

ABSTRAK

PT.SEI adalah perusahaan yang bergerak di bidang pemanfaatan energi terbarukan yaitu energi surya. Wilayah Indonesia yang luas dan memiliki beragam kondisi menjadi perhatian PT. SEI untuk peningkatan penggunaan *renewable energy* di wilayah yang memiliki keterbatasan kemampuan pasokan listrik dari energi fosil. Dengan adanya dukungan pemerintah melalui Peraturan Menteri No. 13 Tahun 2019, pemanfaatan energi matahari tidak hanya di daerah terpencil tetapi juga dipertanian. Peraturan menteri ini juga membuat semakin banyak perusahaan penyedia PLTS berdiri, sehingga membuat persaingan semakin ketat.

Dari hasil kuisioner Kepuasan Pelanggan yang pernah dibuat oleh PT. Surya Energi Indotama, dapat disimpulkan bahwa ada ketidakpuasan terhadap kemudahan mendapatkan informasi, ketepatan waktu dan penanganan keluhan bahkan ada beberapa catatan dari responden terkait dengan perlunya peningkatan manajemen lapangan dan koordinasi team proyek, tingkatkan layanan terutama kepastian delivery time, Komunikasi antara team survey dan team proyek tidak sinkron.

Penelitian/ Riset ini dilakukan guna mengukur Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen di PT. Surya Energi Indotama. Penelitian ini merupakan studi deskriptif serta kausal dan metode pengolahan data menggunakan analisa regresi linier berganda. Ada lima variabel Kualitas layanan yaitu bukti fisik(X1), empati (X2), kehandalan(X3), daya tanggap(X4), *assurance*(X5), serta satu variabel kepuasan konsumen (Y)

Dari hasil kuisioner dan pengolahan data regresi linier berganda ,dapat disimpulkan jika variabel Kehandalan berpengaruh positif serta signifikan pada kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi(P Value) sebesar $0,010 < 0,05$. Variable Jaminan(Assurance) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen dengan nilai signifikansi(P Value) sebesar $0,000 < 0,05$. Bukti fisik(Tangible) berpengaruh positif namun tidak signifikan kepada kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi(P Value) sebesar $0,603 > 0,05$. Empati tidak berpengaruh kepada kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi(P Value) sebesar $0,436 > 0,05$. Untuk Daya tanggap berpengaruh positif serta tidak signifikan kepada kepuasan pelanggan dengan nilai signifikansi(P Value) sebesar $0,384 > 0,05$. Secara simultan Bukti langsung, kehandalan, jaminan, daya tanggap serta empati

berpengaruh signifikan kepada kepuasan pelanggan dengan F jumlah sebesar 32, 536 dengan nilai signifikansi(P Value) sebesar $0,000 < 0,05$.

Kata Kunci: Kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan, *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*.