

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PLN (PERSERO) RAYON CIMAH KOTA

THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION STUDY AT
PT. PLN (PERSERO) CIMAH KOTA CITY

Afriani Hildayanthi Br Bukit¹⁾

¹⁾Administrasi Bisnis, Universitas Telkom
Jl. Telekomunikasi Terusan Buah Batu, Bandung 40257 Indonesia
email: hildabukid@yahoo.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggannya, bagaimana kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan, besarnya pengaruh kualitas pelayanan secara simultan dan parsial terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota.

Kualitas pelayanan adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Sedangkan kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif-kausalitas. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* jenis *incidental sampling*, dengan jumlah responden sebanyak 100 responden. Kemudian, untuk analisis data digunakan analisis deskriptif dan analisis regresi linier berganda.

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis secara simultan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota. Hal ini dibuktikan dengan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($33,680 > 2,469$) dengan tingkat signifikasinya $0,000 < 0,005$. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial (uji t) didapat dimensi *tangible*, *reliability* dan *responsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota. Berdasarkan koefisien determinasi didapat bahwa kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota mampu menjelaskan kepuasan pelanggan sebesar 64,2% dan sisanya sebesar 35,8% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti faktor karakteristik dan psikologi pelanggan (budaya, sosial, pribadi pelanggan).

Kesimpulan penelitian ini, kualitas pelayanan pada PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota sudah masuk kedalam kategori baik, namun ada beberapa item yang perlu dilakukan perbaikan seperti proses pelayanan pengaduan yang cepat, dan menegur/memberi sanksi kepada petugas pengontrol meteran yang tidak mengenakan tanda pengenal yang lengkap dan jelas.

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

Abstract

This study was conducted to determine the effect of service quality on customer satisfaction at PLN (Persero) Cimahi Rayon City. The purpose of this study was to determine and analyze how the quality of service provided to customers, how customer satisfaction with the services provided, the influence of the quality of service simultaneously and partially on customer satisfaction at PLN (Persero) Cimahi Rayon City.

Quality of service is a measure of how good a given level of service that is able to conform to the expectations of the customers. While customer satisfaction is the customer response to the evaluation of the perception of the difference between the initial expectations before purchase (or other

performance standards) and the actual performance of the product as perceived after use or consume the product in question.

This study uses quantitative descriptive research-causality. Sampling was done by non-probability sampling method incidental sampling type, the number of respondents of 100 respondents. Then, for data analysis used descriptive analysis and multiple linear regression analysis.

Based on the results of simultaneous hypothesis testing service quality significantly influence customers' satisfaction at. PLN (Persero) Cimahi Rayon City. This is evidenced by the $F_{hitung} > F$ ($33.680 > 2.469$) with a significance level of $0.000 < 0.005$. Based on the partial results of the hypothesis test (t test) obtained tangible dimension, reliability and responsiveness significantly influence customer satisfaction at. PLN (Persero) Cimahi Rayon City. Based on the coefficient of determination obtained that service quality PT. PLN (Persero) Cimahi Rayon City is able to explain 64.2% customer satisfaction and the remaining 35.8% is influenced by other factors not examined in this research such as psychological factors and customer characteristics (cultural, social, personal customers).

The conclusion of this study, the quality of service at PT. PLN (Persero) Cimahi Rayon City has entered into either category, but there are some items that need to be improved such as the service process fast complaints, and rebuked / sanction meter control officer who was not wearing a complete identification and clear.

Keywords: Customer satisfaction, service quality, tangible, reliability, responsiveness, assurance and empathy.

PENDAHULUAN

Era globalisasi saat ini, menuntut Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk meningkatkan pelayanan secara profesional sesuai dengan bidangnya masing-masing. Perubahan teknologi dan arus informasi sangat cepat telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan. BUMN harus dapat memberikan kepuasan kepada masyarakat selaku konsumen dan memberikan citra yang baik di mata masyarakat dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas. Melihat keadaan tersebut, pemerintah berupaya agar BUMN berusaha dapat memperbaiki keadaan dengan memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat. Dengan pelayanan yang baik, diharapkan masyarakat akan merasa dihargai dan tidak merasa diabaikan haknya dan akhirnya masyarakat sebagai konsumen atau pelanggan dari jasa yang ditawarkan oleh perusahaan milik pemerintah tersebut akan merasa puas.

PT. PLN (Persero) merupakan salah satu Perusahaan Milik Negara yang memberikan pelayanan kepada calon pelanggan dan masyarakat dalam penyediaan jasa yang berhubungan dengan penjualan tenaga listrik satu-satunya di Indonesia. Peningkatan kebutuhan listrik melonjak dengan tinggi dan cepat, khususnya kebutuhan bagi industri dan diiringi pula dengan standar kepuasan masyarakat menjadi lebih tinggi lagi sebagai akibat dari meningkatnya pendapatan masyarakat yang maju dan modern. Dalam melakukan kegiatannya, PT. PLN (Persero) menyediakan bagian pelayanan pelanggan yang tugasnya memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh setiap pelanggan. Salah satu kasus yang terjadi di Cimahi yaitu, salah satu warga mengeluhkan pelayanan mengenai pemasangan/penyambungan baru listrik yang sangat lamban di proses. Pelanggan merasa sangat kecewa karena lamanya waktu konfirmasi atas keluhan yang disampaikan dan tidak adanya kepastian mengenai kapan ada progress penyambungan listrik PLN ke rumahnya. (www.pikiran-rakyat.com).

Berikut dapat dilihat beberapa keluhan Indonesia. pelanggan terhadap pelayanan PLN di

Tabel 1.1
Keluhan Pelanggan

No.	Tanggal/Bulan/Tahun	Nama dan Alamat Pelanggan	Keluhan Pelanggan	Sumber
1.	7 Maret 2014	Ricky Darmawan Noya, Jalan Batu Apung F/3 Pasirkaliki, Cimahi UtaraKota Cimahi	Lamanya waktu konfirmasi mengenai kapan ada progress pemasangan/penyambungan listrik tersebut.	Surat pembaca pada www.pikiran-rakyat.com
2.	15 Juni 2014	Nana, Jalan Panday, Cimahi	Lamanya waktu konfirmasi mengenai pemasangan listrik baru.	Surat pembaca pada www.detik.com
3.	13 Februari 2012	Debby Kurniawan, Tiang Jawa , Tanjung Enim	Seringnya pemadaman/gangguan dalam waktu yang lama.	komplain.info
4.	16 Juli 2013	Ade Irwandi. Pekanbaru Riau	Tagihan listrik tidak sesuai dengan pemakaian.	komplain.info

Pada dasarnya posisi pelayanan ini merupakan faktor pendukung terhadap aktivitas pemasaran jasa PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota. Dalam rangka meningkatkan pelayanan penyediaan tenaga listrik oleh PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota kepada masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya, maka berdasarkan UUD RI No. 30 Tahun 2009 tentang ketenagalistrikan bahwa, tenaga listrik mempunyai peran yang sangat penting dan strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Usaha penyediaan tenaga listrik dikuasai oleh negara dan penyediaannya perlu terus ditingkatkan sejalan dengan perkembangan pembangunan agar tersedia tenaga listrik dalam jumlah yang cukup, merata, dan bermutu. Untuk itu PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota memberikan perhatian khusus kepada kegiatan pelayanan dalam hal pemenuhan kebutuhan pelanggan agar dalam pelaksanaannya dapat memuaskan pelanggannya.

PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang melayani kepentingan umum dan bergerak di bidang pelayanan pemasangan baru dan perubahan daya, pelayanan pelanggan mengenai pembacaan meter, dan sebagainya. Demi terselenggaranya penyaluran aliran listrik, dibutuhkan sarana penghubung berupa saluran transmisi, sedangkan jasa yang disalurkan berupa tenaga listrik, PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota melaksanakan kegiatan pembangunan di segala bidang dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama dalam bidang kelistrikan. Pembangunan PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota tidak semata-mata dimaksudkan untuk mencari keuntungan tetapi cenderung untuk mencapai kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, pembangunan PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota tetap berjalan walaupun menggunakan biaya yang sangat mahal. Hal ini disebabkan oleh adanya karakteristik pembangunan listrik yang memiliki daya dorong ke belakang (*Backward*

Linkage) dan daya dorong ke depan (*Forward Linkage*) yang relatif besar. PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota harus menempatkan diri seimbang diantara dua kepentingan yang dominan, yaitu : (1) sebagai perusahaan, PT PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota secara berkesinambungan perlu memperoleh keuntungan ekonomis untuk dapat dan mampu meningkatkan mutu dan jumlah pelayanan listrik untuk umum; (2) sebagai salah satu komponen pembangunan nasional, PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota mengemban tugas untuk menyediakan pelayanan tenaga listrik di seluruh wilayah tanah air yang tidak selamanya memberikan keuntungan ekonomis.

Sejalan dengan hal di atas, PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota berupaya untuk berperan : (1) sebagai pendorong, penggerak dan penunjang pembangunan nasional; (2) sebagai sarana peningkatan produktivitas dan efisiensi; (3) sebagai penunjang lancarnya kegiatan perekonomian dan pemerintah. Kebutuhan akan jasa listrik di Jawa Barat khususnya di Cimahi dari tahun ke tahun menunjukkan adanya peningkatan. Peningkatan akan dibutuhkannya jasa listrik ini merupakan dampak positif untuk menunjang tersalurnya potensi yang dimiliki PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota.

Berdasarkan uraian permasalahan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “ **Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota**”

TINJAUAN PUSTAKA

Menurut Tjiptono (2005:110) kualitas jasa atau kualitas pelayanan didefinisikan

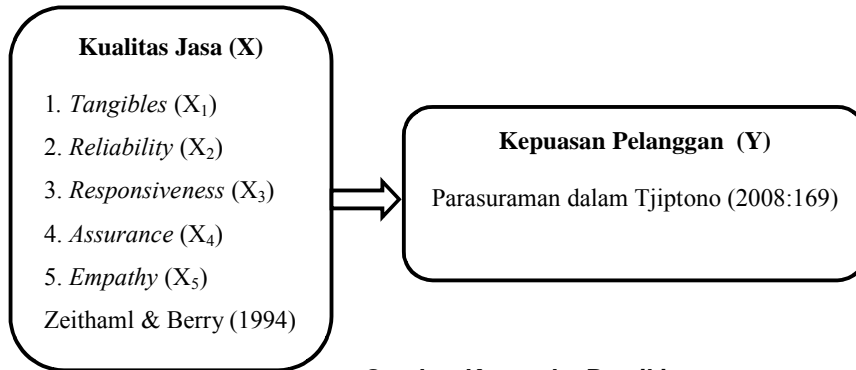
sebagai kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Menurut Parasuraman dalam Tjiptono (2008:85) ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas jasa yaitu *expected service* (layanan yang diharapkan pelanggan) dan *perceived service* (persepsi terhadap layanan yang diterima). Apabila *perceived service* sesuai dengan *expected service*, maka kualitas layanan yang bersangkutan akan dinilai baik dan positif. Apabila *perceived service* melebihi *expected service*, maka kualitas layanan akan dinilai sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya apabila *perceived service* lebih rendah dari *expected service*, maka kualitas layanan akan dinilai negatif atau buruk dipersepsikan buruk atau tidak memuaskan. Dengan demikian, baik tidaknya kualitas pelayanan tergantung kepada penyedia jasa dalam memenuhi harapan pemakainya secara konsisten.

Kepuasan pelanggan adalah respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengonsumsi produk bersangkutan.(Fandy Tjiptono, 2008:169). Kualitas pelayanan memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan untuk meraih keuntungan perusahaan. Sunyoto (2012:222) mengatakan bahwa perusahaan yang berkualitas atau bermutu adalah perusahaan yang dapat memuaskan sebagian besar kebutuhan pelanggannya. Kotler & Keller (2008) mengemukakan kualitas produk dan jasa, kepuasan pelanggan dan profitabilitas perusahaan adalah tiga hal yang terkait erat.

Semakin tinggi pula tingkat kualitas semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan yang dihasilkan, yang mendukung harga yang lebih

tinggi dan (sering kali) biaya yang lebih rendah. Kualitas jelas merupakan kunci untuk menciptakan nilai dan kepuasan pelanggan.

Kerangka Pemikiran



Gambar Kerangka Pemikiran

Hipotesis Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan kerangka pemikiran, maka dapat dirumuskan

hipotesis penelitian, yaitu: "Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota".

Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Item	Skala
	Tangible (Bukti fisik). X₁ Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan seksistensinya kepada pihak eksternal.	1. Penampilan petugas rapi 2. Kondisi peralatan listrik PLN (kabel, tiang listrik, meter kWh) tidak membahayakan 3. Kondisi lingkungan gedung bersih 4. Memiliki peralatan yang canggih untuk mendukung pelayanan 5. Kondisi lingkungan gedung nyaman. 6. Petugas mengenakan tanda pengenal.	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal
	Reliability (keandalan). X₂ Kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.	1. Kecepatan proses pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan 2. Info tagihan/billing sesuai dengan pemakaian. 3. Bila terjadi kesalahan pencatatn rekening listrik secepatnya akan dicek ulang.	Ordinal Ordinal Ordinal

<p>Kualitas Pelayanan (X) Adalah kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, sumber daya manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Fandy Tjiptono (2005:110)</p>	<p>Responsiveness (Ketanggapan). X₃ Kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan dalam menghubungi petugas 2. Kemauan petugas untuk membantu pelanggan 3. Cepat merespon kebutuhan pelanggan. 	Ordinal Ordinal Ordinal
	<p>Assurance (Jaminan). X₄ Pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya risiko atau keraguan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Petugas mampu menanamkan kepercayaan kepada pelanggan. 2. Petugas mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan. 3. Pelanggan merasa aman dalam melakukan transaksi. 	Ordinal Ordinal Ordinal
	<p>Empathy (Empati). X₅ Kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keramahan petugas dalam melayani pelanggan 2. Kesopanan dalam melayani pelanggan 3. Usaha memahami kebutuhan pelanggan 4. Adanya alternatif dalam memecahkan masalah 	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal
<p>Kepuasan Pelanggan (Y) Respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian (atau standar kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengonsumsi produk bersangkutan. Fandy Tjiptono (2008:169)</p>		<ol style="list-style-type: none"> 1. Memberikan pelayanan jasa penerangan yang memuaskan sesuai dengan yang diharapkan. 2. Mempunyai jaringan yang cukup luas dan terjangkau. 3. Menanggapi keluhan dengan cepat dan tepat. 4. Memiliki citra yang positif dan baik. 	Ordinal Ordinal Ordinal Ordinal

Tabel Operasional Variabel

METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif dan kausalitas. Menurut

Prastowo (2011:203) pengertian metode deskriptif merupakan metode penelitian yang berusaha mengungkapkan fakta suatu kejadian, objek, aktivitas, proses dan manusia

secara “apa adanya” pada waktu sekarang atau jangka waktu yang masih memungkinkan dalam ingatan responden. Sedangkan menurut Sanusi (2011:14) mendefinisikan kausalitas adalah desain penelitian yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya sebab akibat dari variabel. Penelitian kausalitas berusaha menggambarkan keadaan yang telah terjadi, mengidentifikasi pengaruh variabel satu terhadap variabel lain dan berusaha mencari kemungkinan variabel penyebabnya. Selain itu, pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dimana peneliti ingin membandingkan realita topik yang diangkat dengan teori yang ada.

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan yaitu pelanggan PT PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota yang berjumlah 100 orang. Menurut Umar (2008:90) *nonprobability sampling* adalah pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan karena dalam pelaksanaannya digunakan pertimbangan tertentu oleh peneliti. Salah satu teknik *nonprobability sampling* yang diambil oleh penulis adalah *insidental sampling*. *Insidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2008:122).

Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin.

Rumus ini digunakan jika ukuran populasi diketahui dan mempunyai asumsi bahwa populasi berdistribusi normal dan data relatif banyak. Rumus Slovin seperti berikut:

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

Dimana :

- n : Jumlah sampel
 N : Banyak populasi yaitu jumlah total pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota
 e : Toleransi kesalahan yang diambil oleh peneliti

Dalam penelitian ini jumlah populasi diketahui N = 93.858 dengan batas kesalahan yang diinginkan sebesar 10 %, maka dengan mengikuti perhitungan di atas hasilnya adalah :

$$\begin{aligned} n &= \frac{93.858}{1+93.858 (0,10^2)} \\ &= 99,893 \text{ (dibulatkan menjadi 100)} \end{aligned}$$

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Regresi Berganda

Analisis regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (*tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy*) terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan yang dilakukan pada 100 responden yang merupakan pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota.

Tabel Coefficients
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.254	.253		1.002	.319
1 Tangible (X1)	.286	.107	.211	2.682	.009
Reliability (X2)	.394	.078	.423	5.031	.000
Responsiveness (X3)	.262	.095	.257	2.769	.007
Assurance (X4)	.054	.064	.063	.841	.403
Emphaty (X5)	.009	.057	.010	.154	.878

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS

Berdasarkan hasil pengolahan data pada Tabel 4.10, dapat dirumuskan model persamaan regresi berganda sebagai berikut

:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

$$Y = 0,254 + 0,286 X_1 + 0,394 X_2 + 0,262 X_3 + 0,054 X_4 + 0,009 X_5$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat diuraikan sebagai berikut :

1. Konstanta (α) = 0,254. Ini menunjukkan harga konstan, yaitu jika variabel *tangible* (X_1), *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4), dan *emphaty* (X_5) = 0, maka kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota (Y) tetap sebesar 0,254.
2. Koefisien X_1 (b_1) = 0,286. Ini menunjukkan bahwa variabel *tangible* berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota. Jika variabel *tangible* ditingkatkan sebesar satu satuan dan variabel lainnya konstan, maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,286.

3. Koefisien X_2 (b_2) = 0,394. Ini menunjukkan bahwa variabel *reliability* berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota atau dengan kata lain, jika variabel *reliability* ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 0,394.
4. Koefisien X_3 (b_3) = 0,262. Ini menunjukkan bahwa variabel *responsiveness* berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota atau dengan kata lain, jika variabel *responsiveness* ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 0,262.
5. Koefisien X_4 (b_4) = 0,054. Ini menunjukkan bahwa variabel *assurance* berpengaruh

secara positif terhadap keputusan kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota atau dengan kata lain, jika variabel *responsiveness* ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 0,054.

6. Koefisien X_5 (b_5) = 0,009. Ini menunjukkan bahwa variabel *emphaty* berpengaruh secara positif terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota atau dengan kata lain, jika variabel *emphaty* ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan akan bertambah sebesar 0,009.

Uji Simultan (Uji Statistik F)

Hipotesis yang diajukan dan akan dibuktikan kebenarannya adalah:

H_{01} : Elemen-elemen kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan

pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota.

H_{a1} : Elemen-elemen kualitas pelayanan yang terdiri dari produk *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota.

**Tabel uji F
Hasil Uji Statistik F
ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	25.492	5	5.098	33.680	.000 ^b
Residual	14.229	94	.151		
Total	39.721	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

b. Predictors: (Constant), Emphaty (X5), Tangible (X1), Assurance (X4), Reliability (X2), Responsiveness (X3)

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS

F_{tabel} untuk jumlah sampel 100 dengan 5 variabel independen dan tingkat $\alpha = 0,05$ adalah 2,469 (F_{tabel} selengkapnya ada pada lampiran skripsi). Pada tabel dapat dilihat F_{hitung} adalah 33,680 dengan tingkat signifikansi 0,000. Oleh karena itu, pada kedua perhitungan yaitu $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($33,680 > 2,469$) dan tingkat signifikansinya $0,000 < 0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_6 diterima, yang artinya variabel bebas kualitas

pelayanan yaitu *tangible*, *reability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* secara bersama-sama berpengaruh secara signifikan terhadap variabel tergantung yaitu kepuasan pelanggan.

Uji Parsial (Uji-t)

Uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh secara terpisah (parsial) dari masing-masing variabel bebas yaitu kualitas pelayanan (X)

yang terdiri dari *tangible* (X_1), *reability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4), dan *empathy* (X_5) berpengaruh terhadap variabel tergantung yaitu kepuasan pelanggan (Y).

Kriteria penilaian uji hipotesis secara parsial adalah :

1. $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

2. $t_{hitung} < t_{tabel}$ dan nilai signifikansi lebih dari 0,05, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Hal ini menunjukkan tidak adanya pengaruh yang signifikan dari variabel bebas terhadap variabel terikat.

Dalam pengujian ini jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan secara statistik antara variabel independen tersebut terhadap variabel dependen. Nilai t_{tabel} untuk jumlah sebanyak 100 sampel dan tingkat $\alpha = 0,1$ adalah sebesar 1,986.

**Tabel Hasil Uji t
Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.254	.253		1.002	.319
Tangible (X1)	.286	.107	.211	2.682	.009
Reliability (X2)	.394	.078	.423	5.031	.000
Responsiveness (X3)	.262	.095	.257	2.769	.007
Assurance (X4)	.054	.064	.063	.841	.403
Emphaty (X5)	.009	.057	.010	.154	.878

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS

Tabel hasil uji t menunjukkan bahwa:

1. Variabel *tangible* (X_1) memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} . Karena nilai t_{hitung} (2,682) > t_{tabel} (1,986) dan tingkat signifikansi 0,009 < 0,05, maka H_0 ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari *tangible* (X_1) terhadap kepuasan pelanggan (Y).
2. Variabel *reability* (X_2) memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} . Karena nilai t_{hitung} (5,031) > t_{tabel} (1,986) dan tingkat signifikansi 0,000 < 0,05, maka H_0 ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa

secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari *reability* (X_2) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

3. Variabel *responsiveness* (X_3) memiliki nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} . Karena nilai t_{hitung} (2,769) > t_{tabel} (1,986) dan tingkat signifikansi 0,007 < 0,05, maka H_0 ditolak. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh signifikan dari *responsiveness* (X_3) terhadap kepuasan pelanggan (Y).
4. Variabel *assurance* (X_4) memiliki nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} . Karena nilai t_{hitung} (0,841) < t_{tabel} (1,986) dan tingkat signifikansi 0,403 > 0,05, maka

$H_{0^{2,4}}$ diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang tidak signifikan dari *assurance* (X_4) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

5. Variabel *emphaty* (X_5) memiliki nilai t_{hitung} lebih kecil dari nilai t_{tabel} . Karena nilai t_{hitung}

(0,154) < t_{tabel} (1,986) dan tingkat signifikansi 0,878 > 0,05, maka $H_{0^{2,4}}$ diterima. Oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa secara parsial terdapat pengaruh yang tidak signifikan dari *Emphaty* (X_5) terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Hasil Uji Koefisien Determinan (R^2)

Koefisien determinasi (rR^2) digunakan untuk melihat besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara simultan. Hal ini ditunjukkan oleh besarnya koefisien

determinasi (R^2) antara 0 (nol) sampai 1 (satu). Apabila koefisien determinasi semakin mendekati 1, maka dapat dikatakan bahwa variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat.

Tabel Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.801 ^a	.642	.623	.38907

- a. Predictors: (Constant), Emphaty (X5), Tangible (X1), Assurance (X4), Reliability (X2), Responsiveness (X3)
 b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Sumber : Hasil Pengolahan Data SPSS

$$= (0,801)^2 \times 100\% = 64,2\%$$

Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa R sebesar 0,801 dan R square (R^2) adalah 0,642. Angka tersebut menunjukkan besarnya pengaruh *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan secara simultan. Cara untuk menghitung R square menggunakan koefisien determinasi (KD) dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

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

Berdasarkan perhitungan pada di atas, koefisien determinan nilai perolehannya sebesar 64,2%. Dari nilai tersebut dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota adalah sebesar 64,2 %, sedangkan sisa sebesar 35,8 % dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data dan pembahasan pada bab yang telah diuraikan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota, diperoleh beberapa kesimpulan yang dapat

menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut :

- 1. Kualitas pelayanan yang diberikan PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota kepada pelanggannya**

Kualitas pelayanan yang diberikan PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota berdasarkan perhitungan analisis deskriptif memperoleh persentase skor sebesar 73,34% masuk ke dalam kategori baik.. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan pada PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota sudah baik di mata responden. Hal ini menunjukkan bahwa PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota telah memperhatikan ke lima dimensi kualitas pelayanan seperti kondisi lingkungan gedung yang bersih, info tagihan listrik yang sesuai dengan pemakaian, kemauan untuk membantu pelanggan, petugas mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan, dan petugas yang ramah dalam melayani pelanggan. sesuai yang dikemukakan oleh Parasuraman.

2. Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota

Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota secara keseluruhan berada dalam kategori baik dengan memperoleh skor sebesar 70,95%. Hal ini menunjukkan pelanggan menikmati dan merasakan setiap proses pelayanan yang diberikan PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota dengan baik. Dari empat pernyataan kepuasan pelanggan terdapat pernyataan yang mendapatkan persentase skor tertinggi sebesar 75,4% adalah pernyataan tentang selama ini PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota memberikan pelayanan jasa penerangan yang memuaskan sesuai dengan yang diharapkan. Item yang mendapatkan nilai terendah berdasarkan tanggapan responden yaitu 62% namun

masuk dalam kategori cukup baik adalah pernyataan tentang pihak PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota selalu menanggapi keluhan dengan cepat dan tepat. Hal ini dikarenakan responden merasa PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota lamban dalam menanggapi keluhan dari responden.

3. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan secara simultan terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota.

Berdasarkan hasil uji F, kualitas pelayanan yang terdiri dari *tangible* (X_1), *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4) dan *emphaty* (X_5) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah sebesar 64,2% sedangkan sisanya 35,8% dipengaruhi oleh faktor lain seperti faktor karakteristik dan psikologi pelanggan (budaya, sosial, dan pribadi) atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4. Besarnya pengaruh kualitas pelayanan secara parsial kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota.

Berdasarkan hasil uji t, menunjukkan bahwa dimensi *tangible* (X_1), *reliability* (X_2), *responsiveness* (X_3), *assurance* (X_4) dan *emphaty* (X_5) secara parsial memberikan pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota. Dimensi kualitas pelayanan yang memberikan pengaruh paling besar yaitu *reliability* sebesar 30,79% sedangkan dimensi yang memberikan pengaruh terendah yaitu *emphaty* sebesar 0,17%.

Saran

Saran Bagi Perusahaan

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan di atas, penulis dapat memberikan beberapa saran yang kiranya dapat bermanfaat bagi pihak PT. PLN (Persero) Rayon Cimahi Kota yaitu :

1. Disarankan agar lebih meningkatkan kualitas pelayanan yang sudah dinilai baik di mata responden sehingga kedepannya bisa berada dalam kategori sangat baik di mata pelanggannya dengan memperbaiki dimensi kualitas pelayanan yang mendapatkan nilai paling rendah seperti *reliability* yaitu kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan responden dan dimensi *responsiveness* yaitu meliputi layanan yang tepat pada pelanggan, mengusahakan pelanggan tetap terinformasi, keinginan untuk membantu pelanggan dan kesiapan untuk menanggapi permintaan pelanggan. Untuk dimensi *reliability* yang memberikan pengaruh paling rendah disarankan agar perusahaan membuat pedoman kerja yang dapat diterapkan oleh petugas serta melakukan control secara berkala agar kinerja petugas sesuai dengan pedoman kerja. Untuk dimensi *responsiveness* disarankan agar karyawan perusahaan lebih cepat dalam melayani dan lebih meningkatkan kemampuan berkomunikasi dengan pelanggan.
2. Perusahaan agar mempertahankan dan lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanannya dan memperbaiki dimensi kualitas pelayanan yang memberikan pengaruh rendah.
3. Perusahaan agar lebih memperhatikan kelima dimensi kualitas pelayanan yang memberikan pengaruh yang besar terhadap kepuasan pelanggan dan meneliti faktor lain diluar dimensi kualitas pelayanan yang mempengaruhi kualitas pelayanan tersebut seperti faktor karakteristik dan psikologi (budaya, sosial, dan pribadi) pelanggan.
4. Untuk dimensi *reliability* yang memberikan pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan, perusahaan agar tetap mempertahankan dan meningkatkan kinerja dan kemampuan karyawan dengan cara memberikan pelatihan-pelatihan. Sedangkan untuk dimensi *emphaty* yang memberikan pengaruh terkecil, perusahaan harus melakukan evaluasi dan perbaikan, yaitu dengan cara selalu melakukan komunikasi yang baik dengan pelanggan sehingga apabila ada kekurangan yang dirasakan oleh pelanggan dapat cepat diatasi.

Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

1. Melakukan penelitian pada perusahaan yang sejenis yang hasilnya dapat dijadikan sebagai perbandingan.
2. Meneliti faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan seperti dari faktor karakteristik dan psikologi pelanggan (budaya, sosial, dan pribadi), sehingga dapat memperkaya informasi

mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

- Menambah variabel lain yang berhubungan dengan kualitas pelayanan selain kepuasan pelanggan seperti loyalitas pelanggan, sehingga dapat melengkapi khazanah keilmuan pada bidang Manajemen Pemasaran.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. (2007). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi 2010). Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Atmojoyo, V. Gunawan Sri. (2009). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Nasabah Pada Awamitra Asmindu Surakarta*.
- Bindl, Uta. *Service Quality and Satisfaction : An International Comparison of Profesional Services Provider*.
- Buchory, Achmad H., & Saladin, D. (2010). *Manajemen Pemasaran: Edisi Pertama*. Bandung: Linda Karya.
- Chakrabaty, Anita. *Factors Influencing Customer Satisfaction in Retail Banking in the UK*.
- Daryanto. (2011). *Manajemen Pemasaran*. Bandung: Sarana Tutorial Nurani Sejahtera.
- Hardiyati, Ratih. (2010). *Analisa Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Menggunakan Jasa Penginapan (Villa) Agrowisata Kebun Teh Pagilaran*. Universitas Diponegoro Semarang.
- Khan, Mohammed Shadique dan Mahapatra, Siba Sankar. (2011). *Service Quality Evaluation in Internet Banking : an Empirical Study in India*.
- Kotler dan Keller (2009). *Manajemen Pemasaran. Edisi 12*. Jakarta: Indeks.
- _____ (2007). *Manajemen Pemasaran, Edisi 12 Jilid 1*. Jakarta Barat: INDEKS.
- Kotler, Philip. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Armstrong, Gary. (2010). *Principles of Marketing (13th edition)*. New Jersey, USA: Pearson Prentice Hall
- Kurniawan, Adi. (2012). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pos Express di PT. Pos Indonesia*.
- Loke, Siew Phaik. *Service Quality and Customer Satisfaction in a Telecommunication Service Provider*.
- Lupiyoadi dan Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta : Salemba Empat.
- Morrisan, MA (2012). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Kencana.
- Mulyatiningsih, Endang (2012). *Metode Penelitian Terapan Bidang Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Mustafidah, Tukiran Taniredja Hidayati. (2011). *Penelitian Kuantitatif (Sebuah Pengantar)*. Bandung: Alfabeta.
- Nitisusastro, Mulyadi. (2012). *Perilaku Konsumen*. Bandung :Alfabeta.
- Prastowo, Andi. (2011), *Memahami Metode- Metode Penelitian*. Yogyakarta: ArRuzz Media
- Priyatno, Duwi. (2012), *Cara Kilat Belajar Analisis Data dengan SPSS 20*. Yogyakarta: ANDI

- Putra, Yoan Santosa dan Dianawati, Eris. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Jasa Parkir (Studi Pada Mahasiswa Universitas Kanjuruhan Malang)*.
- Sanusi, Anwar. (2011). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sarjono, Haryadi dan Julianita, Winda. (2011). *SPSS vs LISREL : Sebuah Pengantar, Aplikasi untuk Riset*. Jakarta: Salemba Empat.
- Setyasworo, Henggar. (2012). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Elektronik Terhadap Kepuasan Nasabah Pengguna Internet Banking Bank Mandiri Cabang Bandung*. Institut Manajemen Telkom.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____ (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- _____ (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- _____ (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Sudirman, Dewi Yanti. (2011). *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Nasabah Produk Tabungan Britama Pada PT. Bank Rakyat Indonesia (Persero) TBK, Cabang A. Yani Makassar*.
- Suharsaputra, Uhar. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Tindakan*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Sulistyo, Basuki. (2010). *Metode Penelitian*. Jakarta: Penaku
- Sunyoto, Danang. (2011). *Metodologi Penelitian Ekonomi*. Yogyakarta: CAPS.
- _____ (2012). *Konsep Dasar Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Yogyakarta: CAPS
- Tjiptono, Fandy. (2005). *Service Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- _____ (2008). *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: Penerbit ANDI
- _____ (2011), *Pemasaran Jasa*. Malang: Bayumedia.
- Tjiptono, Fandy, dan Chandra, Gregorius. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: ANDI.
- Umar, Husein. (2008). *Metodologi Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Wijaya, Tony. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta Barat: PT INDEKS.
- Whisnu, Shanditya. (2011). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Stasiun Kereta Api Bagian Ticketing Terhadap Kepuasan Pelanggan di Stasiun Tugu Yogyakarta*.
- www.detik.com (Diakses pada tanggal 15 Agustus 2014)
- www.google.com (Diakses pada tanggal 6 Maret 2014)
- www.komplain.info (Diakses pada tanggal 15 Agustus 2014)
- www.pikiran-rakyat.com (Diakses pada tanggal 8 Maret 2014)
- www.pln.co.id (Diakses pada tanggal 27 Maret 2014)