**

Prinsip-prinsip penyelenggaraan pelayanan publik dalam Keputusan Menteri Negara Pemberdayaan Aparatur Negara Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik yaitu:

1. Kesederhanaan  
Proses pelayanan publik tidak berbelitbelit, mudah dipahami, dan mudah dilaksanakan.
2. Kejelasan
  - a. Persyaratan teknis dan administratif pelayanan publik,
  - b. Unit kerja/pejabat yang berwenang dan bertanggungjawab dalam memberikan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan/ sengketa dalam pelaksanaan pelayanan publik,
  - c. Rincian biaya pelayanan publik dan tata cara pembayaran.
3. Kepastian waktu  
Pelaksanaan pelayanan publik dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.
4. Akurasi  
Produk pelayanan publik diterima dengan benar, tepat, dan sah.
5. Keamanan

Proses dan produk pelayanan publik memberikan rasa aman dan kepastian hukum.

6. Tanggung Jawab  
Pimpinan penyelenggara pelayanan publik atau pejabat yang ditunjuk bertanggung jawab atas penyelenggaraan pelayanan dan penyelesaian keluhan/persoalan dalam pelaksanaan pelayanan publik.
7. Kelengkapan Sarana dan Prasarana  
Tersedianya sarana dan prasarana yang memadai.
8. Kemudahan Akses  
Tempat dan lokasi serta sarana pelayanan yang memadai, mudah dijangkau oleh masyarakat, dan dapat memanfaatkan teknologi telekomunikasi dan informatika.
9. Kedisiplinan, Kesopanan dan Keramahan  
Pemberi pelayanan harus disiplin, sopan dan santun ramah, serta memberikan pelayanan dengan ikhlas.
10. Kenyamanan  
Lingkungan pelayanan harus tertib, teratur, disediakan ruang tunggu yang nyaman, bersih rapi, lingkungan yang indah, dan sehat serta dilengkapi dengan fasilitas pendukung pelayanan seperti parkir, toilet, tempat ibadah, dan lain-lain

### **Pengertian Kualitas Pelayanan**

Kualitas adalah baik buruknya sesuatu yang digunakan konsumen dalam pemenuhan kebutuhan. Kualitas merupakan kesesuaian yang memiliki spesifikasi, jika dilihat dari segi produsen (Panjaitan et al., 2016). Sedangkan, secara objektif Juran juga menyampaikan bahwa kualitas adalah suatu kemampuan (availability), kinerja (performance), kendala (reliability), kemudahan pemeliharaan (maintainability) dan karakteristik yang dapat diukur (Supriyadi, 2018).

Menurut Maharani (2010) kualitas pelayanan adalah hal yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Apabila suatu instansi mampu memberikan pelayanan yang baik sesuai atau melebihi harapan konsumen maka konsumen akan merasa puas, namun sebaliknya. Jika pelayanan yang diberikan memiliki kualitas yang kurang dari harapan konsumen, maka instansi tersebut tidak mendapatkan loyalitas dari konsumen (Suratnoet al., 2016).

Kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Tjiptono (1996:148) berpendapat bahwa kualitas pelayanan yaitu : “seberapa jauh perbedaan antara kenyataan dan

harapan pelanggan atas layanan yang mereka terima”. Sedangkan menurut Wyckof (dalam Tjipto): “kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan.” Berdasarkan dua pendapat yang diberikan oleh beberapa ahli diatas, maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu pelayanan yang diberikan oleh para birokrat dalam melayani keinginan kepada pelanggan atau masyarakat secara maksimal dan efektif. Menurut Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 Tahun 2003 tentang pedoman umum penyelenggaraan pelayanan publik, standar kualitas pelayanan sekurang-kurangnya meliputi:

1. Prosedur Pelayanan.  
Prosedur pelayanan yang dibakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk pengaduan.
2. Waktu Penyelesaian.  
Waktu penyelesaian yang ditetapkan sejak saat pengajuan permohonan sampai dengan penyelesaian termasuk pengaduan.
3. Biaya Pelayanan.  
Biaya/ tarif pelayanan termasuk rinciannya yang ditetapkan dalam proses pemberian layanan.
4. Produk Pelayanan.  
Hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
5. Sarana dan Prasarana.  
Penyediaan sarana dan prasarana pelayanan yang memadai oleh penyelenggaraan pelayanan publik.
6. Kompetensi Petugas Pemberi Pelayanan  
Publik Kompetensi petugas pemberi pelayanan harus ditetapkan dengan tepat sesuai berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap dan perilaku yang dibutuhkan.

Dari keenam standar kualitas menurut Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 Tahun 2003 tentang pedoman umum penyelenggaraan pelayanan publik harus sesuai dengan prosedur yang sudah ada. Dimana dari tahapan prosedur itu dapat tumbuh pelayanan yang baik dimana pelayanan dilakukan dengan ketepatan waktu dan penggunaan pelayanan merasa puas dengan sarana yang telah disediakan. Namun dalam penggunaan pelayanan yang sesuai prosedur atau pelayanan yang baik pasti ada ketidakpuasan pengguna layanan.

### **Konsep Kualitas Pelayanan**

Konsep kualitas pelayanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi spesifik dari kinerja layanan. Parasuraman et al, 1990 (dalam Kotler, 2007:56) menyimpulkan bahwa ada lima dimensi ServQual (Service Quality) yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu :

1. Tangibles, atau bukti fisik yaitu kemampuan 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.
2. Reliability, atau keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. Responsiveness atau ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
4. Assurance, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. Emphaty, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Untuk lebih menjelaskan pembahasan mengenai dimensi SerQual (Service Quality) maka di bawah ini dijabarkan secara mendetail mengenai kelima dimensi konsep Service Quality. Antara lain :

1. Tangible (hal-hal yang terlihat)

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.

Indikator yang dapat diukur dari tangible adalah sebagai berikut :

- a. Penampilan luar fasilitas fisik perusahaan :
  1. Kondisi gedung.
  2. Kondisi sarana penunjang kegiatan sehari-hari.
- b. Penampilan dalam perusahaan :
  1. Kondisi kebersihan.
  2. Suasana dalam gedung.
  3. Sirkulasi udara (ventilasi).
  4. Pencahayaan dalam ruangan.
  5. Jumlah loket yang tersedia.
  6. Poster, spanduk atau brosur sebagai sarana

penunjang kegiatan perusahaan sehari-hari.

2. Reliability (kehandalan)

Dalam unsur ini, pemasar dituntut untuk menyediakan produk/jasa yang handal. Produk/jasa jangan sampai mengalami kerusakan/kegagalan. Dengan kata lain, produk/jasa tersebut selalu baik. Para anggota perusahaan juga harus jujur dalam menyelesaikan masalah sehingga pelanggan tidak merasa ditipu. Selain itu, pemasar juga harus tepat janji bila menjanjikan sesuatu kepada pelanggan. Sekali lagi perlu diperhatikan bahwa janji bukan sekedar janji, namun janji harus ditepati. Oleh karena itu, time schedule perlu disusun dengan teliti.

Indikator yang dapat diukur dari Reliability adalah sebagai berikut :

1. Memberikan pelayanan sesuai janji.
2. Melakukan pelayanan pada saat pertama.
3. Menyediakan pelayanan pada waktu yang dijanjikan.
3. Responsiveness (ketanggapan)

Restoran cepat saji Mc. Donald's menggunakan jam pengukuran sebagai komitmen untuk melayani pelanggan dengan pelayanan cepat. Bila satu menit telah berlalu dan pelanggan belum menerima menu pesanan, maka pihak restoran akan memberikan bonus menu lain. Para anggota perusahaan juga harus memerhatikan janji spesifik kepada pelanggan. Unsur lain yang juga penting dalam hal cepat tanggap ini adalah anggota perusahaan selalu siap membantu pelanggan. Apapun posisi seseorang dalam perusahaan hendaknya selalu memerhatikan pelanggan yang menghubungi perusahaan.

Dalam hal ini bisa diartikan kemampuan menolong konsumen dan memberikan pelayanan yang cepat. Indikator yang dapat diukur dari responsiveness adalah sebagai berikut:

1. Karyawan cepat tanggap terhadap jasa yang dibutuhkan pelanggan.
2. Pelayanan yang tepat pada pelanggan.
3. Keinginan untuk membantu pelanggan.

4. Assurance (Jaminan)

Pada saat persaingan semakin kompetitif, anggota perusahaan harus tampil lebih kompeten, artinya memiliki pengetahuan dan keahlian di bidang masing-masing. Faktor security, yaitu memberikan rasa aman dan terjamin kepada pelanggan merupakan hal yang penting pula. Dalam situasi banyak pesaing, sangatlah beresiko bila menipu pelanggan. Selain itu anggota perusahaan harus bersikap ramah dengan menyapa pelanggan yang datang.

Dalam hal ini perilaku para karyawan harus membuat konsumen tenang dan merasa perusahaan dapat menjamin jasa pelayanan yang dibutuhkan pelanggan. Selain kedua faktor yang telah dijelaskan di atas, ada indikator dari pengukuran Assurance seperti yang terdapat di bawah ini :

1. Karyawan memberi tahu konsumen, apa pelayanan yang dibutuhkan konsumen dan akan dikerjakan.
2. Perilaku karyawan yang memberikan ketenangan bagi konsumen bahwa transaksi yang dilakukannya terjamin.

### **5. Empathy (Empati)**

Untuk mewujudkan sikap empati, setiap anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon ataupun bertemu langsung. Dering telepon usahakan maksimum tiga kali, lalu segera dijawab. Ingat, waktu yang dimiliki pelanggan sangat terbatas sehingga tidak mungkin menunggu terlalu lama. Usahakan pula untuk melakukan komunikasi individu agar hubungan dengan pelanggan lebih akrab. Anggota perusahaan juga harus memahami pelanggan, artinya pelanggan terkadang seperti anak kecil yang menginginkan segala sesuatu atau pelanggan terkadang seperti orang tua yang cerewet.

Elemen-elemen kualitas pelayanan yang telah disebutkan di atas, harus diramu dengan baik. Apabila tidak, hal tersebut menimbulkan kesenjangan antara perusahaan dan pelanggan karena perbedaan persepsi tentang wujud pelayanan yang diberikan mengalami perbedaan dengan harapan pelanggan.

Menurut Kotler (2007:53), pemasaran produk/jasa yang dihasilkan tidak hanya membutuhkan pemasaran eksternal tetapi juga pemasaran internal dan interaktif. (Gambar 2.1).

Pemasaran eksternal menggambarkan pekerjaan normal yang dilakukan oleh perusahaan, menyiapkan pelayanan prima, memberi harga, mendistribusikan dan mempromosikan jasa itu kepada konsumen. Pemasaran internal menjelaskan pekerjaan yang dilakukan oleh perusahaan untuk melatih dan memotivasi pegawainya untuk melayani pelanggan dengan baik. Pemasaran interaktif menggambarkan keahlian pegawai dalam melayani pelanggan.

Untuk memberikan kualitas pelayanan yang baik, sangat penting untuk para karyawan memerhatikan pelanggannya. Untuk menghasilkan orientasi kualitas pelayanan, konsumen harus merasa seperti hal-hal berikut ini :

1. Setiap pelanggan adalah orang yang paling

- penting di setiap bisnis
2. Pelanggan tidak bergantung kepada produsen, tetapi produsen yang bergantung kepada pelanggan.
3. Pelanggan tidak mengganggu kerja produsen. pelanggan bertujuan untuk memberi produsen pekerjaan.
4. Pelanggan adalah manusia, mempunyai perasaan dan emosi.
5. Pelanggan adalah bagian dari bisnis produsen, bukanlah pihak luar.
6. Pelanggan membawa produsen pada keinginan pelanggan, dan menjadi tugas produsen untuk melayani pelanggan.

Kualitas pelayanan dapat dinilai dari banyak faktor yang berhubungan, dimana kualitas pelayanan dapat dinilai dari persepsi konsumen dalam menikmati barang dan jasa yang ditawarkan kepada konsumen, sehingga yang dirasakan oleh konsumen adalah keinginan yang selalu terpenuhi dan harapan terhadap performa barang dan jasa yang ditawarkan oleh produsen dapat diterima.

### **Pelayanan Pengaduan Keluhan Pelanggan**

#### **Pengertian Keluhan Pelanggan**

Keluhan adalah satu pernyataan atau ungkapan rasa kurang puas terhadap satu produk atau layanan, baik secara lisan maupun tertulis, dari pelanggan internal maupun eksternal. Suatu perusahaan hal yang akan ditinjau secara langsung adalah keluhan pelanggan. Karena keluhan pelanggan sangat berguna untuk perusahaan yang sedang berkembang. Dan apabila keluhan pelanggan tidak ditanggapi secara maksimal, besar kemungkinan para pelanggan yang sudah menjadi langganannya akan mencari alternatif lain atau bahkan lari dari perusahaan langganannya tersebut. Keluhan pelanggan juga merupakan kunci keberhasilan suatu perusahaan. Hal senada juga akan terjadi pada pelanggan listrik, apabila ada masalah dengan pelayanan listrik otomatis para pelanggan juga akan menyampaikan keluhannya. Apabila keluhan pelanggan ini tidak ditanggapi, maka bisa saja para pelanggan enggan untuk menggunakan listrik atau setidaknya mereka akan memprotes perusahaan listrik. Pada sekarang ini pelanggan banyak yang memprotes tentang rekening listrik, baca meter, denda jika membayar listrik telat, pelayanan tentang listrik, dan yang paling sering adalah pemadaman bergilir yang menuai banyak protes mulai dari rumah tangga, instansi pemerintah maupun perusahaan-perusahaan besar

## Pengertian Pengaduan

Pengaduan masyarakat merupakan solusi dari munculnya penyimpangan yang terjadi dalam penyelenggaraan pelayanan publik. Yang dimaksud dengan pengaduan adalah pernyataan secara lisan atau tertulis atas ketidakpuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh suatu sistem pelayanan (Hadi 2001 :67-68). Pada dasarnya pengaduan adalah merupakan masukan positif yang bersifat konstruktif. Secara umum langkah langkah yang harus dilakukan apabila terjadi pengaduan adalah:

1. Simpan rekaman yang berhubungan dengan pengaduan.
2. Investigasi untuk memutuskan apakah pengaduan tersebut valid.
3. Jika terbukti tentulah penyebab permasalahannya sehingga tindakan korektif dapat dilakukan.
4. Simpan dan pemeliharaan rekaman tindakan korektif tersebut.
5. jika pengaduan tidak valid tindakan preventif diperlukan untukantisipasi pengaduan (Hadi 2001 :68).

Berdasarkan pengertian pengaduan tersebut dapat disimpulkan bahwasannya pengaduan merupakan hal yang sifatnya mengkritik, memberi masukan dan merupakan koreksi kepada sistem pelayanan yang dianggap kurang memenuhi keinginan pengguna jasa. Pengaduan dapat berupa perbaikan dalam sistem yang dianggap kurang baik.

## Tujuan Pengaduan

Tujuan umum penanganan pengaduan adalah menyediakan sistem prosedur dan mekanisme yang memungkinkan segala keluhan atau proses yang memungkinkan segala keluhan ataupun proses dari semua pihak dapat dikelola dengan baik sehingga tidak menimbulkan gejala dan mengganggu kelancaran jalannya kegiatan suatu institusi pemerintah (BAPPENAS. 2010:5).

## Penyampaian Pengaduan

Penyampaian Pengaduan Peraturan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor: PER/05/M.PAN/4/2009 Pasal 8, Pengaduan dapat disampaikan oleh penerima pelayanan kepada penyelenggara pelayanan melalui :

1. Penyampaian secara lisan, yakni secara langsung disampaikan kepada petugas pelaksana pelayanan pada SKPD, Perusahaan Daerah, UPT dan Sekolah Negeri terkait;
2. Surat yang dialamatkan kepada SKPD, Perusahaan Daerah, UPT dan Sekolah Negeri terkait;

3. Media Massa baik cetak maupun elektronik yang terdapat;
4. Website milik Pemerintah
5. Melalui layanan SMS Government
6. Sarana Pengaduan yang disediakan oleh tiap-tiap SKPD, Perusahaan Daerah, UPT dan Sekolah Negeri.
7. Sarana atau media lain, dengan memperhatikan aksesibilitas penyelenggara pelayanan.

## Prosedur Layanan Pengaduan di PLN

Prosedur Penyampaian Keluhan Pelanggan menurut Elok Nuri, Margaret Ratih F (pln.co.id 2023) :

1. Melalui Unit-Unit Terdekat  
Pelanggan yang merasa kurang puas dalam pelayanan PLN menyampaikan keluhan serta sarannya dengan cara datang pada unit-unit terdekat. Selain dekat dengan wilayah pelanggan tersebut. Unit-unit terdekat melayani keluhan dan juga pelanggan dapat menulis keluhannya pada kotak saran
2. Melalui Media Sosial  
Pelanggan yang kurang puas pelayanan PLN dapat memberikan saran atau keluhan melalui media massa, media sosial, dan talkshow. PLN telah menyediakan beberapa jenis layanan pengaduan yang bisa dijangkau pelanggan melalui aplikasi chat, email, dan media sosial, sebagai berikut:
  - a. Pln123@pln.co.id (email)
  - b. @pln\_123 (Twitter)
  - c. PLN 123 (Facebook)
  - d. 123 (WhatsApp)
  - e. @pln123\_official (Instagram)
3. Pengaduan PLN Melalui Telepon  
Jika pelanggan tidak memiliki media sosial, maka cara yang dapat dilakukan untuk melakukan pengaduan adalah melalui call center PLN via telepon. Caranya cukup mudah, hanya menggunakan telepon, pelanggan sudah bisa menyampaikan pengaduan ke nomor 123. Petugas customer service akan memberi solusi dan arahan pengaduan soal listrik.
4. Pengaduan PLN Melalui Virtual Assistant  
Selain layanan pengaduan lewat media sosial atau telepon, kamu juga bisa menghubungi layanan call center PLN dalam bentuk virtual assistant.
5. Pengaduan PLN melalui aplikasi PLN Mobile  
Cara menghubungi layanan pengaduan PLN yang terakhir adalah dengan menggunakan aplikasi PLN Mobile.

## **Indikator Layanan Pengaduan**

Menurut Zeithaml, Parassuraman & Berry (dalam Hardiyansyah 2011:11); ada indikator kualitas pelayanan terletak pada lima dimensi yaitu: bukti fisik (tangibles), realibilitas (realibility), daya tanggap (responsiveness), jaminan (assurance), dan empati (empathy).

## **Kepuasan Pelanggan**

### **Konsep Kepuasan Pelanggan**

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 (2007 : 177) mendefinisikan kepuasan pelanggan : Perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang.

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.

Sedangkan definisi kepuasan pelanggan menurut Rangkuti (2004 : 56): “Bahwa yang dimaksud dengan kepuasan konsumen adalah perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan”.

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.

Untuk menghadapi persaingan dan perubahan perilaku konsumen tersebut maka banyak perusahaan yang berpusat pada pelangganlah yang dapat memberikannya nilai Superior kepada mereka, dan memenangkan persaingan. Perusahaan akan terus berusaha dengan sekuat tenaga untuk mempertahankan pelanggannya karena biaya yang

dikeluarkan untuk menarik pelanggan baru akan lebih tinggi dibandingkan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang ada.

Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan selalu lebih penting dilakukan dibandingkan dengan menarik pelanggan baru. Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi. Pelanggan yang merasa puas akan bersedia datang kembali mengulangi pembeliannya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli.

### **Faktor-faktor Kepuasan Pelanggan.**

Menurut Kuswadi (2004:17) Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa, yaitu :

1. Mutu produk atau jasa yaitu mengenai mutu produk atau jasa yang lebih bermutu dilihat dari fisiknya. Contohnya jaringan listrik PT. PLN (Persero) yang cukup luas dan terjangkau.
2. Mutu pelayanan Berbagai jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh pelanggan, tetapi bila pelayanan memenuhi harapan pelanggan maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan bermutu. Contohnya pelayanan pengaduan pelanggan yang segera diatasi atau diperbaiki bila ada yang rusak.
3. Harga adalah hal yang paling sensitif untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain. Contohnya bila PT. PLN (Persero) tidak menaikkan tarif listrik maka pelanggan akan memberikan nilai yang baik atau harga yang ditetapkan sesuai dengan fasilitas yang disediakan.
4. Waktu penyerahan maksudnya bahwa baik pendistribusian maupun penyerahan produk atau jasa dari perusahaan bisa tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.
5. Keamanan pelanggan akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan pelanggan tersebut.

### **Mengukur Kepuasan Pelanggan**

Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2006:130) ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu :

1. Sistem Keluhan dan Saran Industri yang berwawasan pelanggan akan menyediakan formulir bagi pelanggan untuk melaporkan kesukaan dan keluhannya. Selain itu dapat berupa kotak saran dan telepon pengaduan bagi pelanggan. Alur informasi ini memberikan banyak gagasan baik

dan industri dapat bergerak lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.

2. Survei Kepuasan Pelanggan Industri tidak dapat menggunakan tingkat keluhan sebagai ukuran kepuasan pelanggan. Industri yang responsive mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survei berkala, yaitu dengan mengirimkan daftar pertanyaan atau menelpon secara acak dari pelanggan untuk mengetahui perasaan mereka terhadap berbagai kinerja industri. Selain itu ditanyakan tentang kinerja industri saingannya.

3. Ghost Shopping (Pelanggan Bayangan) Pelanggan bayangan adalah menyuruh orang berpura-pura menjadi pelanggan dan melaporkan titik-titik kuat maupun titik-titik lemah yang dialami waktu membeli produk dari industri sendiri maupun industri saingannya. Selain itu pelanggan

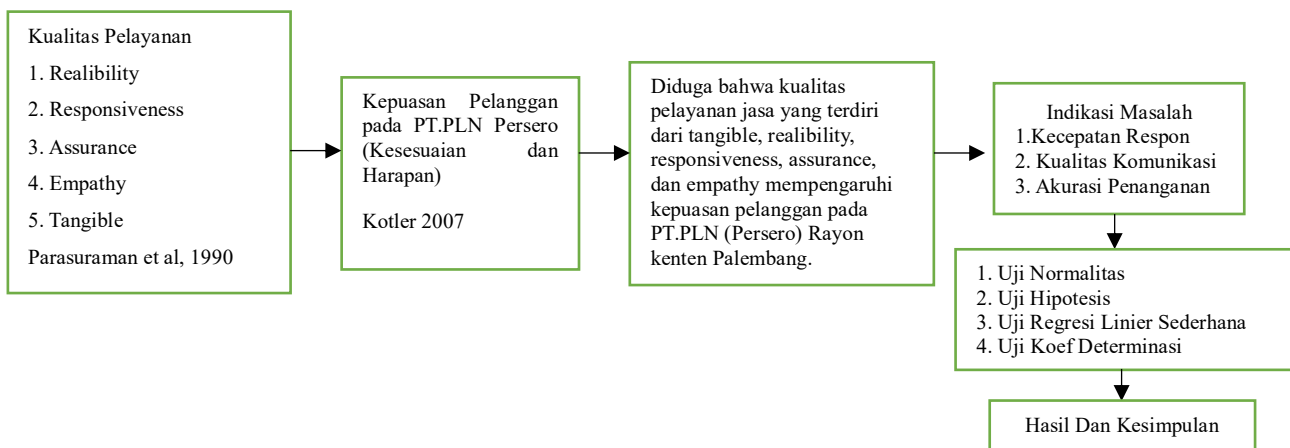
bayangan melaporkan apakah wiraniaga tersebut menanganinya dengan baik atau tidak.

4. Analisa Pelanggan yang Beralih Industri dapat menghubungi pelanggan yang tidak membeli lagi atau berganti pemasok untuk mengetahui penyebabnya (apakah harganya tinggi, pelayanan kurang baik, produknya kurang dapat diandalkan dan seterusnya,

### Kerangka Berfikir

Kerangka pemikiran digunakan sebagai dasar atau landasan dalam pengembangan berbagai konsep dan teori yang digunakan dalam penelitian serta hubungannya dengan perumusan masalah. Mengacu pada konsep dan teori yang telah disebutkan diatas, maka kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut

### Bagan Kerangka Berfikir



## C. PROSEDUR PENELITIAN

### Metode Penelitian

Menurut Sugiyono (2019), “metode penelitian pada dasarnya merupakan serangkaian langkah-langkah penelitian ilmiah untuk memperoleh data demi tujuan tertentu”. Prosedur atau langkah-langkah tersebut dilakukan untuk mendapatkan pengetahuan ilmiah dengan cara sistematis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode yang mengumpulkan data dari populasi atau sampel tertentu dengan menggunakan alat penelitian, analisis data statistik, dan tujuan untuk menguji hipotesis yang digunakan. Strategi ini menggunakan survei dan metode kuesioner untuk mengumpulkan data. Sementara itu, penelitian asosiatif adalah metodologi yang digunakan. Menentukan dampak atau keterkaitan antara dua faktor atau lebih dengan menggunakan penelitian asosiatif. Temuan penelitian ini kemudian dapat

diterapkan pada pengembangan suatu teori yang dapat dimanfaatkan untuk menjelaskan, memprediksi, dan mengatur suatu gejala.

Dalam penelitian ini, suatu hubungan dianggap bersifat sebab akibat jika mempengaruhi dua variabel atau lebih. Metode penelitian asosiatif ini menguji pengaruh variabel independen (X) dan variabel dependen (Y) satu sama lain.

### Variabel Penelitian

Menurut sugiyono, (2012:61) Variabel Penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Variabel mempunyai 2 jenis yang terdiri dari :

1. Variabel Bebas (independent variabel) merupakan variabel yang mempunyai atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat.

2. Variabel Terikat (dependent variabel) merupakan variabel yang dipengaruhi oleh variabel bebas.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan dua jenis variabel yaitu :

Variabel bebas (X) (independent variabel) yaitu variabel yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel terikat (dependent). Dalam penelitian ini variabel bebasnya yaitu : Kualitas Pelayanan Pengaduan Gangguan Listrik (X)

Variabel terikat (Y) (dependent variabel) yaitu variabel yang menjadi akibat atau yang dipengaruhi karena adanya variabel bebas (independent). Dalam penelitian ini variabel terikatnya yaitu : Kepuasan Pelanggan (Y)

### Definisi Operasional

Erwan Agus Putranto dan Dyah Ratih Sulistyastuti (2011:18), definisi operasional ini dimaksudkan untuk memberikan rujukan-rujukan empiris apa saja yang dapat ditemukan di lapangan untuk menggambarkan secara tepat konsep yang dimaksud sehingga konsep tersebut dapat diamati dan diukur.

Definisi operasional atau sering disebut operasionalisasi variabel adalah kegiatan atau proses yang dilakukan peneliti untuk mengurangi tingkat abstraksi konsep, sehingga konsep tersebut dapat diukur.

Dalam penelitian ini yang menjadi definisi operasionalnya dapat dilihat pada table dibawah ini :

**Tabel Operasionalisasi Variabel**

No	Variabel	Sub Variabel	Indikator	Skala	No kuesioner
1	Kualitas Pelayanan (X) (Parasuraman et al 1990)	1. Tangible (Bukti Fisik)	1. Penampilan petugas rapi dan professional 2. Peralatan, perlengkapan dan sarana yang modern 3. Kondisi lingkungan gedung yang bersih dan nyaman	Likert 1-5	1-3
		2. Realibility (Keandalan)	1. Aktivasi /registrasi pelanggan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan setelah lunas membayar persyaratan. 2. Pelayanan pengaduan cepat dan handal. 3. info tagihan / biling sesuai dengan pemakaian.	Likert 1-5	4-6
		3. Responsiveness (Ketanggapan)	1. Kesiapan petugas dalam melayani pelanggan 2. kemauan untuk membantu pelanggan. 3. cepat merespon pelanggan yang datang.	Likert 1-5	7-9
		4. Assurance (Jaminan)	1. Petugas mampu menanamkan kepercayaan kepada pelanggan. 2. Petugas mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan. 3. pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi.	Likert 1-5	10-12
		5. Empathy (Empati)	1. Petugas dapat memahami kebutuhan spesifik pelanggan. 2. Petugas memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian. 3. petugas mudah dihubungi pelanggan.	Likert 1-5	13-15
2	Kepuasan Pelanggan (Y) Kotler (2007)	Kesesuaian dan harapan	1. memberikan pelayanan jasa penerangan yang memuaskan sesuai yang diharapkan. 2. mempunyai jaringan yang cukup luas		

- dan terjangkau
3. menanggapi keluhan dengan cepat dan tepat      Likert      1-5      1-4
4. memiliki citra yang positif dan baik.

## Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Keseluruhan faktor (orang, peristiwa, dan barang) yang dapat dijadikan acuan untuk menarik kesimpulan dikenal sebagai populasi. Populasi menurut Sugiyono (2016, p. 115) adalah suatu bidang umum yang terdiri atas benda-benda atau

individu-individu yang mempunyai ciri-ciri dan ciri-ciri tertentu yang dipilih oleh peneliti untuk diteliti dan dari situ dapat diambil kesimpulan. Populasi penelitian ini terdiri dari seluruh pelanggan listrik PT. PLN Persero Rayon Kenten yang melakukan pengaduan keluhan gangguan listrik selama 6 bulan yang berjumlah 95 orang dari bulan juli 2023 – Desember 2023.

Tabel Jumlah Pengaduan Pelanggan

No	Bulan	Tahun	Jumlah
1	Juli	2023	353
2	Agustus	2023	454
3	September	2023	285
4	Oktober	2023	373
5	November	2023	265
6	Desember	2023	372
<b>Total</b>			<b>2102</b>

### 2. Sampel

Sampling merupakan strategi yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan sampel penelitian pada bidang penelitian. *Nonprobability sampling* dengan strategi *purposive sample* digunakan dalam penelitian ini. *Nonprobability sampling* merupakan metode pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan yang sama kepada setiap komponen atau orang dalam populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono, 2019).

M Sugiyono (2016, p. 81) menyatakan bahwa sampel mencerminkan ukuran dan susunan populasi. Sampel populasi penelitian harus representatif. Temuan penelitian tidak akan mencerminkan populasi jika ukuran sampel tidak mewakili. Rumus Lemeshow digunakan penulis untuk menghitung ukuran sampel ini. Karena jumlah penduduknya tidak diketahui atau tidak terbatas (*infinite population*), maka digunakan rumus Slovin. Adapun rumus Slovin adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

#### Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = kesalahan dalam pengambilan sampel, misalnya 10 %,

Melalui rumus di atas, maka dapat dihitung jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{2102}{1 + 2102(0,10)^2}$$

$$n = \frac{2102}{1 + 2102(0,01)}$$

$$n = 95,458 \approx 95 \text{ responden}$$

Berdasarkan rumus diatas maka sampel (n) yang dihitung rumus Slovin di atas adalah 95,458 yang kemudian dibulatkan menjadi 95 orang.

### Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data penelitian, penulis menggunakan metode-metode antara lain sebagai berikut:

#### 1. Observasi (Pengamatan)

Metode observasi yaitu pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala yang tampak pada objek penelitian. Observasi merupakan metode pengumpulan data yang menggunakan pengamatan terhadap obyek penelitian yang dapat dilaksanakan secara langsung maupun tidak langsung. Maka dalam penelitian ini penulis menggunakan pengamatan langsung terhadap proses pelayanan pengaduan serta kondisi lingkungan dan geografi lokasi penelitian yaitu di PT. PLN Persero Rayon Kenten.

#### 2. Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2016:142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang

dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Angket akan diberikan kepada responden dengan harapan agar bersedia memberikan respon sesuai permintaan, skor jawaban akan diukur menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena social (Sugiyono, 2016:93).

Adapun mengenai tentang nilai atau skor terhadap setiap butir pernyataan dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

**Tabel 4. Skala Likert**

No.	Keterangan	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Kurang Setuju (KS)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: (Hertanto, 2017)

### 3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah alat pengumpulan datanya disebut form pencatatan dokumen, dan sumber datanya berupa catatan atau dokumen yang tersedia. Metode ini juga digunakan untuk memperoleh data tentang:

1. Profil PT. PLN Persero Rayon Kenten.
2. Struktur Organisasi PT. PLN Persero Rayon Kenten
3. Denah Lokasi PT. PLN Persero Rayon Kenten
4. Data karyawan dan pelanggan PT. PLN Persero Rayon Kenten
5. Data Sarana dan Prasarana PT. PLN Persero Rayon Kenten

### Teknik Uji Coba Instrumen

#### 1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2011:348) mengemukakan bahwa "Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kendala atau ketepatan suatu alat ukur. Validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti.

Cara mengukur validitas digunakan rumus kolerasi *product moment* yang dikemukakan oleh Pearson dalam Sugiyono (2012:356) sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

#### Keterangan :

- rx<sub>y</sub> : Koefisien korelasi antara x dan y
- N : Jumlah subyek
- $\sum xy$  : Jumlah perkalian antara variabel X dan Y
- $\sum x^2$  : Jumlah dari kuadrat nilai X
- $\sum y^2$  : Jumlah dari kuadrat nilai Y
- $\sum x^2$  : Jumlah nilai X, dikuadratkan
- $\sum y^2$  : Jumlah nilai Y, dikuadratkan
- $r_{hitung} > r_{tabel} = valid$
- $r_{hitung} < r_{tabel} = tidak valid$
- Atau dalam SPSS
- Sig < 0,05 = valid
- Sig > 0.05 = tidak valid

### 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas merupakan angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat ukur dalam mengukur gejala yang sama. Makin kecil kesalahan pengukuran maka makin realibel alat pengukuran tersebut.

Menurut umar (2008:54) uji reliabilitas berguna untuk menetapkan apakah instrument (dalam hal ini kuesioner) dapat digunakan lebih dari satu kali, paling tidak pada responden yang sama. Tujuannya adalah untuk mengetahui dan akurasi. Uji ini menggunakan teknik Cronbach Alpha dengan rumus :

$$r_n = \left[ \frac{k}{k-1} \right] \left[ 1 - \frac{\epsilon\sigma^2}{\sigma^2} \right]$$

#### Keterangan :

- $r_n$  = reliabilitas instrument yang dicari
- k = jumlah item pertanyaan
- $\sum \sigma^2$  = jumlah varian butir
- $\sigma^2$  = varians total.

### Teknik Analisa Data

Teknik Analisa atau pengelolaan data mengguna-kan perhitungan sebagai berikut :

#### Uji Normalitas

Uji Normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam data, variabel terikat dengan variabel bebas keduanya mempunyai hubungan distribusi normal atau tidak (Danang, 2016:92).

Data yang baik adalah memiliki distribusi data normal atau mendekati normal. Uji statistik yang digunakan untuk menguji asumsi normalitas adalah dengan menggunakan uji normalitas dari Klomogorov Smirnov dengan pedoman sebagai berikut :

1. Hipotesis diterima apabila  $p$  value (sig) > 0,05
2. Hipotesis ditolak apabila  $p$  value (sig) < 0,05

#### Uji Hipotesis (Uji t)

Uji t digunakan mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh

yang signifikan terhadap variabel dependen. Langkah langkah untuk melakukan uji t sebagai berikut :

### Hipotesis

1. Ho1 = Variabel Reliability secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.  
Ha1 = Variabel Reliability secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
2. Ho2 = Variabel Responsiveness secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.  
Ha2 = Variabel Responsiveness secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
3. Ho3 = Variabel Assurance secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.  
Ha3 = Variabel Assurance secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4. Ho4 = Variabel Emphaty secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.  
Ha4 = Variabel Emphaty secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5. Ho5 = Variabel Tangible secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.  
Ha5 = Variabel Tangible secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### Tingkat signifikansi :

Tingkat signifikansi yang digunakan adalah 0,05 ( $\alpha = 5\%$ )

Jika signifikansi thitung  $> 0.05$ , berarti Ho diterima atau Ha ditolak. Jika signifikansi thitung  $< 0.05$ , berarti Ho ditolak atau Ha diterima.

### Menentukan ttabel

Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$  (uji 2 sisi) dengan derajatkebebasan ( $df = n-k-1$ )

### Kriteria Pengujian

Ho diterima jika  $-ttabel \leq thitung \leq ttabel$

Ho ditolak jika  $-thitung < -ttabel$  atau  $thitung > ttabel$

### Analisis Regresi Linier Sederhana

Untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, analisis regresi linier sederhana

menggunakan satu variabel independen atau prediktor dalam model regresi. Dengan persamaan rumus yang digunakan adalah :

$$Y = \alpha + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

### Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan Terhadap Pelayanan Jasa PT.PLN (Persero)

X = Kualitas Pelayanan Jasa PT.PLN (Persero)

X1 = Realibilitas

X2 = Responsiveness

X3 = Assurance

X4 = Empathy

X5 = Tangible

a = Konstanta

b = Koefisien Korelasi

e = Error term

### Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Ghazali (2018: 97) Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk menguji seberapa besar kemampuan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Nilai koefisien determinasi antara nol dan satu. Nilai  $R^2$  yang kecil berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan variable terikat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel bebas maka semakin kuat pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Untuk menentukan nilai koefisien determinasi dinyatakan dengan nilai R Square. Adapun rumus koefisien determinasi adalah :

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Dimana :

KD : nilai koefisien determinasi

$R^2$  : nilai koefisien korelasi

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

Pada bab ini penulis akan menyajikan data-data yang diperoleh selama penelitian yang telah dilakukan pada PT.PLN (Persero) jalan seduduk putih kelurahan 8 ilir. Metode pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, kemudian untuk pengumpulan data peneliti menggunakan kuisioner di distribusikan kepada 336 responden pelanggan listrik PT.PLN (Persero) rayon kenten. Kemudian data yang terkumpul akan diolah menggunakan SPSS versi 29.

Adapun hasil penelitian ini akan diuraikan satu persatu berdasarkan jenis-jenisnya.

#### 1. Data Umum Responden

Karakteristik responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah diklasifikasikan berdasarkan jenis kelamin, usia, jarak tempat tinggal, pekerjaan

dan pendidikan responden. Berikut ini akan dibahas mengenai kondisi dari masing-masing klasifikasi responden tersebut.

#### a. Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

**Tabel Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase (%)
Laki-Laki	45	47,36
Perempuan	50	52,64
<b>Total</b>	<b>95</b>	<b>100.0</b>

Sumber Data : Pengolahan Data Primer (SPSS 29)

Pada Tabel distribusi responden berdasarkan jenis kelamin menunjukkan bahwa dari 95 responden, jenis kelamin responden yang terbanyak adalah perempuan yaitu sebanyak 50 responden (52,64%), sedangkan jenis kelamin yang terendah adalah laki-laki yaitu sebanyak 45

responden (47,36%). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan listrik PT. PLN Persero Rayon Kenten yang paling banyak melakukan pengaduan keluhan gangguan Listrik berjenis kelamin Perempuan.

#### b. Distribusi Responden Berdasarkan Usia

**Tabel Distribusi Responden Berdasarkan Usia**

Usia	Frekuensi	Persentase (%)
19-30 tahun	26	27,36
31-40 tahun	30	31,57
41-50 tahun	29	30,54
>50 tahun	10	10,53
<b>Total</b>	<b>95</b>	<b>100.0</b>

Sumber Data : Pengolahan Data Primer (SPSS 29)

Pada Tabel distribusi responden berdasarkan usia menunjukkan bahwa dari 95 responden, usia responden yang terbanyak adalah 31-40 tahun yaitu sebanyak 30 responden (31,57%), sedangkan usia yang terendah adalah >50 tahun yaitu sebanyak 10 responden (10,53%). Hal ini

menunjukkan bahwa pelanggan listrik PT. PLN Persero Rayon Kenten yang paling banyak melakukan pengaduan keluhan gangguan Listrik berada pada rentang usia 31-40 tahun.

#### c. Distribusi Responden Berdasarkan Jarak Tempat Tinggal

**Tabel Distribusi Responden Berdasarkan Jarak Tempat Tinggal**

Jarak Tempat Tinggal	Frekuensi	Persentase (%)
< 3 km	50	52,64
> 3km	45	47,36
<b>Total</b>	<b>95</b>	<b>100.0</b>

Sumber Data : Pengolahan Data Primer (SPSS 29)

Pada Tabel distribusi responden berdasarkan jarak tempat tinggal menunjukkan bahwa dari 95 responden jarak tempat tinggal responden yang terbanyak adalah <3 km yaitu sebanyak 50 responden (52,64%), sedangkan jarak tempat tinggal yang terendah adalah >3 km yaitu sebanyak 45 responden (47,36%). Hal ini menunjukkan

bahwa pelanggan listrik PT. PLN Persero Rayon Kenten yang paling banyak melakukan pengaduan keluhan gangguan Listrik memiliki jarak tempat tinggal kurang dari 3 km.

#### d. Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan

**Tabel Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan**

Pekerjaan	Frekuensi	Persentase (%)
Pelajar/Mahasiswa	7	7,37
Ibu Rumah Tangga	40	42,11
Pegawai Swasta	27	28,42

Wiraswasta	9	9,47
PNS / TNI / Polri / Pensiunan	12	12,63
<b>Total</b>	<b>95</b>	<b>100.0</b>

Sumber Data : Pengolahan Data Primer (SPSS 29)

Pada Tabel 9 distribusi responden berdasarkan pekerjaan menunjukkan bahwa dari 95 responden, pekerjaan yang terbanyak adalah ibu rumah tangga yaitu sebanyak 40 responden (42,11%), sedangkan

pekerjaan yang terendah adalah pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 7 responden (7,37%).

#### e. Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir

**Tabel Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Persentase (%)
Tamat SD	13	13,68
Tamat SMP	18	18,95
Tamat SMA	50	52,63
Diploma	2	2,11
Sarjana (S-1)	3	3,16
Pasca Sarjana (S-2)	9	9,47
<b>Total</b>	<b>95</b>	<b>100.0</b>

Sumber Data : Pengolahan Data Primer (SPSS 29)

Pada Tabel 10 distribusi responden berdasarkan pendidikan terakhir menunjukkan bahwa dari 95 responden, pendidikan terakhir yang terbanyak adalah Tamat SMA yaitu sebanyak 50 responden (52,63%), sedangkan pendidikan terakhir yang terendah adalah Diploma yaitu sebanyak 2 responden (2,11%).

## 2. Teknik Uji Instrumen

Uji coba instrument ini dilakukan untuk melihat apakah kuesioner tersebut layak atau tidak untuk digunakan sebagai instrument dalam penelitian ini. Berdasarkan hasil dari uji coba instrumen, maka diperoleh data validitas dan reliabilitas :

#### a. Uji Validitas

Data Uji validitas data dalam penelitian ini dilakukan dengan koefisien korelasi product-moment Pearson. Jika nilai signifikan atau hasil prob-sig. < 0,05 dan nilai r hitung lebih besar dari r tabel, maka kuesioner tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2011). Hasil pengolahan data dengan menggunakan Program SPSS versi 22 dengan 2 variabel yang terdiri dari 1 variabel bebas (Pelayanan Pengaduan Gangguan Listrik) dan 1 variabel terikat (Kinerja Karyawan) mendapatkan hasil sebagai berikut :

Variabel	Tabel Uji Validitas			Keterangan
	No. Item	r-tabel	r-hitung	
Kualitas Pelayanan Pengaduan Gangguan Listrik (X)	1	0,195	0,461	Valid
	2	0,195	0,807	Valid
	3	0,195	0,767	Valid
	4	0,195	0,702	Valid
	5	0,195	0,681	Valid
	6	0,195	0,735	Valid
	7	0,195	0,715	Valid
	8	0,195	0,723	Valid
	9	0,195	0,684	Valid
	10	0,195	0,727	Valid
	11	0,195	0,728	Valid
	12	0,195	0,803	Valid
	13	0,195	0,464	Valid
	14	0,195	0,775	Valid
	15	0,195	0,762	Valid
1	0,195	0,651	Valid	

Kepuasan Pelanggan	2	0,195	0,578	Valid
(Y)	3	0,195	0,707	Valid
	4	0,195	0,693	Valid

Sumber : Data Primer diolah 2024

Dengan demikian semua indikator tersebut nilai  $r$  hitung  $\geq r$  tabel maka dapat disimpulkan valid. Artinya semua pernyataan dalam kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat mengukur variabel yang digunakan.

### b. Uji Reliabilitas

Data Reliabilitas adalah alat ukur untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner

dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil 44 dari waktu ke waktu. Suatu data dikatakan reliable adalah variabel memiliki nilai Cronbach alpha 0,6 atau tidak reliabel apabila memiliki nilai Cronbach alpha lebih kecil dari 0,6 (Ghozali, 2018). Pengolahan data menggunakan Program SPSS yang hasilnya disajikan pada tabel 12 dibawah ini.

**Tabel Rekapitulasi Uji Reliabilitas**

Kategori	Nilai	Keterangan
Realibility (X1)	0,771	Reliabel
Responsiveness (X2)	0,789	Reliabel
Assurance (X3)	0,782	Reliabel
Empathy (X4)	0,776	Reliabel
Tangible (X5)	0,786	Reliabel
Kepuasan Pelanggan (Y)	0,752	Reliabel

Sumber : Data Primer

Nilai reliabilitas dari variabel Tabel 12 tersebut di atas memberikan indikasi bahwa keandalan kuesioner yang digunakan sebagai alat pengukur termasuk pada kategori berkorelasi kuat untuk tiap variabel tersebut. Uji reliabilitas ini memberikan indikasi bahwa keandalan kuesioner yang digunakan sebagai alat pengukur untuk tiap variabel termasuk pada kategori berkorelasi tinggi dan diterima. Karena setiap nilai alpha melebihi nilai cut off yaitu 0.6, maka semua dimensi adalah reliable.

### 3. Hasil Distribusi Frekuensi Kuesioner

Selanjutnya akan dilakukan proses perhitungan hasil jawaban kuesioner yang berkenaan dengan seluruh pertanyaan yang telah lulus uji validitas dengan menggunakan skala likert. Berdasarkan hasil penelitian dari 90 responden yang diteliti, dapat dilihat pada tabel hasil distribusi frekuensi dibawah ini :

#### a. pengaduan pelayanan gangguan listrik

**Tabel ktivasi /registrasi pelanggan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan setelah lunas membayar persyaratan**

		X1		
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	1	1	1.1	1.1
	4	74	77.8	77.8
	5	20	21,1	21,1
	Total	95	100.0	100.0

Sumber : Pengelolaan Data Primer Dengan SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel diatas yang didapat dari 95 orang responden, Aktivasi /registrasi pelanggan sesuai dengan waktu yang telah ditetapkan setelah lunas membayar persyaratan yaitu sangat tidak

setuju berjumlah 1 orang (1,1%), tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), kurang setuju berjumlah 0 orang (0%), setuju berjumlah 74 orang (77,8%), dan sangat setuju berjumlah 20 orang (21,1%).

**Tabel Pelayanan pengaduan cepat dan handal**

		X2		
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	2	25	26.3	26.3

4	36	37.9	37.9
5	34	35.8	35.8
Total	95	100.0	100.0

Sumber : *Pengelolaan Data Primer Dengan SPSS Versi 29*

Berdasarkan tabel diatas yang didapat dari 95 orang responden, Pelayanan pengaduan cepat dan handal yaitu sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 25 orang (26.3%),

kurang setuju berjumlah 0 orang (0%), setuju berjumlah 36 orang (37.9%), sangat setuju berjumlah 34 orang (35.8%).

**Tabel info tagihan / biling sesuai dengan pemakaian X3**

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid 2	6	6.4	6.4
4	37	38.9	38.9
5	52	54.7	54.7
Total	95	100.0	100.0

Sumber : *Pengelolaan Data Primer Dengan SPSS Versi 29*

Berdasarkan tabel diatas yang didapat dari 95 orang responden, info tagihan / biling sesuai dengan pemakaian yaitu sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 6

orang (6.4%), kurang setuju berjumlah 0 orang (0%), setuju berjumlah 37 orang (38.9 %), sangat setuju berjumlah 52 orang (54.7%).

**Tabel Kesiapan petugas dalam melayani pelanggan**

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid 2	4	4.2	4.2
4	42	44.2	44.2
5	49	51.6	51.6
Total	95	100.0	100.0

Sumber : *Pengelolaan Data Primer Dengan SPSS Versi 29*

Berdasarkan tabel diatas yang didapat dari 95 orang responden, Kesiapan petugas dalam melayani pelanggan yaitu sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 4

orang (4.2%), kurang setuju berjumlah 0 orang (0%), setuju berjumlah 42 orang (44.2%), sangat setuju berjumlah 49 orang (51.6%).

**Tabel kemauan untuk membantu pelanggan X5**

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid 2	3	3.1	3.1
4	53	55.8	55.8
5	39	41.1	41.1
Total	95	100.0	100.0

Sumber : *Pengelolaan Data Primer Dengan SPSS Versi 29*

Berdasarkan tabel diatas yang didapat dari 95 orang responden, kemauan untuk membantu pelanggan yaitu sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 3 orang (3.1%),

kurang setuju berjumlah 0 orang (0%), setuju berjumlah 53 orang (55.8%), sangat setuju berjumlah 39 orang (41.1%).

**Tabel Cepat Merespon Pelanggan Yang Datang X6**

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid 2	20	21.1	21.1
4	37	38.9	38.9
5	38	40.0	40.0
Total	95	100.0	100.0

Sumber : *Pengelolaan Data Primer Dengan SPSS Versi 29*

Berdasarkan tabel diatas yang didapat dari 95 orang responden, cepat merespon pelanggan yang datang yaitu sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 20 orang (21.1%),

kurang setuju berjumlah 0 orang (0%), setuju berjumlah 37 orang (38.9%), sangat setuju berjumlah 38 orang (40.0%).

**Tabel Petugas mampu menanamkan kepercayaan kepada pelanggan**

**X7**

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	2	19	20.0	20.0
	4	46	48.4	48.4
	5	30	31.6	31.6
	Total	95	100.0	100.0

Sumber : Pengelolaan Data Primer Dengan SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel diatas yang didapat dari 95 orang responden, Petugas mampu menanamkan kepercayaan kepada pelanggan yaitu sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju

berjumlah 19 orang (20%), kurang setuju berjumlah 0 orang (0%), setuju berjumlah 46 orang (48.4%), sangat setuju berjumlah 30 orang (31.6%).

**Tabel Petugas mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan**

**X8**

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	2	7	7.4	7.4
	4	47	49.5	49.5
	5	41	43.1	43.1
	Total	95	100.0	100.0

Sumber : Pengelolaan Data Primer Dengan SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel diatas yang didapat dari 95 orang responden, Petugas mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan yaitu sangat tidak setuju

berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 7 orang (7.4%), kurang setuju berjumlah 0 orang (0%), setuju berjumlah 47 orang (49.5%), sangat setuju berjumlah 41 orang (43.1%).

**Tabel pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi**

**X9**

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	2	1	1.1	1.1
	4	39	41.1	41.1
	5	55	57.8	57.8
	Total	95	100.0	100.0

Sumber : Pengelolaan Data Primer Dengan SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel diatas yang didapat dari 95 orang responden, pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi yaitu sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 1

orang (1.1%), kurang setuju berjumlah 0 orang (0%), setuju berjumlah 39 orang (41.1%), sangat setuju berjumlah 55 orang (57.8%).

**Tabel Petugas dapat memahami kebutuhan spesifik pelanggan**

**X10**

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	2	4	4.2	4.2
	4	44	46.3	46.3
	5	47	49.5	49.5
	Total	95	100.0	100.0

Sumber : Pengelolaan Data Primer Dengan SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel diatas yang didapat dari 95 orang responden, Petugas dapat memahami kebutuhan spesifik pelanggan yaitu sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju

berjumlah 4 orang (4.2%), kurang setuju berjumlah 0 orang (0%), setuju berjumlah 44 orang (46.3%), sangat setuju berjumlah 47 orang (49,5%).

**Tabel Petugas memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian.**

**X11**

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	2	4	4.2	4.2
	4	56	58.9	58.9
	5	35	36.9	36.9
Total		95	100.0	100.0

*Sumber : Pengelolaan Data Primer Dengan SPSS Versi 29*

Berdasarkan tabel diatas yang didapat dari 95 orang responden, Petugas memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian yaitu sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju

berjumlah 4 orang (4.2%), kurang setuju berjumlah 0 orang (0%), setuju berjumlah 56 orang (58.9%), sangat setuju berjumlah 35 orang (36.9%).

**Tabel petugas mudah dihubungi pelanggan**

**X12**

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	2	26	27.4	27.4
	4	34	35.8	35.8
	5	35	36.8	36.8
Total		95	100.0	100.0

*Sumber : Pengelolaan Data Primer Dengan SPSS Versi 29*

Berdasarkan tabel diatas yang didapat dari 95 orang responden, petugas mudah dihubungi pelanggan yaitu sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 26 orang

(27.4%), kurang setuju berjumlah 0 orang (0%), setuju berjumlah 34 orang (35.8%), sangat setuju berjumlah 35 orang (36.8%).

**Tabel Penampilan petugas rapi dan professional**

**X13**

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	2	10	10.5	10.5
	4	30	31.6	31.6
	5	55	57.9	57.9
Total		95	100.0	100.0

*Sumber : Pengelolaan Data Primer Dengan SPSS Versi 29*

Berdasarkan tabel diatas yang didapat dari 95 orang responden, Penampilan petugas rapi dan professional yaitu sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 10 orang

(10.5%), kurang setuju berjumlah 0 orang (0%), setuju berjumlah 30 orang (31.6%), sangat setuju berjumlah 55 orang (57.9%).

**Tabel Peralatan, perlengkapan dan sarana yang modern**

**X14**

		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	2	15	15.8	15.8
	4	56	58.9	58.9
	5	23	24.2	24.2
Total		95	100.0	100.0

*Sumber : Pengelolaan Data Primer Dengan SPSS Versi 29*

Berdasarkan tabel diatas yang didapat dari 95 orang responden, Peralatan, perlengkapan dan sarana yang modern yaitu sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 15

orang (15.8%), kurang setuju berjumlah 0 orang (0%), setuju berjumlah 56 orang (58.9%), sangat setuju berjumlah 23 orang (24.2%).

**Tabel Kondisi lingkungan gedung yang bersih dan nyaman**

**X15**

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	2	1.1	1.1
	4	52.6	52.6
	5	44.2	44.2
Total	95	100.0	100.0

Sumber : Pengelolaan Data Primer Dengan SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel diatas yang didapat dari 95 orang responden, Kondisi lingkungan gedung yang bersih dan nyaman yaitu sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 1

orang (1.1%), kurang setuju berjumlah 0 orang (0%), setuju berjumlah 52 orang (52.6%), sangat setuju berjumlah 42 orang (44.2%).

**b. Kepuasan Pelanggan**

**Tabel memberikan pelayanan jasa penerangan yang memuaskan sesuai yang diharapkan**

**Y1**

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	2	3.2	3.2
	4	49.5	49.5
	5	47.3	47.3
Total	95	100.0	100.0

Sumber : Pengelolaan Data Primer Dengan SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel diatas yang didapat dari 95 orang responden, memberikan pelayanan jasa penerangan yang memuaskan sesuai yang diharapkan yaitu sangat tidak setuju berjumlah 0

orang (0%), tidak setuju berjumlah 3 orang (3.2%), kurang setuju berjumlah 0 orang (0%), setuju berjumlah 47 orang (49.5%), sangat setuju berjumlah 45 orang (47.3%).

**Tabel mempunyai jaringan yang cukup luas dan terjangkau**

**Y2**

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	2	1.1	1.1
	4	41.1	41.1
	5	57.8	57.8
Total	95	100.0	100.0

Sumber : Pengelolaan Data Primer Dengan SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel diatas yang didapat dari 95 orang responden, mempunyai jaringan yang cukup luas dan terjangkau yaitu sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 1

orang (1.1%), kurang setuju berjumlah 0 orang (0%), setuju berjumlah 39 orang (41.1%), sangat setuju berjumlah 55 orang (57.8%).

**Tabel menanggapi keluhan dengan cepat dan tepat**

**Y3**

	Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	2	4.2	4.2
	4	53.7	53.7
	5	42.1	42.1
Total	95	100.0	100.0

Sumber : Pengelolaan Data Primer Dengan SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel diatas yang didapat dari 95 orang responden, menanggapi keluhan dengan cepat dan tepat yaitu sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 4 orang

(4.2%), kurang setuju berjumlah 0 orang (0%), setuju berjumlah 51 orang (53.7%), sangat setuju berjumlah 40 orang (42.1%).

**Tabel memiliki citra yang positif dan baik**

		Y4		
		Frequency	Percent	Valid Percent
Valid	2	3	3.3	3.3
	4	56	58.9	58.9
	5	36	37.9	37.9
	Total	95	100.0	100.0

Sumber : Pengelolaan Data Primer Dengan SPSS Versi 29

Berdasarkan tabel diatas yang didapat dari 95 orang responden, memiliki citra yang positif dan baik yaitu sangat tidak setuju berjumlah 0 orang (0%), tidak setuju berjumlah 3 orang (3.3%), kurang setuju berjumlah 0 orang (0%), setuju berjumlah 56 orang (58.9%), sangat setuju berjumlah 36 orang (37.9%).

### Hasil Analisis Data

Adapun hasil analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji sebagai berikut :

#### 1. Uji Normalitas

Menurut Ghozali (2016), Uji normalitas dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah di dalam suatu model regresi, antara variabel bebas dan variabel terikat mempunyai distribusi normal

atau tidak normal. Apabila suatu variabel tidak berdistribusi secara normal, maka hasil uji statistik akan mengalami penurunan. Model regresi yang baik adalah model regresi yang mempunyai distribusi normal atau juga mendekati normal, sehingga nantinya akan layak dilakukan pengujian secara statistik. Pengujian normalitas data dapat menggunakan Kolmogorov-Smirnov yang ada pada program SPSS, dengan ketentuan:

- Apabila nilai signifikansi  $> 5\%$  (0.05), maka data memiliki distribusi normal
- Apabila nilai signifikansi  $< 5\%$  (0.05), maka data tidak memiliki distribusi normal.

Berikut hasil dan pembahasan uji Normalitas:

**Tabel Uji Normalitas**

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		95
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.59102588
Most Extreme Absolute Differences	Positive	.183
	Negative	.145
		-.183
Kolmogorov-Smirnov Z		3.351
Asymp. Sig. (2-tailed)		.657

Sumber : data primer diolah 2024

Pada tabel 16, dapat disimpulkan bahwa nilai Asymp. Sig. (2- tailed) sebesar  $0.657 > \alpha = 0.05$ , berarti sesuai dengan pengambilan keputusan dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov data memiliki distribusi normal dan telah memenuhi syarat normalitas dalam model regresi.

#### 2. Uji Hipotesis (Uji T)

Hasil uji T dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

**Tabel Hasil Uji T Realibity  
Coefficients<sup>a</sup>**

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	5.211	1.116		4,671	.000
	Realibility	.533	.086	.530	6.193	.000

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan Pengujian Koefisien Regresi Variabel Kualitas Pelayanan. Langkah-langkah melakukan uji t untuk variabel Reliability sebagai berikut :

1. Hipotesis

H<sub>01</sub> = Variabel Reliability secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

H<sub>a1</sub> = Variabel Reliability secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Tingkat Signifikan yang digunakan adalah 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Berdasarkan tabel 33 signifikansi variabel Realibility sebesar 0,00 artinya variabel Realibility lebih besar dari tingkat signifikansi sehingga dapat dikatakan bahwa H<sub>0</sub> diterima.

3. Menentukan thitung Berdasarkan tabel 33, maka thitung untuk variabel Realibility sebesar 4.671.

4. Menentukan ttabel Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$  (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) = n-k-1 atau 100-5-1= 94. Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk ttabel sebesar 1,98552 (1,986).

5. Kriteria pengujian H<sub>0</sub> diterima jika -ttabel  $\leq$  thitung  $\leq$  ttabel H<sub>0</sub> ditolak jika -thitung < -ttabel / thitung > ttabel

6. Membandingkan thitung dengan ttabel Nilai thitung > ttabel (4,671 > 1,986).

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa Realibility merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Di mana Realibility merupakan keandalan para karyawan dalam memahami dan mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh para pelanggan. Semakin tinggi tingkat keandalan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini terjadi karena pelanggan merasa bahwa

pelayanan yang mereka dapatkan sesuai dengan harapannya. Apabila kita melakukan analisis berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada tabel 33, kita dapat melihat pengaruh realibility dengan memerhatikan nilai thitung dan tingkat signifikansi dari variabel tersebut.

Berdasarkan tabel 33, thitung untuk variabel realibility sebesar 4,671. Untuk mengetahui pengaruh variabel ini dengan menggunakan thitung, maka kita harus membandingkan antara thitung dan ttabel. Apabila thitung > ttabel, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui nilai ttabel, maka dapat digunakan persamaan sebagai berikut;  $df = n - k - 1$ , di mana n merupakan total sampel, k adalah jumlah variabel independen. Jadi  $df = 100 - 5 - 1 = 94$ . Jadi dapat kita lihat pada tabel t pada df 94. Berdasarkan tabel, nilai ttabel yang diperoleh adalah 1,986. Perbandingan thitung dan ttabel dapat kita lihat bahwa nilai thitung > dari nilai ttabel, yakni 4,671 > 1,986. Jadi berdasarkan perbandingan nilai thitung dan ttabel, dapat disimpulkan bahwa variabel realibility memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada dibawah atau lebih kecil dari 5%, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen dan begitupula sebaliknya. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,000. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel realibility berada dibawah standar, artinya variabel ini memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Dari penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar realibility memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel Rekapitulasi hasil Uji t Responsiveness  
Coefficients**

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	9.431	1.094		8.624	.000
	Responsiveness	.201	.083	.239	2.433	.017

a. Dependent Variable: Y

Langkah-langkah melakukan uji t untuk variabel Responsiveness sebagai berikut :

1. Hipotesis

Ho2 = Variabel Responsiveness secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha2 = Variabel Responsiveness secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Tingkat Signifikan yang digunakan adalah 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Berdasarkan tabel 34 signifikansi variabel Responsiveness sebesar 0,17 artinya variabel Responsiveness lebih besar dari tingkat signifikansi sehingga dapat dikatakan bahwa Ho diterima.

3. Menentukan thitung Berdasarkan tabel 34, maka thitung untuk variabel Responsiveness sebesar 8,624.

4. Menentukan ttabel Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\%$ :  $2 = 2,5\%$  (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan (df) =  $n-k-1$  atau  $100-5-1=94$ . Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk ttabel sebesar 1,98552 (1,986).

5. Kriteria pengujian Ho diterima jika  $-thitung \leq -ttabel$  /  $thitung > ttabel$  Ho ditolak jika  $-thitung < -ttabel$  /  $thitung > ttabel$ .

6. Membandingkan thitung dengan ttabel Nilai thitung  $>$  ttabel (8,624  $>$  1,986).

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa Responsiveness merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Di mana Responsiveness merupakan keinginan karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Semakin tinggi tingkat ketanggapan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini terjadi karena pelanggan merasa bahwa pelayanan yang mereka dapatkan sesuai dengan harapannya.

Apabila kita melakukan analisis berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada tabel 34, kita dapat melihat pengaruh Responsiveness dengan memperhatikan nilai thitung dan tingkat signifikansi dari variabel tersebut. Berdasarkan tabel 34, t hitung untuk variabel Responsiveness sebesar 8,624. Untuk mengetahui pengaruh variabel ini dengan menggunakan thitung, maka kita harus membandingkan antara thitung dan ttabel. Apabila thitung  $>$  ttabel, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui nilai ttabel, maka dapat digunakan persamaan sebagai berikut;  $Df = n - k - 1$ , di mana n merupakan total sampel, k adalah jumlah variabel independen. Jadi  $df = 100 - 5 - 1 = 94$ . Jadi dapat kita lihat pada tabel t pada df 94.

Berdasarkan tabel, nilai ttabel yang diperoleh adalah 1,986. Perbandingan thitung dan ttabel dapat kita lihat bahwa nilai thitung  $>$  dari nilai ttabel, yakni  $8,624 > 1,986$ . Jadi berdasarkan perbandingan nilai thitung dan ttabel, dapat disimpulkan bahwa variabel Responsiveness memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada dibawah atau lebih kecil dari 5%, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen dan begitupula sebaliknya. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,017. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel Responsiveness berada dibawah standar, artinya variabel ini memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Dari penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar Responsiveness memiliki pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan.

**Tabel Rekapitulasi hasil Uji t Assurance**

		Coefficients				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	8.953	1.239		7.224	.000
	Assurance	.231	.091	.248	2.530	.013

a. Dependent Variable: Y

Langkah-langkah melakukan uji t untuk variabel Assurance sebagai berikut :

1. Hipotesis

Ho3 = Variabel Assurance secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Ha3 = Variabel Assurance secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Tingkat Signifikan yang digunakan adalah 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Berdasarkan tabel 35 signifikansi variabel Assurance sebesar 0,000 artinya variabel

Assurance lebih besar dari tingkat signifikansi sehingga dapat dikatakan bahwa  $H_0$  diterima.

3. Menentukan thitung Berdasarkan tabel 35, maka thitung untuk variabel Assurance sebesar 7,224.

4. Menentukan ttabel Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$  (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n-k-1$  atau  $100-5-1=94$ . Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk ttabel sebesar 1,98552 (1,986).

5. Kriteria pengujian  $H_0$  diterima jika  $-ttabel \leq thitung \leq ttabel$ .  $H_0$  ditolak jika  $-thitung < -ttabel / thitung > ttabel$ .

6. Membandingkan thitung dengan ttabel Nilai thitung  $>$  ttabel ( $7,224 > 1,986$ ).

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa Assurance merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Di mana Assurance (jaminan) merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan untuk membantu para pelanggan. Semakin tinggi jaminan yang diberikan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini terjadi karena pelanggan merasa bahwa pelayanan yang mereka dapatkan sesuai dengan harapannya. Apabila kita melakukan analisis berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada tabel 35, kita dapat melihat pengaruh Assurance dengan memerhatikan nilai thitung dan tingkat signifikansi dari variabel tersebut.

Berdasarkan tabel 35, t hitung untuk variabel Assurance sebesar 7,224. Untuk mengetahui

pengaruh variabel ini dengan menggunakan thitung, maka kita harus membandingkan antara thitung dan ttabel. Apabila thitung  $>$  ttabel, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui nilai ttabel, maka dapat digunakan persamaan sebagai berikut;  $df = n - k - 1$ , di mana  $n$  merupakan total sampel,  $k$  adalah jumlah variabel independen. Jadi  $df = 100 - 5 - 1 = 94$ . Jadi dapat kita lihat pada tabel t pada  $df = 94$ .

Berdasarkan tabel, nilai ttabel yang diperoleh adalah 1,986. Perbandingan thitung dan ttabel dapat kita lihat bahwa nilai thitung  $>$  dari nilai ttabel, yakni  $7,224 > 1,986$ . Jadi berdasarkan perbandingan nilai thitung dan ttabel, dapat disimpulkan bahwa variabel Assurance memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada di bawah atau lebih kecil dari 5%, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen dan begitupula sebaliknya. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,13. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel Assurance berada dibawah standar, artinya variabel ini memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Dari penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar Assurance memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel Rekapitulasi hasil Uji t Emphaty**

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	9.330	1.253		7.444	.000
	Emphaty	.206	.094	.217	2.198	.030

a. Dependent Variable: Y

Langkah-langkah melakukan uji t untuk variabel Emphaty sebagai berikut :

1. Hipotesis

$H_0$  = Variabel Emphaty secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

$H_a$  = Variabel Emphaty secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Tingkat Signifikan Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Berdasarkan tabel 36 signifikansi variabel Emphaty sebesar 0,030 artinya variabel Emphaty lebih besar dari tingkat

signifikansi sehingga dapat dikatakan bahwa  $H_0$  diterima.

3. Menentukan thitung Berdasarkan tabel 36, maka thitung untuk variabel Emphaty sebesar 7,444.

4. Menentukan ttabel Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$  (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n-k-1$  atau  $100-5-1=94$ . Dengan pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk ttabel sebesar 1,98552 (1,986).

5. Kriteria pengujian  $H_0$  diterima jika  $-ttabel \leq thitung \leq ttabel$ .  $H_0$  ditolak jika  $-thitung < -ttabel / thitung > ttabel$ .

6. Membandingkan thitung dengan ttabel Nilai thitung  $>$  ttabel ( $7,444 > 1,986$ ).

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa Emphaty merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Di mana Emphaty merupakan perhatian yang diberikan secara pribadi, memahami kebutuhan para pelanggan serta komunikasi yang baik. Semakin tinggi empati yang diperlihatkan, maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini terjadi karena pelanggan merasa bahwa pelayanan yang mereka dapatkan sesuai dengan harapannya. Apabila kita melakukan analisis berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada tabel 36, kita dapat melihat pengaruh Emphaty dengan memerhatikan nilai thitung dan tingkat signifikansi dari variabel tersebut.

Berdasarkan tabel, thitung untuk variabel Emphaty sebesar 7,444. Untuk mengetahui pengaruh variabel ini dengan menggunakan thitung, maka kita harus membandingkan antara thitung dan ttabel. Apabila thitung > ttabel, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui nilai ttabel, maka dapat digunakan persamaan sebagai berikut;  $df = n - k - 1$ , di mana n merupakan total sampel, k

adalah jumlah variabel independen. Jadi  $df = 100 - 5 - 1 = 94$ . Jadi dapat kita lihat pada tabel t pada df 94.

Berdasarkan tabel, nilai ttabel yang diperoleh adalah 1,986. Perbandingan thitung dan ttabel dapat kita lihat bahwa nilai thitung > dari nilai ttabel, Yakni  $7,444 > 1,986$ . Jadi berdasarkan perbandingan nilai thitung dan ttabel, dapat disimpulkan bahwa variabel Emphaty memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada di bawah atau lebih kecil dari 5%, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen dan begitupula sebaliknya. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,030 Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel Emphaty berada dibawah standar, artinya variabel ini memiliki pengaruh terhadap variabel dependen. Dari penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar Emphaty memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

**Tabel Rekapitulasi hasil Uji t Tangible**

		Coefficients		Standardized		
		Unstandardized Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	7.275	1.097		6.634	.000
	Tangible	.360	.082	.407	4.410	.000

a. Dependent Variable: Y

Langkah melakukan uji t untuk variabel Tangible sebagai berikut :

1. Hipotesis

$H_0$  = Variabel Tangible secara parsial tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

$H_a$  = Variabel Tangible secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2. Tingkat Signifikan Tingkat signifikan yang digunakan adalah 0,05 ( $\alpha = 5\%$ ). Berdasarkan tabel 37 signifikansi variabel Tangible sebesar 0,001 artinya variabel Tangible lebih besar dari tingkat signifikansi sehingga dapat dikatakan bahwa  $H_0$  diterima.

3. Menentukan thitung Berdasarkan tabel 37, maka thitung untuk variabel Tangible sebesar 6,634.

4. Menentukan ttabel Tabel distribusi t dicari pada  $\alpha = 5\% : 2 = 2,5\%$  (uji 2 sisi) dengan derajat kebebasan ( $df$ ) =  $n - k - 1$  atau  $100 - 5 - 1 = 94$ . Dengan

pengujian 2 sisi (signifikansi = 0,025) hasil diperoleh untuk ttabel sebesar 1,98552 (1,986).

5. Kriteria pengujian  $H_0$  diterima jika  $-ttabel \leq thitung \leq ttabel$   $H_0$  ditolak jika  $-thitung < -ttabel$  /  $thitung > ttabel$ .

6. Membandingkan thitung dengan ttabel Nilai thitung > ttabel ( $6,634 > 1,986$ ).

Berdasarkan teori, dijelaskan bahwa Tangible merupakan bagian dari kualitas pelayanan. Di mana Tangible merupakan bukti fisik dari perusahaan berupa penataan interior, kerapian dan kebersihan serta teknologi yang canggih. Semakin mendukung kondisi fisik perusahaan maka tingkat kepuasan pelanggan akan meningkat. Hal ini terjadi karena pelanggan merasa bahwa pelayanan yang mereka dapatkan sesuai dengan harapannya. Apabila kita melakukan analisis berdasarkan hasil penelitian yang terdapat pada tabel 37, kita dapat melihat pengaruh Tangible dengan memerhatikan nilai thitung dan tingkat signifikansi dari variabel tersebut. Berdasarkan tabel 37, thitung untuk

variabel *Emphaty* sebesar 6,634. Untuk mengetahui pengaruh variabel ini dengan menggunakan *thitung*, maka kita harus membandingkan antara *thitung* dan *ttabel*. Apabila *thitung* > *ttabel*, maka variabel tersebut punya pengaruh terhadap variabel dependen. Untuk mengetahui nilai *ttabel*, maka dapat digunakan persamaan sebagai berikut;  $df = n - k - 1$ , di mana *n* merupakan total sampel, *k* adalah jumlah variabel independen. Jadi  $df = 100 - 5 - 1 = 94$ . Jadi dapat kita lihat pada tabel *t* pada *df* 94.

Berdasarkan tabel, nilai *ttabel* yang diperoleh adalah 1,986. Perbandingan *thitung* dan *ttabel* dapat kita lihat bahwa nilai *thitung* > dari nilai *ttabel*, yakni 6,634 > 1,986. Jadi berdasarkan perbandingan nilai *thitung* dan *ttabel*, dapat disimpulkan bahwa variabel *Tangible* memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan tingkat signifikansi, apabila tingkat signifikansi berada di bawah atau lebih

kecil dari 5%, maka variabel tersebut berpengaruh terhadap variabel dependen dan begitupula sebaliknya. Dari hasil penelitian diperoleh tingkat signifikansi sebesar 0,00. Jadi dapat dikatakan bahwa tingkat signifikansi variabel *Tangible* berada dibawah standar, artinya variabel ini memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

Dari penjelasan secara teori dan hasil statistik dari penelitian, dapat disimpulkan bahwa benar *Tangible* memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

### 3. Analisis Regresi Linear Berganda

Berdasarkan data penelitian yang dikumpulkan baik untuk variabel terikat (*Y*) maupun variabel bebas (*X1, X2, X3, X4, X5*) yang diolah dengan menggunakan bantuan program SPSS 29, maka diperoleh hasil perhitungan regresi linear berganda sebagai berikut :

**Tabel Hasil Uji Regresi Linear Berganda Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	1.919	1.551		1.237	.219
	Realibility	.511	.099	.509	5.155	.000
	Responsiveness	-.105	.100	-.124	-1.045	.299
	Assurance	-.091	.144	-.097	-.629	.531
	Emphaty	.253	.110	.266	2.301	.024
	Tangible	.211	.122	.238	1.733	.086

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel di atas dapat diperoleh persamaan regresi linear berganda sebagai berikut :  
 $Y = 1,919 + 0,511X1 + (-0,105)X2 + (-0,091)X3 + 0,253X4 + 0,211X5 + 1,551$

Dimana :

1,919 = variabel independen yaitu kepuasan pelanggan yang terdiri dari *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *emphaty*, *tangible* mempunyai hubungan positif dengan peningkatan kepuasan pelanggan. Nilai konstanta kepuasan pelanggan sebesar 1,919 menunjukkan bahwa semakin meningkatnya pelayanan jasa diberikan akan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan yang dirasakan oleh pelanggan.

0,511X1 = besarnya koefisien variabel *reliability* yang berarti setiap peningkatan variabel *reliability* sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan meningkat 0,511 dengan asumsi variabel lainnya (*responsiveness*, *assurance*, *emphaty* dan *tangible*) konstan.

-0,105X2 = besarnya koefisien variabel *responsiveness* yang berarti setiap peningkatan variabel *responsiveness* sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan meningkat -0,105 dengan asumsi variabel lainnya (*reliability*, *assurance*, *emphaty* dan *tangible*) konstan.

-0,091X3 = besarnya koefisien variabel *assurance* yang berarti setiap peningkatan variabel *assurance* sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan meningkat 0,091 dengan asumsi variabel lainnya (*reliability*, *responsiveness*, *emphaty* dan *tangible*) konstan.

0,253X4 = besarnya koefisien variabel *emphaty* yang berarti setiap peningkatan variabel *emphaty* sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan akan menurun 0,253 dengan asumsi variabel lainnya (*reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *tangible*) konstan.

0,211X5 = besarnya koefisien variabel *tangible* yang berarti setiap peningkatan variabel *tangible* sebesar 1%, maka kepuasan pelanggan meningkat

0,211 dengan asumsi variabel lainnya (reliability, responsiveness, assurance, dan empathy) konstan.

Standar error sebesar 1,551 artinya seluruh variabel yang dihitung dalam uji SPSS memiliki tingkat variabel pengganggu sebesar 1,551.

Hasil regresi berganda di atas menunjukkan bahwa variabel bebas yakni reliability, empathy, dan tangible berpengaruh positif terhadap variabel terikat yakni kepuasan pelanggan. Sedangkan variabel responsiveness dan assurance berpengaruh negatif terhadap kepuasan pelanggan. Di mana setiap kenaikan yang terjadi pada variabel bebas akan diikuti pula oleh kenaikan variabel terikat.

**Tabel Hasil Uji Koefisien Determinasi Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.029 <sup>a</sup>	.317	.020	2.59490

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Berdasarkan tabel output SPSS “Model Summary” di atas, diketahui nilai koefisien determinasi/R Square adalah 0,317 atau sama dengan 31,7%. Angka tersebut mengandung arti bahwa variabel Pelayanan Pengaduan Gangguan Listrik (X) secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap variabel Kinerja Karyawan sebesar 31,7%. Sedangkan sisanya (100% - 31,7% = 69,3%) dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

## E. SIMPULAN DAN SARAN

### Simpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Hasil penelitian mengenai analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Kenten Palembang, dapat dibuat beberapa kesimpulan sebagai berikut : Persamaan regresi yakni realibility, responsiveness, assurance, empathy dan tangible berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, artinya apabila variabel independen naik, maka variabel dependen juga meningkat, dan jika variabel independen turun, maka variabel dependen juga menurun. Dari hasil koefisien regresi yang didapat menunjukkan, variabel realibility menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, kemudian empathy, tangible, responsiveness, sementara Assurance menjadi faktor terendah yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

Selain itu dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa variabel bebas yang dominan adalah variabel reliability sebesar 0,511.

### 6. Koefisien Determinasi (R Square)

Koefisien Determinasi (R Square) bertujuan untuk mengukur seberapa besar presentase pengaruh variabel independen atau bebas terhadap variabel dependen atau terikat dalam satuan persen pada sebuah model regresi penelitian. Hasil uji koefisien determinasi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

### Saran

Agar PT. PLN (Persero) Rayon Kenten Palembang bisa lebih meningkatkan kepuasan pelanggan maka perlu melakukan beberapa langkah sebagai berikut :

1. Assurance mempunyai pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan. Indikator jaminan yang dominan adalah karyawan trampil dan mempunyai pengetahuan yang memadai. Untuk itu sebaiknya, karyawan tetap mempertahankan pola kerja selama ini, yaitu trampil dan senantiasa tetap meningkatkan pengetahuannya yang salah satunya dapat diperoleh melalui berbagai pelatihan yang diadakan oleh perusahaan.
2. Responsiveness mempunyai pengaruh terbesar kedua terhadap kepuasan pelanggan. Indikator daya tanggap yang dominan adalah kecepatan karyawan dalam melayani kepentingan pelanggan serta kemampuan dan kemauan karyawan menjalin komunikasi. Untuk itu, sebaiknya karyawan lebih cepat dalam melayani pelanggan, seperti perlu ada bagian customer service yang bertugas mengatasi keluhan atau permasalahan yang dihadapi pelanggan serta bertugas memberikan informasi kepada pelanggan yang berkaitan dengan pembayaran tagihan, dan karyawan yang bertugas di bagian customer service harus mempunyai kemampuan komunikasi yang baik sehingga bisa lancar dalam berkomunikasi dengan pelanggan.

3. Tangible mempunyai pengaruh terbesar ketiga terhadap kepuasan pelanggan. Indikator bukti fisik yang dominan adalah ruang interior dan eksterior dan kebersihan ruang pelayanan. Untuk itu sebaiknya dalam melakukan penataan interior dan eksterior tetapi rapi, seperti, kursi

untuk tempat duduk pelanggan ditata secara per baris sehingga lebih rapi serta setiap ruangan selalu dibersihkan setiap saat agar terlihat bersih dan menggunakan teknologi yang lebih canggih dalam memberikan pelayanan seperti penggunaan nomor antrian secara elektronik.