

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN  
VOUCHER LISTRIK PRABAYAR TOKEN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PELAYANAN LISTRIK NASIONAL  
DI KOTA TARAKAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Srata I**



**Oleh**

**BENAZIR PATTIKAWA  
NIM. 1102095118**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MULAWARMAN  
SAMARINDA  
2014**

## ABSTRAK

**Benazir Pattikawa**, Pengaruh Kualitas Pelayanan Voucher Listrik Prabayar Token terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Pelayanan Listrik Nasional di Kota Tarakan, dibawah bimbingan Ibu Rr. Marlina W, SE.,MM selaku Pembimbing I dan Bapak Dr. A. Margono, M.Si selaku Pembimbing II.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan voucher listrik prabayar token pada PT. PLN di Kota Tarakan.

Diketahui jumlah total pelanggan Listrik prabayar PT. PLN (persero) wilayah Kota Tarakan adalah 12.417 pelanggan. Dapat diketahui bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini ada 100 pelanggan yang diteliti. Sampel penelitian ditarik dengan teknik *accidental sampling*. Jenis datanya adalah primer dan sekunder. Metode pengumpulan datanya menggunakan data kuisioner. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis korelasi dan regresi berganda.

Hasil Pengujian dengan program *SPSS Statistics 17 for windows* menunjukkan bahwa Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan. Dari hasil koefisien  $Y = 16,661 + 0,122 + 0,043 + 0,046 + 0,353 + 0,151$ , menunjukkan bahwa faktor bukti fisik ( $b_1 = 0.122$ ), keandalan ( $b_2 = 0.0443$ ), daya tanggap ( $b_3 = 0.046$ ), jaminan ( $b_4 = 0.353$ ), dan empati ( $b_5 = 0.051$ ) nilai Koefisien Korelasi yang diperoleh sebesar 87.2% dan korelasi determinasi sebesar 76%.

Pengujian hipotesis secara keseluruhan Uji F (uji Simultan) dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Berdasarkan perhitungan  $F_{hitung} 2,093 > F_{tabel} 1,39$  dan diperoleh hasil signifikan  $0.000 < 0.05$ , sehingga membuktikan hipotesis berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima).

Hasil pengujian hipotesis dengan Uji t diketahui bahwa faktor daya tanggap merupakan faktor yang paling berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan yang ditunjukkan dengan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3.323 > 1.66$ ) dengan tingkat signifikan 0.007, maka kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga hipotesis secara parsial diterima  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Kata Kunci : Pelayanan, Pelanggan, Kepuasan

## RIWAYAT HIDUP



**Benazir Pattikawa**, lahir di Tarakan Kalimantan

Timur pada tanggal 21 Juli 1989, merupakan anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak H. Taufiq Pattikawa dan Ibu Hj. Rugayah.

Penulis memulai pendidikan pada 1994 di Taman Kanak-kanak di Tarakan Kalimantan Timur kemudian melanjutkan pendidikan di Sekolah Dasar Utama I Negeri Tarakan pada Tahun 1995. Kemudian melanjutkan ke Sekolah Menengah Pertama Negeri 1 Tarakan pada Tahun 2001. Kemudian pada Tahun 2004 melanjutkan ke Sekolah Menengah Atas Negeri 1 Tarakan, dan lulus pada tahun 2007.

Pada tahun yang sama melanjutkan ke Perguruan Tinggi di Samarinda yaitu Universitas Mulawarman Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi D3 Administrasi Perkantoran. Kemudian penulis melanjutkan lagi kuliah ke jenjang Strata satu (S1) di Perguruan Tinggi yang sama yaitu Universitas Mulawarman Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Alih Jenjang (AJ) Jurusan Administrasi Bisnis. Sebagai aplikasi dari studi yang didapat dan juga dalam rangka melaksanakan amanat Tri Dharma Perguruan Tinggi, maka melaksanakan KKN (Kuliah Kerja Nyata) pada tahun 2013 pada “Dinas Pekerjaan Umum Provinsi Samarinda Kalimantan Timur”.

## **KATA PENGANTAR**

Puji dan syukur penulis ucapkan terhadap tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan karuniaNya sehingga Penulis dapat menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan judul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Voucher Listrik Prabayar Token Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Perusahaan Listrik Nasional di Kota Tarakan.**

Skripsi ini disusun dengan maksud untuk memenuhi syarat dalam menyelesaikan studi Strata Satu (S1) Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak maka penulis akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikan skripsi ini, untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Zamruddin Hasid, SE., SU selaku Rektor Universitas Mulawarman yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menimba ilmu dan menyelesaikan studi.
2. Bapak Prof. Dr. H. Adam Idris, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman beserta segenap Pembantu Dekan yang telah banyak membantu kepada penulis.
3. Bapak Adietya Arie H, S.Sos., M.AB. selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis beserta Staf Akademik yang telah memberikan kesempatan dan fasilitas

kepada penulis untuk menyelesaikan studi di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.

4. Ibu Rr. Marlina W, SE., MM selaku pembimbing I dan Bapak Dr. A. Margono, M.Si selaku pembimbing II, dalam penulisan skripsi ini yang telah dengan kesungguhan hati membimbing dan memberikan petunjuk kepada penulis sehingga terselesaikan penulisan skripsi ini.
5. Bapak Adietya Arie H, S.sos., M.AB dan Bapak Drs. M. Zaini M.Si selaku dosen penguji yang banyak memberikan kritik, saran dan masukan untuk perbaikan skripsi ini.
6. Bapak-bapak dan Ibu-ibu Dosen lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman yang telah banyak membantu selama proses belajar-mengajar. Dan tidak lupa kepada seluruh Staf, Tata Usaha, Akademik, bagian Kemahasiswaan.
7. Bu Finnah, Mba Purwanti, Mba Ratih, Mas Amat, Mas Edwin makasih banyak sudah sangat membantu dari pertama kuliah sampai sekarang.
8. Ayahanda Taufiq Pattikawa dan Ibunda Rugayah, Kakak-kakak tercinta Taurad Pattikawa, Amd dan Wahyu Febriani, Amd yang telah memberikan semangat, dukungan moril dan materil serta doa-doanya kepada Penulis untuk menjadi manusia yang bermanfaat bagi apapun dan siapapun.
9. Spesial buat Iwan Setiawan, Terima kasih banyak atas doa serta dukungannya selama ini, baik moril maupun materil.

10. Kepada sahabat dan teman-teman angkatan Program Studi SI dan AJ Administrasi Bisnis, Yuni Appa, Abdul Malik, Indra Irfrianto, Agustina, Raesah, dan yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu, terima kasih telah memberikan dukungan dan masukan kepada penulis.

Semoga segala bantuan dan dukungan dan kebaikan yang telah diberikan kepada penulis mendapatkan balasan limpahan berkah dan rahmat dari Allah SWT. Penulis sangat menyadari bahwa masih banyak kelemahan dan kekurangan skripsi ini, oleh karena itu penulis sangat mengharapkan kritik serta saran. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi yang memerlukan.

Samarinda, 29 Desember 2014

Benazir Pattikawa

## DAFTAR ISI

|                                            |             |
|--------------------------------------------|-------------|
| <b>HALAMAN JUDUL.....</b>                  | <b>i</b>    |
| <b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>             | <b>ii</b>   |
| <b>ABSTRAK.....</b>                        | <b>iii</b>  |
| <b>RIWAYAT HIDUP.....</b>                  | <b>iv</b>   |
| <b>KATA PENGANTAR.....</b>                 | <b>v</b>    |
| <b>DAFTAR ISI .....</b>                    | <b>viii</b> |
| <b>DAFTAR TABEL.....</b>                   | <b>xi</b>   |
| <b>DAFTAR GAMBAR.....</b>                  | <b>xii</b>  |
| <b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>                | <b>xiii</b> |
| <br>                                       |             |
| <b>BAB I    PENDAHULUAN.....</b>           | <b>1</b>    |
| 1.1 Latar Belakang.....                    | 1           |
| 1.2 Perumusan Masalah.....                 | 6           |
| 1.3 Tujuan Penelitian.....                 | 7           |
| 1.4 Manfaat Penelitian.....                | 7           |
| <br>                                       |             |
| <b>BAB II    KERANGKA DASAR TEORI.....</b> | <b>8</b>    |
| 2.1 Landasan Empiris.....                  | 8           |
| 2.2 Teori dan Konsep.....                  | 10          |
| 2.2.1 Voucher Listrik Prabayar Token.....  | 10          |
| 2.2.2 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....   | 14          |

|                                                                  |           |
|------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.2.3 Pengertian Kepuasan Pelanggan.....                         | 14        |
| 2.2.4 Konsep Pelayanan Publik.....                               | 25        |
| 2.2.5 Konsep Pengukuran Kepuasan.....                            | 32        |
| 2.2.6 Harapan Pelanggan.....                                     | 37        |
| 2.2.7 Faktor-Faktor Dalam Mengevaluasi Kepuasan Pelanggan        | 39        |
| 2.3 Hipotesis.....                                               | 41        |
| 2.4 Definisi Konsepsional.....                                   | 42        |
| 2.4.1 Kualitas Pelayanan.....                                    | 42        |
| 2.4.2 Kepuasan Pelanggan.....                                    | 43        |
| <b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>                            | <b>44</b> |
| 3.1 Jenis Penelitian.....                                        | 44        |
| 3.2 Definisi Operasional.....                                    | 45        |
| 3.3 Populasi dan Sample.....                                     | 48        |
| 3.4 Teknik Pengumpulan Data.....                                 | 51        |
| 3.4.1 Jenis Data.....                                            | 51        |
| 3.4.2 Metode Pengumpulan Data.....                               | 52        |
| 3.4.3 Instrumen Pengumpulan Data.....                            | 53        |
| 3.5 Alat Pengukur Data.....                                      | 54        |
| 3.6 Teknik Analisis Data.....                                    | 55        |
| 3.6.1 Uji Reabilitas dan Uji VALiditas Instrumen Penelitian..... | 56        |
| 3.6.2 Uji Asumsi Klasik.....                                     | 57        |
| 3.6.3 Analisis Regresi Linier Berganda.....                      | 59        |
| 3.6.4 Koefisien Korelasi.....                                    | 60        |

|                                                                                      |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 3.6.5 Koefisien Determinasi.....                                                     | 61 |
| 3.6.6 Pengujian Hipotesis.....                                                       | 62 |
| BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....                                          | 66 |
| 4.1 Gambaran Umum Perusahaan.....                                                    | 66 |
| 4.1.1 Gambaran Umum PT. PLN Tarakan.....                                             | 67 |
| 4.1.2 Visi dan Misi PT. PLN Tarakan.....                                             | 68 |
| 4.1.3 Budaya PT. PLN Tarakan.....                                                    | 70 |
| 4.1.4 Prosedur Penyambungan Baru dan Perubahan Daya<br>Aliran Listrik.....           | 71 |
| 4.1.5 SOP Pengawasan Token Tamper Pelanggan<br>Prabayar.....                         | 73 |
| 4.1.6 SOP Penyambungan Baru dan Tambah Daya<br>Listrik Pascabayar Dengan Survey..... | 75 |
| 4.1.7 Struktur Organisasi PT. PLN Tarakan.....                                       | 78 |
| 4.2 Deskripsi dan Data Responden.....                                                | 79 |
| 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....                                  | 79 |
| 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                         | 80 |
| 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....                            | 82 |
| 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                             | 83 |
| 4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian Listrik                          | 84 |
| 4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Hunian Rumah.....                          | 86 |
| 4.2.7 Karakteristik Responden<br>Berdasarkan Tempat Pembelian Token.....             | 88 |

|                                                          |     |
|----------------------------------------------------------|-----|
| 4.2.8 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah voucher |     |
| Yang sering dibeli.....                                  | 89  |
| 4.3 Hasil Analisa Statistifk Deskriptif.....             | 91  |
| 4.3.1 Variabel Kualitas Pelayanan .....                  | 91  |
| 4.3.1.1 Deskripsi Variabel Reability.....                | 91  |
| 4.3.1.2 Deskripsi Variabel Responsivness.....            | 93  |
| 4.3.1.3 Deskripsi Variabel Assurance.....                | 94  |
| 4.3.1.4 Deskripsi Variabel Emphaty.....                  | 96  |
| 4.3.1.5 Deskripsi Variabel Tangible.....                 | 97  |
| 4.3.2 Variabel Kepuasan Pelanggan .....                  | 98  |
| 4.4 Uji Validitas dan Reabilitas.....                    | 100 |
| 4.4.1 Uji Validitas.....                                 | 100 |
| 4.4.2 Uji Reabilitas.....                                | 104 |
| 4.5 Hasil Analisis Statistik Inferensial.....            | 108 |
| 4.6 Pembahasan.....                                      | 123 |
| BAB V PENUTUP.....                                       | 132 |
| 5.1 Kesimpulan.....                                      | 132 |
| 5.2 Saran.....                                           | 133 |
| DAFTAR PUSTAKA.....                                      | 134 |
| LAMPIRAN.....                                            | 13  |

## DAFTAR TABEL

|                                                                                            |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabel 3.3.1. Pelanggan PLN Tarakan .....                                                   | 49 |
| Tabel 3.3.2. Data sample Pelanggan PLN Tarakan .....                                       | 50 |
| Tabel 3.6.4. Tabel Koefisien Korelasi.....                                                 | 61 |
| Tabel 4.2.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....                                 | 79 |
| Tabel 4.2.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                        | 81 |
| Tabel 4.2.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....                           | 82 |
| Tabel 4.2.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                            | 83 |
| Tabel 4.2.5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pemakaian Listrik.....                    | 85 |
| Tabel 4.2.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Penghuni Rumah.....                       | 86 |
| Tabel 4.2.7. Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Pembelian Token.....               | 88 |
| Tabel 4.2.8. Karakteristik Responden Berdasarkan<br>Jumlah Voucher Yang Sering dibeli..... | 90 |
| Tabel 3.3.1. Variabel Reability.. .....                                                    | 93 |
| Tabel 3.3.1. Variabel Responsive.. .....                                                   | 94 |
| Tabel 3.3.1. Variabel Assurance.....                                                       | 95 |
| Tabel 3.3.1. Variabel Emphaty.....                                                         | 96 |

|                                                                      |     |
|----------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabel 4.2.1. Variabel Tangible.....                                  | 98  |
| Tabel 4.2.2. Variabel Kepuasan Pelanggan.....                        | 99  |
| Tabel 4.2.3. Hasil Uji Validitas Reability. ....                     | 101 |
| Tabel 4.2.4. Hasil Uji Validitas Responsive.. ....                   | 101 |
| Tabel 4.2.5. Hasil Uji Validitas Assurance.....                      | 102 |
| Tabel 4.2.6. Hasil Uji Validitas Emphaty.....                        | 103 |
| Tabel 4.2.7. Hasil Uji Validitas Tangible.. ....                     | 103 |
| Tabel 4.2.8. Variabel Kepuasan Pelanggan.. ....                      | 104 |
| Tabel 4.3.5. Hasil Uji Normalitas Pendekatan Kolmogorov-Smirnov..... | 109 |
| Tabel 4.3.6. Hasil Uji Glejser.....                                  | 111 |
| Tabel 4.3.7. Tabel Coefficients.....                                 | 112 |
| Tabel 4.3.8. Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients.....      | 114 |
| Tabel 4.3.9. Tabel Anova.....                                        | 118 |
| Tabel 4.3.10. Hasil Uji T.....                                       | 120 |

## DAFTAR GAMBAR

|                                                                                                    |    |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Gambar 2.2.1.1 Gambar Konsep Dasar Sistem Satu Arah.....                                           | 13 |
| Gambar 2.2.1.2 Alur Proses Bisnis Listrik Prabayar.....                                            | 14 |
| Gambar 4.1.7 Gambar Struktur Organisasi PT. PLN Tarakan.....                                       | 78 |
| Gambar 4.2.1 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....                                 | 80 |
| Gambar 4.2.2 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....                        | 81 |
| Gambar 4.2.3 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan.....                           | 83 |
| Gambar 4.2.4 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....                            | 84 |
| Gambar 4.2.5 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan<br>Jumlah Pemakaian Listrik.....          | 86 |
| Gambar 4.2.6 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Penghuni Rumah...                         | 87 |
| Gambar 4.2.7 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan<br>Tempat Pembelian Token.....            | 89 |
| Gambar 4.2.8 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan<br>Jumlah Voucher Yang sering dibeli..... | 91 |

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Kuesioner
2. Hasil Perhitungan SPSS
3. Data Karakteristik Responden
4. Distribusi Jawaban Responden Pada Variabel Kualitas Pelayanan
5. SOP Pelayanan Listrik Prabayar

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Mengingat besarnya peranan inovasi bagi setiap organisasi publik dan swasta dalam era global membawa dampak dalam setiap pelayanan yang diberikan kepada masyarakat, sehingga dapat mempengaruhi meningkatnya kualitas pelayanan. Salah satu perusahaan atau BUMN yang bergerak di bidang penyediaan tenaga listrik, yaitu PT. PLN bertugas menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum yang kebutuhannya meningkat setiap tahunnya.

Peningkatan akan kebutuhan tenaga listrik sebagai akibat dari peningkatan kualitas kesejahteraan masyarakat diiringi juga oleh perkembangan industri di Indonesia, sementara PT. PLN memiliki keterbatasan dalam memenuhi peningkatan akan kebutuhan listrik tersebut. Di Indonesia PT. Perusahaan Listrik Negara/ PLN (Persero) merupakan perusahaan BUMN yang ditunjuk sebagai penyedia tenaga listrik guna memenuhi kebutuhan listrik masyarakat Indonesia. ([www.pln.co.id](http://www.pln.co.id))

Sekarang ini setiap perusahaan dituntut agar selalu meningkatkan produktivitas perusahaan, untuk itu PLN terus berupaya meningkatkan produktivitas pelayanannya dalam penyediaan listrik. Melihat banyaknya keluhan-keluhan dari pelanggan mengenai pelayanan listrik selama ini. Oleh karena itu diperlukan adanya peningkatan inovasi untuk menarik pelanggan

baru dan memperluas hubungan pelanggan existing, perusahaan berupaya meningkatkan ketersediaan daya di satuan sistem ketenagalistrikan, merehabilitasi jaringan, serta menawarkan inovasi produk dan layanan yang dilaksanakan di seluruh unit pelayanan berupa: Listrik Prabayar, Payment Point On Line Bank (PPOB) dan Automatic Meter Reading. ([www.pln.co.id](http://www.pln.co.id))

Kebijakan ini sudah dicanangkan sejak tahun 1995, seperti tertuang dalam Pedoman dan Petunjuk Tatat Usaha Pelanggan (TUL). Dalam Keputusan Direksi No.021.K/0599/DIR/1995 tanggal 23 Mei 1995 tentang Sistem Pelayanan Pelanggan, dijelaskan bahwa Sistem Pelayanan Pelanggan adalah suatu kegiatan yang meliputi kegiatan pelayanan kepada pelanggan atau calon pelanggan dan masyarakat lainnya yang membutuhkan tenaga listrik serta hal-hal yang berhubungan dengan penjualan tenaga listrik. Di antara kegiatan pelayanan kepada pelanggan memuat pelayanan pembayaran dimuka untuk pembayaran rekening listrik (prabayar), adalah pembayaran dimuka pemakaian tenaga listrik yang belum dipergunakan oleh pelanggan.

Faktor-faktor yang mendorong pihak manajemen untuk menjalankan kebijakan layanan listrik prabayar antara lain adalah semakin banyaknya pelanggan yang menunggak akibat dari menurunnya kemampuan ekonomi masyarakat dalam membayar tagihan rekening listrik menyusul kenaikan harga BBM (Bahan Bakar Minyak).

Kenaikan BBM juga berpengaruh terhadap operasional PT. PLN, hal ini disebabkan sebagian listrik yang disalurkan oleh PT. PLN berasal dari

pembangkit listrik yang masih menggunakan BBM sebagai tenaga penggeraknya, sehingga biaya operasional yang harus ditanggung PT. PLN semakin besar. Hal ini mendorong PT. PLN untuk melakukan penghematan di berbagai bidang, salah satu bentuk penghematan yang bisa dilakukan dengan adanya layanan listrik Prabayar adalah dari sisi pengadaan material, selain itu langkah pengam pendapatan tetap ditingkatkan.

Pada bulan Agustus Tahun 2004 PT. PLN (Persero) Kota Tarakan, mendesain suatu sistem listrik yang disebut *pre-paid chip*. Langkah postif ini diajukan ke Jakarta sebagai usulan untuk peningkatan pelayanan dengan mengusung cara yang mudah kepada semua pelanggan dalam menggunakan listrik. Cara ini diujicobakan ke semua karyawan PLN dan pelanggan pemasangan listrik baru. System *pre-paid chip* ini didukung dengan sebuah kartu chip yang nantinya akan digunakan pada saat pengisian Kwh. Namun, setelah beberapa bulan berjalan, *pre-paid chip* ini dianggap sebagai kurang maksimal disebabkan karena beberapa kelemahan, yakni: kartu chip yang digunakan hanya bisa dipakai mengisi di kantor PLN, bahan material Kwh meternya mahal, dan sering terjadi error pada saat memasukkan kartu chip ke Kwh meter. Jadi, saat KWh sudah berbunyi sebagai tanda peringatan bahwa listrik akan habis, pelanggan diharuskan tetap ke PLN untuk melakukan pengisian kartu chip kembali. System ini dianggap sama dengan *pasca bayar*. Sehingga pada tahun 2005 – 2007 PLN terus melakukan perubahan system,

yang saat ini dikenal dengan listrik pintar yang menggunakan token dalam pengisiannya. ([www.pln.co.id](http://www.pln.co.id))

Sejak diluncurkan pada tahun 2008, listrik pintar atau yang lebih dikenal dengan sebutan listrik Prabayar merupakan salah satu pilihan masyarakat dalam kemudahan pengelolaan pemakaian listrik mereka. Listrik Prabayar merupakan cara membeli listrik di mana pelanggan membayar terlebih dahulu baru kemudian menikmati aliran listrik. Berupa voucher isi ulang yang tersedia di ribuan loket-loket yang tersebar di seluruh Indonesia, Listrik Prabayar diharapkan mampu menjangkau masyarakat lebih luas. Dengan listrik Prabayar, setiap pelanggan bisa mengendalikan sendiri penggunaan listriknya sesuai kebutuhan dan kemampuannya. Seperti halnya pulsa isi ulang pada telepon seluler, maka pada sistem listrik Prabayar, pelanggan juga terlebih dahulu membeli pulsa (voucher/token listrik isi ulang) yang terdiri dari 20 digit nomor yang bisa diperoleh melalui gerai ATM di seluruh Bank di Indonesia atau melalui loket-loket pembayaran tagihan listrik online serta PT. POS Indonesia. Lalu, 20 digit nomor token tadi dimasukkan (diinput) ke dalam kWh Meter khusus yang disebut dengan Meter Prabayar (MPB) dengan bantuan keypad yang sudah tersedia di MPB. Nantinya, lewat layar yang ada di MPB akan tersajikan sejumlah informasi penting yang langsung bisa diketahui dan dibaca oleh pelanggan terkait dengan penggunaan listriknya, seperti :

- a. Informasi jumlah energi listrik (kWH) yang dimasukkan (diinput).
- b. Jumlah energi listrik (kWH)) yang sudah terpakai selama ini

- c. Jumlah energi listrik yang sedang terpakai saat ini (real time).
- d. Jumlah energi listrik yang masih tersisa. ([www.pln.co.id](http://www.pln.co.id))

Jika energi listrik yang tersimpan di MPB sudah hampir habis, maka MPB akan memberikan sinyal awal agar segera dilakukan pengisian ulang. Dengan demikian, pelanggan secara real time, setiap saat, kapan saja dapat mengetahui secara persis penggunaan listrik di rumah. ([www.pln.co.id](http://www.pln.co.id))

Pelanggan prabayar memiliki keunggulan dalam melakukan konservasi energi bila dibandingkan dengan pelanggan biasa. Nilai tambah lain yang diperoleh pelanggan prabayar ini, diantaranya: pelanggan lebih mudah mengendalikan pemakaian listrik, pemakaian listrik dapat disesuaikan dengan anggaran belanja, tidak akan terkena biaya keterlambatan, privasi lebih terjaga, jaringan luas pembelian listrik isi ulang, tepat digunakan bagi Anda yang memiliki usaha rumah kontrakan atau kamar sewa (kos).

Sebagai penyedia tenaga listrik PT. PLN memanfaatkan sumber-sumber energi primer secara maksimal dengan tetap memperhatikan aspek keamanan, keseimbangan, dan kelestarian hidup. Berbagai inovasi dilakukan oleh PT. PLN guna meningkatkan mutu pelayanan yang mengacu kepada *customer oriented*.

Pelayanan pada unit pelayanan listrik prabayar memiliki keterkaitan yang erat dengan kepuasan pelanggan listrik prabayar. Pelayanan pada unit pelayanan listrik prabayar memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan.

Namun, di sisi lain, berbagai keterbatasan sumber daya pendukung, infrastruktur, gangguan lingkungan/alam, gangguan cuaca dan tindak kriminalitas sering menjadi kendala atas pemasokan tenaga listrik ke masyarakat. Selain itu, kendala juga datang dari pihak konsumen sendiri, diantaranya: pembelian melalui ATM masih merupakan hal yang tidak biasa bagi sejumlah pelanggan, juga saat kwh dalam meteran sudah berada di ambang batas pemakaian, maka resikonya adalah mati lampu. Hal ini sangat sering terjadi pada pelanggan dan pada waktu-waktu yang tidak diinginkan, misalnya tengah malam atau pada saat hujan deras. Oleh karena itu, peneliti merasa tertarik untuk meneliti seberapa besar pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (survey pada pelanggan listrik Prabayar PT. PLN (Persero) Kota Tarakan) dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Voucher Listrik Prabayar Token pada PT. Pelayanan Listrik Nasional di Kota Tarakan)”**.

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah: Seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus voucher listrik Prabayar token pada PT. PLN di Kota Tarakan)?

### **1.3. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini didasarkan pada rumusan masalah yang telah dipaparkan oleh penulis, yaitu untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus voucher listrik Prabayar token pada PT. PLN di Kota Tarakan).

### **1.4. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat:

#### **a. Manfaat Teoritis**

1. Memberikan sumbangan pemikiran bagi ilmu pengetahuan pada umumnya dan ilmu manajemen pada khususnya.
2. Dapat dijadikan sebagai bahan referensi dan acuan bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang sejenis.

#### **b. Manfaat Praktis**

1. Sebagai bahan informasi tentang persepsi dan kepuasan pelanggan terhadap PT. PLN di Indonesia khususnya di Kota Tarakan.
2. Memberikan kontribusi bagi unit pelayanan listrik Prabayar PT. PLN di Kota Tarakan.

## **BAB II**

### **KERANGKA DASAR TEORI**

#### **2.1. Landasan Empiris**

Berbagai penelitian mengenai pengukuran kepuasan pelanggan telah banyak dilakukan. Salah satu contoh dari penelitian mengenai kepuasan pelanggan yang didapatkan adalah: Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum Cabang Semarang Selatan (Wulansari, 2007). Penelitian ini menganalisis kepuasan pelanggan Perusahaan Daerah Air Minum di cabang Semarang Selatan. Profil demografi responden dalam penelitian ini memiliki 180 orang dari jumlah populasi penerima layanan. Sampel penelitian diambil dari 5 kecamatan yang berada pada wilayah pelayanan pada cabang Semarang Selatan, karena diduga pada daerah tersebut banyak keluhan tentang pelayanan PDAM. 5 kecamatan tersebut yakni, Banyumanik, Candisari, Gajah Mungkur, Tembalang, Gunung Pati.

Berdasarkan data hasil penelitian di lapangan rata-rata kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan berada pada kategori kurang baik atau kurang puas. Unsur-unsur pelayanan perlu dilakukan perbaikan agar sesuai dengan harapan pelanggan karena berkategori kurang baik, seperti *serviceability*, sistem pengiriman, prosedur pelayanan, kedisiplinan petugas, tanggung jawab petugas, kemampuan petugas, kewajaran biaya, kepastian biaya, dan kepastian jadwal pelayanan. Untuk itu, diharapkan agar secepatnya PDAM

harus meningkatkan pelayanan pada unsur yang belum memenuhi harapan pelanggan, melakukan penelitian secara berkala untuk mengetahui kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan dan perlu mengevaluasi hasilnya serta ditindaklanjuti, juga sebaiknya merombak sistem pembayaran yang semula masih manual, dapat online melalui bank, ATM atau Internet.

Penelitian lainnya yaitu tentang: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen” (Studi kasus pada Layanan Listrik Prabayar di PT. PLN (Persero) Area Bandung).” yang menganalisis tentang penelitian ini untuk mengungkap seberapa erat dan seberapa besar pengaruh kualitas layanan listrik prabayar terhadap kepuasan konsumen. Surveyor menggunakan jenis penelitian kualitatif-kuantitatif. Adapun responden yang digunakan sebanyak 100 orang untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan dari petugas-petugas yang ada di lapangan dan di dalam kantor. Dan hasilnya menyatakan bahwa kualitas layanan pada PT PLN (Persero) Area Bandung sangat berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. (Muhammad Iqbal, 2013).

Penelitian ini dengan penelitian tersebut di atas memiliki beberapa kesamaan, di antaranya; persamaan variable yang diteliti yaitu menitikberatkan pada kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan/konsumen, jenis penelitian, sama-sama memiliki jumlah sampel sebanyak 100 orang, . Sedangkan, perbedaannya adalah (1) lokasi penelitian, di mana penelitian tersebut di atas berlokasi di PT. PLN (Persero) Area Bandung, sedangkan

penelitian ini di adakan di PT. PLN (Persero) Area Tarakan, (2) Metode Penelitian yang digunakan peneliti terdahulu menggunakan metode explanatory, sedangkan penelitian ini menggunakan kuantitatif-kualitatif.

Penelitan terdahulu lainnya, yaitu “Sistem Informasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Tabungan Mutiara (studi kasus: PT. Bank Maluku)” yang mempunyai tujuan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan dari sistem yang dibuat sehingga dapat memberikan masukan bagi PT. Bank Maluku itu sendiri agar dapat meningkatkan kualitas pelayanan terhadap nasabah (Patty, 2009).

Beberapa hal yang membedakan penelitian ini dengan beberapa penelitian-penelitian sebelumnya adalah perusahaan jasa yang dijadikan sasaran penelitian, dalam cara pencapaian hasil penelitian yang menggunakan metode regresi sederhana dengan pendekatan kuantitatif dan kualitatif.

## **2.2. Teori dan Konsep**

Teori dan konsep dalam penelitian ini berdasarkan pada teori yang ada dan konsep-konsep serta kebijakan yang telah ditetapkan untuk memudahkan pemahaman terhadap variabel penelitian ini maka akan dijelaskan teori-teori yang berkaitan dengan pokok permasalahan.

### **2.2.1. Voucher Listrik Prabayar Token**

Program listrik prabayar adalah suatu program yang ditawarkan PLN kepada pelanggannya agar dapat mengendalikan pemakaian

listriknya sesuai dengan kebutuhannya. Dan bagi pelanggan pasang baru maupun migrasi dari pasca bayar dapat dengan mudah mengajukan pemasangan listrik prabayar cukup dengan menghubungi kantor pelayanan PLN terdekat, melengkapi surat-surat permohonan, dan jika hasil survey lokasi tidak ada masalah, maka dengan segera PLN dapat melakukan pemasangan.

Penerapan sistem listrik prabayar token sudah diterapkan di Indonesia oleh PT. PLN Persero. Perkembangan teknologi dan internet telah membawa pengaruh yang besar dalam kehidupan masyarakat. Pada sistem listrik prabayar yang sedang berjalan, customer melakukan pengisian dengan membeli kode token listrik melalui ATM, Pos Penjualan Pulsa Listrik ataupun melalui Internet Banking. Setelah menentukan nilai pulsa listrik dan melakukan pembayaran, customer akan mendapatkan 20 digit kode token dengan nominal tertentu untuk dimasukkan ke meter listrik.

Pembayaran dan pengisian listrik prabayar token dengan system online menjadi perhatian untuk dikembangkan. Sebagaimana yang telah diterapkan juga di Afrika Selatan, dimana system pembelian token prabayar dilakukan secara online melalui web service. Setelah melakukan pembayaran ke costumer, akan mendapatkan kode token untuk dimasukkan ke meter prabayar sebagai pengisian pulsa.

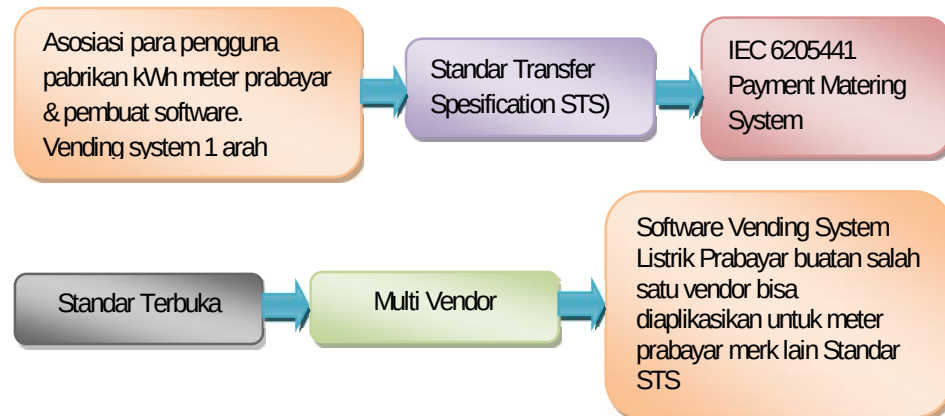
Inovasi dalam pengembangan system listrik Prabayar token juga dilakukan dalam pengisian pulsa listrik secara online. Dimana dalam system ini diterapkan penggunaan *smart card* ke kantor POS, PLN atau outlet terdekat khusus penjualan pulsa listrik Prabayar. Dengan cara ini customer bisa melakukan *re-charge* pada kartu listrik (Alfian & Hoga, 2011)

Sebagai Perusahaan publik, PLN harus terus berupaya meningkatkan pelayanannya baik dengan mencari inovasi baru maupun dengan mengembangkan hasil inovasi yang sudah ada. Kompetensi SDM (Sumber Daya Manusia) PLN dituntut harus memiliki cukup pengetahuan dan ketrampilan yang tinggi, sehingga dapat mengimbangi tuntutan akan kepuasan pelanggan. Listrik Prabayar token merupakan transaksi pemakaian tenaga listrik dengan pembayaran dimuka, dimana pelanggan membayar tenaga listrik sebelum energi listrik dari PT. PLN (Persero) digunakan.

Secara teknologi Sistem Layanan Listrik Prabayar saat ini ada 2 (dua) sistem, sistem pertama adalah sistem 1(satu) arah (*oneway*) dan sistem 2 (dua) arah (*two ways*).

System 1 (satu) arah (*oneway*), menggunakan token numeric/voucher 20 digit dan menggunakan protocol Standart Tranfer Spesifikasi (STS), yaitu standart yang digunakan oleh beberapa vendor KWH Meter Prabayar sehingga praktis tanpa tergantung satu vendor.

PT. PLN (Persero) Wilayah Kota Tarakan saat ini menggunakan sistem 1 (satu) arah (*one way*), yang dipandang mempunyai keunggulan lebih dibanding sistem dua arah.



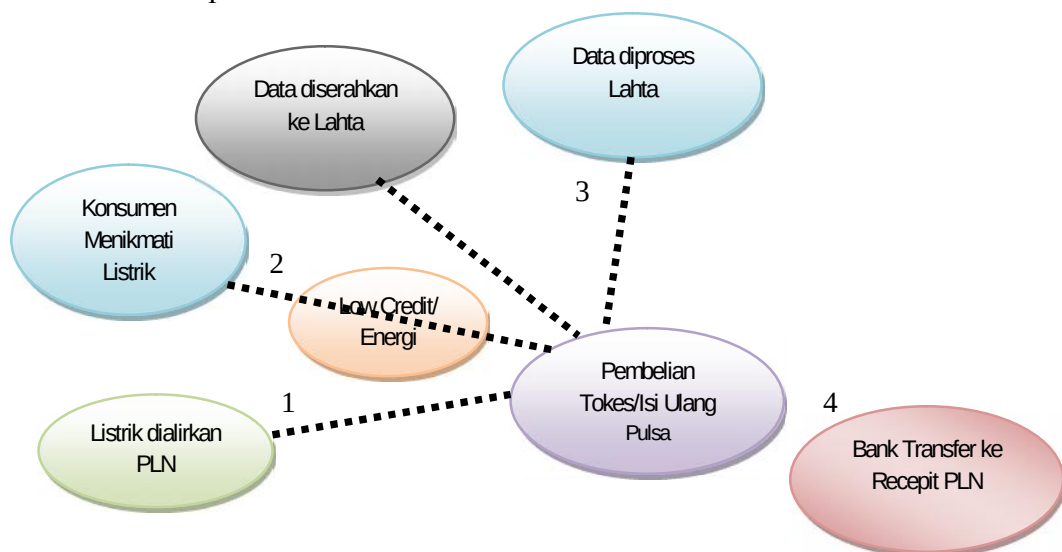
Gambar 2.2.1.1. Konsep Dasar Sistem Satu Arah (*One Way*)

#### a. Aspek Legal

Sebagaimana pendapat Philip Kotler & Nancy Lee, “Corporate Social” bahwa: Social Marketing, merupakan upaya untuk mendukung implementasi dan/atau mengubah perilaku masyarakat. Selaras pendapat tersebut dan ditinjau dari aspek legal hukum, pelaksanaan sistem pra bayar ini salah satunya dimaksudkan untuk merubah pola hidup/budaya masyarakat agar dapat melakukan penghematan dalam menggunakan energi listriknya. Sebagaimana hal tersebut telah tertuang dalam program pemerintah melalui PLN dengan apa yang disebut DSM (*Demand Side Management*).

## b. Aspek Pelayanan

Sistem layanan Prabayar token dimaksudkan untuk menyederhanakan proses bisnis perusahaan dalam sistem pelayanan pelanggan. Sebagaimana diketahui proses bisnis yang dilaksanakan di PT. PLN (Persero) Kota Tarakan sebelumnya menggunakan sistem layanan pasca bayar, dimana proses bisnis yang dijalankan relatif sangat panjang. Proses bisnis sistem layanan kepada pelanggan dengan sistem layanan Prabayar hanya melalui (empat) tahapan.



Gambar. 2.2.1.2. Alur Proses Bisnis Listrik Prabayar

## 2.2.2. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Produk dan layanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas produk

dan layanan yang diberikan oleh perusahaan maka kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. Menciptakan dasar yang baik bagi pembelian ulang serta terciptanya loyalitas pelanggan dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang akan dapat menguntungkan sebuah perusahaan.

Masalah kepuasan adalah merupakan masalah perseorangan yang sifatnya subjektif, karena kepuasan seseorang belum tentu sama dengan kepuasan yang dirasakan orang lain. Walaupun jasa yang diberikannya mempunyai ciri atau kualitas pelayanan yang sama. Karena itu kepuasan ini sangat sulit diukur secara kuantitatif.

Pengertian kepuasan menurut Kotler (2002:42) adalah sebagai berikut:

“Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara persepsi/kesannya terhadap kinerja (atau hasil) suatu produk dan harapan-harapannya”.

Sedangkan pengertian kepuasan menurut Tse dan Wilton yang dikutip oleh Tjiptono (2005:349) adalah sebagai berikut:

“Kepuasan/ketidakpuasan sebagai respons pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian (*disconfirmation*) yang dipersepsikan antara harapan awal sebelum pembelian (atau norma kinerja lainnya) dan kinerja aktual produk yang dipersepsikan setelah pemakaian atau konsumsi produk bersangkutan”.

Ada kesamaan diantara kedua definisi di atas, yaitu menyangkut komponen kepuasan (harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan). Umumnya harapan pelanggan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya bila ia membeli atau mengkonsumsi suatu produk (barang/jasa).

Kepuasan konsumen menurut Zeithaml (2005: 25) sebagai *“costomer’s evaluation of a product or service in terms of whether that product or service has met their needs and expectation”*. Dengan demikian kepuasan konsumen merupakan perilaku yang terbentuk terhadap barang atau jasa sebagai pembelian produk tersebut. Kepuasan konsumen sangat penting karena akan berdampak pada kelancaran bisnis atau perusahaan. Pelanggan yang merasa puas pada produk/jasa yang digunakannya akan kembali menggunakan jasa/produk yang ditawarkan. Hal ini akan membangun kesetiaan pelanggan.

Kepuasan konsumen sendiri diartikan sebagai suatu keadaan dimana harapan konsumen terhadap suatu produk sesuai dengan kenyataan yang diterima tentang kemampuan produk tersebut oleh konsumen. Jika produk tersebut jauh dibawah harapan konsumen maka ia akan kecewa. Sebaliknya jika produk tersebut memenuhi harapan konsumen, maka ia akan senang. Harapan konsumen dapat

diketahui dari pengalaman mereka sendiri saat menggunakan produk tersebut, omongan orang lain dan informasi iklan.

Dari beberapa uraian definisi kepuasan, maka secara umum kepuasan dapat diartikan sebagai antara layanan atau hasil yang diterima itu paling tidak harus sama dengan harapan konsumen atau bahkan melebihinya. Dalam era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang, kepuasan pelanggan merupakan hal yang utama, pelanggan diibaratkan seorang raja yang harus dilayani namun hal ini bukan berarti menyerahkan segala-galanya kepada pelanggan. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan atau bersifat *win-win situation* yaitu keadaan dimana kedua belah pihak merasa menang dan tidak ada yang dirugikan.

Memuaskan konsumen adalah pertahanan yang paling baik dalam menghadapi pesaing dan membuat konsumen tetap bertahan untuk menjadi pelanggan perusahaan tersebut serta menumbuhkan sikap loyal terhadap perusahaan tersebut.

Berdasarkan definisi konseptual dari variabel penelitian “kepuasan pelanggan” menurut Indrayantoro dan Supomo (1999: 47) diperoleh indikator-indikator operasional sebagai berikut:

*a. Desire Service*

*Desire Service* adalah pelayanan yang diharapkan akan diterima oleh pelanggan. Indikator untuk mengukurnya:

- 1) Kemudahan memperoleh informasi.
- 2) Kemudahan untuk melakukan transaksi.
- 3) Mutu pelayanan

*b. Adequate Service*

*Adequate Service* adalah pelayanan yang cukup dapat diterima atau tanggapan pelanggan menerima pelayanan.

Indikator untuk mengukurnya:

- 1) Sikap dan tanggapan petugas terhadap penanganan pelanggan komplain pelanggan.
- 2) Keramahan petugas saat memberikan pelayanan.
- 3) Kenyamanan dalam hal fasilitas-fasilitas PLN.

Kepuasan ini jelas sangat berkaitan erat dengan pelayanan yang diberikan kepada konsumen, karena kepuasan itu muncul disebabkan adanya pelayanan yang dihadapi.

Pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008:505) dinyatakan: “Pelayanan adalah perihal atau cara meladeni dan kemudahan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang dan jasa.”

Definisi yang sangat simpel diberikan oleh Ivancevich, Lorenzi, Skinner dan Crosby (dalam Ratminto dan Atik Septi Winarsih, 2005; 2): “Pelayanan adalah produk-produk yang tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang melibatkan usaha-usaha

manusia dan menggunakan peralatan”. Sedangkan definisi yang lebih rinci diberikan oleh Gronroos (dalam Ratminto dan Atik Septi Winarsih, 2005; 2):

“Pelayanan adalah suatu aktivitas atau serangkaian aktivitas yang bersifat tidak kasat mata (tidak dapat diraba) yang terjadi sebagai akibat adanya interaksi antara konsumen dengan karyawan atau hal-hal lain yang disediakan oleh perusahaan pemberi pelayanan yang dimaksudkan untuk memecahkan permasalahan konsumen/pelanggan”.

Dari dua definisi tersebut di atas dapat diketahui bahwa ciri pokok pelayanan adalah tidak kasat mata (tidak dapat diraba) dan melihat upaya manusia (karyawan) atau peralatan lain yang disediakan oleh perusahaan penyelenggara pelayanan.

Sedangkan Soetopo (dalam Paimin Napitupulu, 2007:164) mendefinisikan pelayanan sebagai:” Suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan orang lain,”

Selain itu, Moenir (2008: hal 27) dalam buku Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia mendefinisikan pelayanan :

“Kegiatan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan landasan faktor material melalui sistem prosedur dan dengan metode tertentu dalam rangka usaha memenuhi kepentingan orang lain sesuai dengan haknya.”

Hal ini menjelaskan bahwa pelayanan adalah suatu bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu yang diberikan kepada orang lain dalam hal ini pelanggan agar kebutuhan pelanggan tersebut dapat terpenuhi sesuai dengan harapan mereka. Pelayanan merupakan suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.

Kotler (dalam Paimin Napitupulu, 2007: 164) menyebutkan sejumlah karakteristik pelayanan sebagai berikut:

1. *Intangibility* (tidak berwujud); tidak dapat dilihat, diraba, dirasa, didengar, dicium, sebelum ada transaksi. Pembeli tidak mengetahui dengan pasti atau dengan baik hasil pelayanan (*service outcome*) sebelum pelayanan dikonsumsi.
2. *Inseparability* (tidak dapat dipisahkan), dijual lalu diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan karena tidak dapat dipisahkan. Karena itu, konsumen ikut berpartisipasi menghasilkan jasa layanan. Dengan adanya kehadiran konsumen, pemberi pelayanan berhati-hati terhadap interaksi yang terjadi antara penyedia dan pembeli. Keduanya mempengaruhi hasil layanan.
3. Bervariasi (*variability*)

Karena tergantung pada siapa yang menyediakan serta kapan dan dimana jasa itu diberikan, jasa sangat bervariasi. Pembeli jasa

menyadari keragaman yang tinggi itu dan sering membicarakannya dengan orang lain sebelum memilih seorang penyedia jasa.

#### 4. Mudah lenyap (*perishability*)

Jasa tidak bisa disimpan. Sifat jasa itu mudah lenyap tidak menjadi masalah bila permintaan tetap. Jika permintaan berfluktuasi, perusahaan jasa menghadapi masalah yang rumit. Jasa yang tersedia pada saat ini tidak dapat digunakan atau dijual pada masa yang akan datang. Inilah yang dimaksud bahwa jasa tidak memiliki daya tahan.

Pelayanan terhadap pelanggan dapat dikategorikan sebagai produk jasa. Pelayanan pada saat ini merupakan hal penting, sebab pelayanan yang baik akan membuat pelanggan menjadi puas. Hal ini harus diperhatikan lebih serius dalam kondisi persaingan bisnis yang semakin tinggi. Kualitas atau mutu suatu jasa adalah hal yang sangat perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan. Kualitas yang rendah akan menempatkan perusahaan pada posisi yang kurang menguntungkan, karena jika konsumen merasa kualitas jasa yang ditawarkan oleh perusahaan tidak memuaskan, maka kemungkinan besar para konsumen akan menggunakan jasa perusahaan lain.

Sebuah perusahaan jasa dapat memenangkan persaingan dengan menyampaikan secara konsisten layanan yang berkualitas

tinggi dibandingkan dengan para pesaing dan yang lebih tinggi daripada harapan pelanggan.

### **2.2.3 Konsep Kualitas Pelayanan**

Secara etimologi istilah kualitas mengandung banyak definisi dan makna, karena setiap orang memiliki persepsi dan sudut pandang yang berbeda dalam memberikan arti terhadap “kualitas”. Hal ini dipengaruhi oleh kesesuaian dan persyaratan atau tuntutan, kecocokan untuk pemakaian berkelanjutan, bebas dari kerusakan atau cacat, pemenuhan kebutuhan pelanggan, melakukan segala sesuatu yang membahagiakan. Dalam sudut pandang TQM (*Total Quality Management*) kualitas dipandang secara lebih luas, yaitu tidak hanya aspek hasil yang ditekankan, tetapi juga dipandang secara luas. Kualitas layanan sering juga diistilahkan dengan pelayanan prima.

Permuatan tersebut sesuai dengan definisi yang dirumuskan oleh Geeth dan Davis yang dikutip Tjiptono (2000: 51) bahwa “kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungannya yang memenuhi atau melebihi harapan. Sebaliknya, menurut Lukman (1999: 9) “definisi kualitas bervariasi dari yang kontroversial hingga kepada yang lebih strategis. Definisi konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik langsung suatu produk, seperti: 1. Performansi (*performance*), 2. Keandalan (*reliability*), 3. Mudah dalam penggunaan

(*case of use*), 4. Estetika (*esthetics*), dan sebagainya.” Oleh karena itu, kualitas pada prinsipnya adalah untuk menjaga janji perusahaan kepada konsumen agar pihak yang dilayani merasa puas.

Kualitas memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan konsumen, yaitu kualitas memberikan suatu dorongan kepada konsumen untuk menjalani ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan saksama harapan konsumen serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan konsumen yang pada gilirannya kepuasan konsumen dapat menciptakan kesetiaan atau loyalitas konsumen kepada perusahaan yang memberikan kualitas memuaskan.

Menurut Parasurahman dalam Tjiptono (1997:14) ada 5 dimensi layanan yang harus dipenuhi dalam pelayanan prima, yaitu:

1. *Tangible* yaitu sesuatu yang mudah dilihat dan diukur.
2. *Emphaty* adalah kemudahan dalam berhubungan komunikasi, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan pelanggan, misalnya mengucapkan salam dan ucapan terimakasih.
3. *Responsivenes* adalah keinginan untuk membantu dan memberikan layanan secara tanggap.
4. *Realibility* adalah kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

5. *Assurance* adalah pengaturan, kemampuan, kesopanan dan sifat yang dapat dipercaya pelanggan.

Dimensi kualitas pelayanan jasa tersebut dipergunakan dalam menilai seberapa jauh antara harapan konsumen dan kenyataan yang dirasakan olehnya terhadap pelayanan yang dilakukan oleh suatu perusahaan.

Kepuasan konsumen merupakan suatu hal yang penting karena pelayanan yang diberikan merupakan sesuatu yang dapat langsung dirasakan sebelum ia menikmati produk atau jasa yang dirasakan.

Masalah kepuasan adalah merupakan masalah perseorangan yang sifatnya subjektif, karena kepuasan seseorang belum tentu sama dengan kepuasan yang dirasakan orang lain. Walaupun jasa yang diberikannya mempunyai ciri atau kualitas pelayanan yang sama. Karena itu kepuasan ini sangat sulit diukur secara kuantitatif.

Menurut Gaspersz (1999: 146) pada dasarnya kualitas modern dapat dicirikan oleh lima karakteristik, yaitu sebagai berikut:

1. Sistem kualitas modern berorientasi pada konsumen (*consumer oriented*) yang berarti produk-produk didesain sesuai dengan keinginan pelanggan melalui suatu riset pasar kemudian diproduksi dengan baik dan benar, sehingga memenuhi spesifikasi desain yang pada akhirnya memberikan pelayanan purnajual kepada pelanggan.

2. Sistem kualitas modern dicirikan oleh adanya partisipasi aktif yang dipimpin oleh manajemen puncak dalam peningkatana kualitas secara terus menerus. System kualitas modern dicirikan oleh adanya pemahaman dari setiap orang terhadap tanggung jawab spesifik untuk kualitas.
3. Sistem kualitas modern dicirikan oleh adanya aktivitas yang berorientasi pada tindakan kerusakan, tidak berfokus pada upaya untuk mendeteksi kerusakan apa-apa.
4. Sistem kualitas modern dicirikan oleh adanya suatu filosofi yang menganggap kualitas merupakan jalan hidup.

Ciri-ciri yang dipaparkan oleh Gespersz di atas juga banyak dijadikan prinsip bagi setiap manajemen perusahaan dalam rangka meningkatkan atau memperbaiki kualitas pelayanan yang disajikan kepada pelanggan. Hal itu dipahami sebagai bentuk dasar kerja oleh setiap perusahaan dalam rangka memberikan pelayanan prima bagi pelanggannya.

#### **2.2.4 Konsep Pelayanan Publik**

Pelayanan publik dapat diartikan sebagai pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan. Dalam konteks ke-Indonesiaan, penggunaan istilah pelayanan publik (*public service*) dianggap memiliki kesamaan arti

dengan istilah pelayanan umum atau pelayanan masyarakat. Oleh karenanya, ketiga istilah tersebut dipergunakan secara *interchangeable* dan dianggap tidak memiliki perbedaan mendasar.

Dimana dalam setiap penyelenggaraan pelayanan publik harus memiliki standar pelayanan dan dipublikasikan sebagai jaminan adanya kepastian bagi penerima pelayanan. Standar pelayanan merupakan ukuran yang dibakukan dalam penyelenggaraan pelayanan publik yang wajib ditaati oleh pemberi dan atau penerima pelayanan. Menurut Keputusan MENPAN Nomor 63 Tahun 2004, standar 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 pelayanan termasuk pengaduan.

3. Biaya Pelayanan

Biaya/tarif pelayanan termasuk rinciannya yang ditetapkan dalam proses pemberian pelayanan.

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 penyelenggara pelayanan publik.

## 6. Kompetensi petugas pemberi pelayanan

Kompetensi petugas pemberi pelayanan harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap, dan perilaku yang dibutuhkan.

Sementara itu, kondisi masyarakat saat ini telah terjadi suatu perkembangan yang sangat dinamis, tingkat kehidupan masyarakat yang semakin baik, merupakan indikasi dari empowering yang dialami oleh masyarakat. Hal ini berarti masyarakat semakin sadar akan apa yang menjadi hak dan kewajibannya sebagai warga negara dalam hidup bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Masyarakat semakin berani untuk mengajukan tuntutan, keinginan dan aspirasinya kepada pemerintah. Masyarakat semakin kritis dan semakin berani untuk melakukan kontrol terhadap apa yang dilakukan oleh pemerintahnya.

Dalam kondisi masyarakat seperti digambarkan di atas birokrasi publik harus dapat memberikan layanan yang lebih profesional, efektif, sederhana, transparan/terbuka, tepat waktu, responsif dan adaptif sebagai kapasitasnya untuk memberikan layanan kepada pihak yang membutuhkannya.

Petugas atau aparat pelayanan hendaknya memahami variable-variabel pelayanan seperti yang terdapat dalam agenda perilaku pelayanan prima sektor publik Sespans LAN yang dikutip Lukman (1999: 140). Variabel yang dimaksud adalah:

1. Pemerintah yang bertugas melayani.
2. Masyarakat yang dilayani pemerintah.
3. Kebijakan yang dijadikan landasan pelayanan public.
4. Peralatan atau sasaran pelayanan yang canggih.
5. *Resources* yang tersedia untuk diracik dalam bentuk kegiatan pelayanan.
6. Kualitas pelayanan yang memuaskan masyarakat sesuai dengan standar dan asas-asas pelayanan masyarakat.
7. Manajemen dan kepemimpinan serta organisasi pelayanan masyarakat.
8. Perilaku yang terlibat dalam pelayanan dan masyarakat, apakah masing-masing menjelaskan fungsi.

Variable-variabel tersebut mempertegas bahwa kualitas pelayanan kepada masyarakat sangat penting. Oleh karena itu, tidak dapat diabaikan lagi, bahkan hendaknya disesuaikan dengan tuntutan globalisasi.

Untuk memberikan kepuasan kepada konsumen maka seluruh orang yang terlibat dalam operasional perusahaan harus memahami nilai-nilai pelayanan. Nilai pelayanan yang sebenarnya terletak pada kesungguhan empat sikap P, oleh Patricia Patton yaitu *Passionate*

(gairah), *Progressive* (progesif), *Proactive* (proaktif), dan *Positive* (positif) dari orang-orang yang bertanggung jawab memberikan pelayanan tersebut.

1. "*Passionate*" (Gairah)

Kita perlu memiliki gairah untuk menghasilkan semangat besar terhadap pekerjaan, diri sendiri dan orang lain. Antusiasme dan perhatian yang kita bawa pada pelayanan sepenuh hati akan membedakan bagaimana kita memandang diri sendiri dan pekerjaan. Dari tingkah laku dan cara memberi pelayanan kepada para konsumen, konsumen akan mengetahui apakah kita menghargai mereka atau tidak. Gairah berarti menghadirkan kehidupan dan vitalitas dalam pekerjaan. Jika kita memiliki gairah hidup yang tinggi, kita cenderung akan memberikan pelayanan dengan senyum, vitalitas, dan antusiasme yang akan menular kepada orang-orang yang kita layani, sehingga mereka akan merasa senang bekerja sama, berbisnis dan berkomunikasi dengan kita.

2. "*Progressive*" (Progesif)

Dalam memberikan pelayanan sepenuh hati, perlu senantiasa berusaha menciptakan cara-cara baru yang lebih efektif, efisien, dan menarik untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Setiap orang tidak akan pernah puas dengan hasil yang didapatkan, untuk itu kita akan selalu berusaha memahaminya dengan mencari cara kreatif untuk

mempersiapkan yang terbaik. Gairah dan pola pikir progresif, akan menjadikan pekerjaan lebih menarik, sehingga layanan kepada konsumen jadi lebih baik. Pola pikir progresif ini perlu dikembangkan karena jika pikiran terbuka, wawasan luas, kemauan belajar tinggi, keberanian menghadapi perubahan dan tidak membatasi diri pada cara-cara pelayanan yang lebih kreatif tentu maka akan membuat konsumen merasa lebih nyaman.

### 3. *"Proactive"* (Proaktif)

Nilai tambah pelayanan sepenuh hati adalah alasan yang mendasari mengapa kita melakukan sesuatu bagi orang lain. Pelayanan ini diberikan karena ada kepedulian dan itu akan membuat perubahan bagi konsumen kita. Membiarkan konsumen kebingungan dan berjalan mondar-mandir mencari bantuan bukanlah sikap yang produktif. Walaupun konsumen tersebut tidak mendekati kita dan bertanya kepada kita (mungkin karena malu, atau tidak tahu kepada siapa harus bertanya), kita bisa terlebih dahulu mendekati mereka dan bertanya kepada mereka barangkali saja kita bisa membantu mereka. Sikap proaktif ini juga dapat dipupuk dengan senantiasa bekerja lebih dari sekedar apa yang seharusnya kita lakukan dan secara aktif berupaya menemukan cara baru untuk menambah makna dan rasa cinta pada pekerjaan dan bisnis yang kita tekuni.

#### 4. *"Positive"* (Positif)

Bersikap positif mendorong kita untuk tidak mudah patah semangat atas masalah yang kita hadapi. Bersikap positif membimbing kita untuk lebih fokus pada penyelesaian bukannya pada masalah. Berlaku positif sangat menarik, karena sikap ini bisa mengubah suasana dan menebar kegairahan pada hampir semua interaksi dengan konsumen. Berlaku positif berarti menyambut hangat para konsumen, dan melayani pertanyaan dan permintaan mereka dengan sepenuh hati. Bersikap positif akan memancarkan keyakinan kepada konsumen, bahwa kita mampu memberikan jawaban bagi pertanyaan mereka dan solusi atas semua masalah yang mereka hadapi. Salah satu cara sederhana yang bisa dilakukan adalah memberi pelayanan dengan senyum, karena senyuman adalah bahasa universal dan positif yang dipahami semua orang.

Memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan adalah hal yang dapat memberikan kepuasan bagi konsumen. Dan ini adalah pertahanan yang paling baik dalam menghadapi pesaing dan membuat konsumen tetap bertahan untuk menjadi pelanggan perusahaan tersebut serta menumbuhkan sikap loyal terhadap perusahaan tersebut.

Oleh karena itu, untuk dapat memenangkan persaingan melalui pencapaian kepuasan konsumen, perusahaan perlu mengukur tingkat kepuasan konsumen. Tingkat kepuasan konsumen dapat diukur dengan

harapan konsumen, sehingga perusahaan dapat mengetahui 46nsure-unsur pelayanan mana yang harus diprioritaskan untuk meningkatkan kualitasnya dikaitkan dengan tingkat kepentingan bagi konsumen dan prestasi perusahaan selama ini.

### **2.2.5 Konsep Pengukuran Kepuasan**

Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah kepuasan konsumen. Pelanggan yang sangat puas menurut Kotler (2000:48) akan:

1. Menjadi lebih setia.
2. Membeli lebih banyak jika perusahaan memperkenalkan produk baru dan menyempurnakan produk yang ada.
3. Memberikan komentar yang menguntungkan tentang perusahaan dan produknya.
4. Kurang memberikan perhatian pada merek dan iklan pesaing dan kurang sensitif terhadap harga.
5. Memberikan gagasan produk atau jasa pada perusahaan.
6. Membutuhkan biaya pelayanan yang lebih kecil daripada pelanggan baru karena transaksi menjadi lebih rutin

Ada empat alat untuk melacak dan mengukur kepuasan konsumen menurut Kotler (2000:40). Alat-alat tersebut adalah:

1. Sistem keluhan dan saran, artinya setiap perusahaan yang beroerientasi pada konsumen perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para konsumennya untuk menyampaikan saran, pendapat

dan keluhan mereka. Perusahaan dapat menyediakan formulir yang berisi keluhan dan saran yang dapat diisi di setiap pintu masuk, meja penerima tamu dan lain- lain. Formulir tersebut diisi konsumen dengan keluhan dan saran mereka sehingga perusahaan dapat mengetahui kesulitan-kesulitan yang dihadapi oleh konsumen terhadap pelayanan perusahaan dan dapat mengambil tindakan untuk mengatasi masalahnya dan hal yang disarankan oleh konsumen sebagai pemecahan masalah yang dihadapi konsumen.

2. Survei kepuasan konsumen, yakni diharapkan dengan melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan dan juga memberikan tanda positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap para pelanggannya. Pengukuran kepuasan melalui metode ini menurut Kotler, dapat dilakukan dengan beberapa cara, yaitu:
  - a) *Directly Reported Satisfaction*, yakni pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan, seperti sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, dan sangat puas.
  - b) *Dissatisfaction*, yaitu pertanyaan yang menyangkut besarnya harapan konsumen terhadap atribut.
  - c) *Problem Analysis*, artinya konsumen yang dijadikan responden untuk mengungkapkan dua hal pokok, yaitu (1) masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dan perusahaan,

dan (2) saran-saran untuk melakukan perbaikan.

d) *Importance-performance analysis*, artinya dalam teknik ini responden dimintai untuk merangking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan pentingnya elemen.

3. Belanja siluman (*Ghost Shopping*) adalah Metode yang dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan dan bersikap sebagai pelanggan atau pembeli potensial produk perusahaan pesaing. Lalu *ghost shopper* tersebut menyampaikan temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk dari perusahaan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut. Selain itu, para *ghost shopper* juga dapat mengamati dan menilai cara perusahaan dan pesaingnya menjawab pertanyaan pelanggan dan menangani setiap keluhan.
4. Analisis kehilangan pelanggan. Metode ini sedikit unik. Perusahaan berusaha menghubungi para pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas konsumen.

Rangkuti (2006: 87) menyatakan, teknik pengukuran kepuasan pelanggan dapat diukur dengan cara sebagai berikut:

1. *Traditional approach*.

Berdasarkan pendekatan ini, konsumen memberikan penilaian atas masing-masing indikator produk atau jasa yang mereka nikmati (pada umumnya menggunakan skala likert), yaitu dengan cara memberikan rating dari 1 (sangat puas) sampai 5 (sangat tidak puas sekali). Nilai yang diperoleh dari skala likert ini dapat dipertimbangkan dengan dua cara yaitu dengan dibandingkan dengan nilai rata-rata atau dibandingkan dengan nilai secara keseluruhan, penelitian dengan keseluruhan merupakan nilai standar yang akan dibandingkan dengan nilai masing-masing indikator.

Hasilnya adalah apabila nilai masing-masing indikator tersebut lebih tinggi dibandingkan nilai standar, konsumen dianggap sudah merasa puas, sebaliknya apabila masing-masing indikator tersebut lebih rendah dibandingkan nilai standar, konsumen dianggap tidak puas.

## 2. Analisis secara deskriptif

Seringkali analisis kepuasan konsumen berhenti sampai kita mengetahui pelanggan puas atau tidak puas, yaitu dengan menggunakan analisis statistik secara deskriptif, misalnya melalui perhitungan nilai rata-rata, nilai distribusi serta standar deviasi.

Analisis kepuasan konsumen sebaiknya dilanjutkan dengan cara membandingkan hasil kepuasan tahun lalu dengan tahun ini, sehingga perkembangan (*trend*) dapat ditentukan. Selain itu, kita juga perlu melakukan analisis korelasi dengan nilai rata-rata secara keseluruhan,

tujuannya adalah untuk melihat reliabilitas indikator yang akan kita ukur tersebut.

Selanjutnya menurut Peters dalam Nasution (2004: 122) mengemukakan, terdapat sepuluh kunci sukses dalam mengukur kepuasan pelanggan;

1. Frekuensi survey, artinya survey formal dilakukan setiap 2 atau 3 bulan sekali dan survey informasi setiap sebulan sekali.
2. Format pelaksanaan survey dilaksanakan pihak ketiga di luar perusahaan.
3. Isi pertanyaan hendaknya standar yang dapat dikuantifikasikan.
4. Desain harus mendesain survey secara sistematis dalam memperhatikan setiap pandangan yang ada.
5. Melibatkan setiap orangkaryawan, semua fungsi dan tingkatan organisasi harus dilibatkan dalam survey.
6. Mengukur kepuasan setiap orang/pihak, mengukur kepuasan terutama kepuasan pelanggan langsung maupun pelanggan internal.
7. Kombinasi berbagai ukuran yang dibatasi pada skor kuantitatif gabungan-gabungan dari berbagai individu (pabrik, kantor, atau toko).
8. Penggunaan ukuran secara simbolik yang dibuat dengan kalimat sederhana dan mudah diingat.
9. Bentuk pengukuran lainnya, yakni dengan deskriptif kualitatif yang menilai hubungan orientasi karyawan pada kepuasan pelanggan.

Pernyataan-pernyataan di atas merupakan cara-cara dalam menilai serta mengukur kepuasan pelanggan terhadap suatu perusahaan. Jika ditilik kembali, banyak cara yang dikemukakan oleh para ahli di atas dan diantaranya adalah kuesioner. Perusahaan harus mendesain kuesioner kepuasan konsumen secara akurat dan dapat memperkirakan persepsi konsumen tentang mutu barang dan jasa. Penggunaan kuesioner pengukuran kepuasan konsumen harus benar-benar dapat mengukur dengan tepat persepsi dan sikap konsumen. Selain itu, komunikasi yang baik dan secara intens juga merupakan hal utama dari pengukuran kepuasan pelanggan.

#### **2.2.6 Harapan Pelanggan**

Harapan pelanggan diyakini mempunyai peran yang besar dalam menentukan kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan pelanggan. dalam mengevaluasi kepuasannya, maka pelanggan akan menggunakan pemenuhan harapannya sebagai dasar dan acuan.

##### **1. Pembeli membeli pelayanan bukan produk**

Seperti tercermin pada falsafah bisnis jasa pelayanan yaitu ”pelanggan membeli pelayanan, bukan membeli produk”. Pelanggan itu tidak membeli produk yang kita tawarkan, tetapi membeli pelayanan yang kita berikan. Kalau pelayanan kita baik, ramah, penuh perhatian dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan pada saat mereka datang dan melihat, maka dari melihat kemudian mereka mencoba, meneliti, sampai akhirnya memutuskan untuk membeli.

## 2. Harapan-harapan lain pelanggan

- a) Setiap pelanggan mengharapkan pelayanan yang baik.
- b) Pelanggan mempunyai hak akan informasi yang jujur dan benar tentang produk yang akan membelinya.
- c) Pelanggan mengharapkan pelayanan purna jual (after sales service) atau pelayanan setelah penjualan. Misalnya: 1) ada garansi perawatan, 2) apabila barang rusak/cacat, boleh dikembalikan atau ditukar.
- d) Pelanggan mengharapkan potongan harga atas barang yang membelinya.
- e) Pelanggan mengharapkan kelayakan harga atas barang yang membelinya.

Pada dasarnya harapan pelanggan yang paling utama adalah kepuasan. Bagi pelanggan, apa yang dihasilkan satu perusahaan baginya tidak begitu penting, pelanggan lebih memikirkan apa yang akan membelinya dapat memuaskan kebutuhannya.

Kepuasan pelanggan berarti memberikan kepada pelanggan apa kira-kira yang disukainya. Kita harus memberikan kepada pelanggan apa yang sebenarnya mereka inginkan (*want*), kemudian kapan (*when*) dan bagaimana cara pelanggan memperolehnya (*the way they want it*).

Caranya adalah sebagai berikut:

1. Menemukan kebutuhan pokok pelanggan.

2. Mencari tahu apa sebenarnya yang menjadi harapan pelanggan, sehingga mereka mau kembali datang kepada kita.
3. Selalu memperhatikan apa yang menjadi harapan pelanggan, lakukan melebihi apa yang diharapkan pelanggan, sehingga pelanggan merasa senang.

Bila diamati lebih cermat, kepuasan pelanggan banyak ditentukan oleh kualitas pelayanan para petugas pelayanan di lapangan. Jika pelayanan tidak sesuai dengan harapan pelanggan, maka pelanggan langsung menilai pelayanan yang diberikan mengecewakan (jelek). Oleh karena itu, tahapan-tahapan tersebut harus benar-benar diperhatikan oleh para petugas pelayanan di lapangan.

#### **2.2.7 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan dan Ketidakpuasan Pelanggan**

Beberapa faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen, disampaikan oleh Tjiptono (1996: 159), yakni:

“Ketidakpuasan konsumen disebabkan oleh factor internal dan factor eksternal. Faktor internal yang relative dapat dikendalikan perusahaan, misalnya karyawan yang kasar, jam karet, kesalahan pencatatan transaksi,. Sebaliknya factor eksternal yang di luar kendali perusahaan, seperti cuaca, gangguan pada infrastruktur umum, aktivitas criminal, dan masalah pribadi pelanggan.”

Lebih lanjut dikatakan bahwa dalam hal terjadinya ketidakpuasan, terdapat beberapa kemungkinan yang berpotensi dilakukan konsumen, yaitu:

1. Tidak melakukan apa-apa, konsumen yang tidak puas tidak melakukan complain, tetapi mereka praktis juga tidak akan membeli atau menggunakan jasa perusahaan yang bersangkutan lagi.
2. Ada beberapa factor yang mempengaruhi apakah seorang konsumen yang tidak puas akan melakukan complain atau tidak, yakni:
  - a) Derajat kepentingan konsumsi yang dilakukan.
  - b) Tingkat ketidakpuasan konsumen.
  - c) Manfaat yang diperoleh.
  - d) Pengetahuan dan pengalaman.
  - e) Sikap konsumen terhadap keluhan.
  - f) Tingkat kesulitan dalam mendapatkan ganti rugi.
  - g) Peluang keberhasilan dalam melakukan complain.

Berkaitan dengan pernyataan di atas, maka kepuasan konsumen juga sangat dipengaruhi oleh tingkat pelayanan. Moenir (1998: 197) mengemukakan bahwa agar layanan dapat memuaskan terhadap sekelompok orang yang dilayani, maka diperlukan empat persyaratan pokok, yaitu;

1. Tingkah laku yang sopan.

2. Cara menyampaikan sesuatu yang berkaitan dengan apa yang seharusnya diterima oleh orang yang bersangkutan.
3. Waktu penyampaian yang tepat, dan
4. Keramahtamahan.

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan di atas, maka untuk kepentingan survey, kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan (studi kasus voucher listrik Prabayar Token pada PT. PLN Kota Tarakan) dapat ditetapkan indikator penilaiannya, yaitu:

1. Keandalan (*reliability*)
2. Ketanggapan (*responsiveness*)
3. Keyakinan (*assurance*)
4. Empati (*emphaty*)
5. Berwujud (*tangible*)

### **2.3. Hipotesis**

Sehubungan dengan permasalahan yang telah diuraikann, dengan didukung oleh teori-teori yang menyatakan adanya pengaruh yang saling berkaitan antara pengawasan dengan kinerja pegawai, maka hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Ha = diduga bahwa kualitas pelayanan voucher listrik Prabayar Token berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN di Kota Tarakan

Ho = diduga bahwa kualitas pelayanan voucher listrik Prabayar Token tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN di Kota Tarakan

## **2.4. Defenisi Konsepsional**

Penelitian ini akan mengambil 2 (dua) variable yang akan menjadi acuan dalam melakukan penelitian ini.

### **2.4.1. Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan adalah sebuah bentuk jasa yang diberikan kepada pelanggan dengan memberikan jasa sebaik-baiknya sesuai dengan keinginan pelanggan.

#### **a. Bukti Fisik**

Bukti fisik merupakan fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi (Tjiptono, 2006: 70).

#### **b. Keandalan**

Keandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan (Tjiptono, 2006: 70).

#### **c. Daya Tanggap**

Daya tanggap merupakan keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap (Tjiptono, 2006: 70).

#### **d. Jaminan**

Jaminan merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keraguguan (Tjiptono, 2006: 70).

e. Empati

Empati merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan (Tjiptono, 2006: 70).

**2.4.2. Kepuasan Pelanggan**

Kepuasan pelanggan adalah layanan jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan oleh pelanggan.

Dalam kepuasan pelanggan, harapan pelanggan merupakan standar acuan yang menjadi petunjuk bagi pelanggan sebelum membeli suatu produk dalam menilai kinerja produk tersebut. Menurut Valarie A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner ada 2 level dari harapan pelanggan, yaitu :

a. Desire Service

Desire Service adalah pelayanan yang diharapkan akan diterima oleh pelanggan (Indrayantoro dan Supomo, 1999: 47)

b. Adequate Service

Adequate Service adalah pelayanan yang cukup dapat diterima atau tanggapan pelanggan menerima pelayanan (Indrayantoro dan Supomo, 1999: 47)

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegiatan tertentu. Ini berarti untuk mendapatkan data yang valid dalam penelitian haruslah berlandaskan keilmuan yaitu rasional, empiris dan sistematis. Untuk memperoleh semuanya itu maka, dalam bab ini penulis akan menjabarkan metode yang akan digunakan untuk memperoleh data penelitian yang valid.

#### **3.1. Jenis Penelitian**

Agar penelitian lebih terarah serta sesuai dengan tujuan yang diinginkan penulis menggunakan pendekatan kualitatif-kuantitatif untuk mengolah data-data yang diperoleh dari lokasi penelitian, dimana data kuantitatif menurut Sugiyono (2011:14) merupakan data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Pendekatan kuantitatif yaitu pencarian data/informasi dari realitas permasalahan yang ada dengan mengacu pada pembuktian konsep/teori yang digunakan.

Sedangkan pendekatan kuantitatif digunakan untuk menguji validitas dan realibilitas data dari kuesioner atau angket yang digunakan.

Penelitian dalam penulisan skripsi ini bertujuan untuk menganalisis dan memecahkan masalah yang ada berdasarkan data dan informasi seperti yang telah dikemukakan sebelumnya untuk mengetahui bagaimana kesesuaian

analisis pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus voucher listrik prabayar token pada PT. PLN Kota Tarakan).

### **3.2. Defenisi Operasional**

Indikator operasional adalah penentu *construct*, sehingga menjadi variabel yang dapat diukur. Indikator operasional menjelaskan cara tertentu yang digunakan oleh peneliti dalam mengoperasikan *construct*, sehingga memungkinkan bagi peneliti yang lain untuk melakukan refleksi pengukuran dengan cara yang sama atau pengembangan cara pengukuran *construct* yang lebih baik (Indrayantoro & Supomo, 1999: 47).

Berdasarkan definisi konseptual dari variabel penelitian diperoleh indikator-indikator operasional sebagai berikut:

#### **1. Variabel Bebas (*independent*), yaitu : Kualitas Pelayanan**

Berdasarkan definisi konseptual dari variabel penelitian diperoleh indikator-indikator operasional sebagai berikut:

##### **a. Bukti Fisik**

Bukti fisik merupakan fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi (Tjiptono, 2006: 70).

1) Ketersediaan perlengkapan kerja.

2) Sarana teknologi yang digunakan unit pelayanan pelanggan listrik prabayar token sudah canggih

- 3) Layanan informasi yang mendukung unit pelayanan listrik Prabayar token

b. Keandalan

Keandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan (Tjiptono, 2006: 70).

Selanjutnya variabel keandalan (*reliability*) diukur dengan indikator sebagai berikut (Assegaff, 2009: 176).

- 1) Ketepatan dalam pelayanan listrik Prabayar token
- 2) Kemudahan dalam pelayanan listrik Prabayar token
- 3) Akurasi waktu pelayanan kepada pelanggan listrik Prabayar token

c. Daya Tanggap

Daya tanggap merupakan keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap (Tjiptono, 2006: 70). Selanjutnya variabel daya tanggap (*responsiveness*) diukur dengan indikator sebagai berikut (Assegaff, 2009: 176) :

- 1) Tanggap dalam melayani pelanggan listrik Prabayar token
- 2) Pelayanan informasi darurat sangat membantu dalam melayani pelanggan listrik Prabayar token melalui call centre 123.
- 3) Komunikatif dalam melayani pelanggan listrik Prabayar token

d. Jaminan

Jaminan merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keraguraguan (Tjiptono, 2006: 70). Variabel jaminan (*assurance*) diukur melalui indikatornya (Assegaff, 2009: 176).

- 1) Pengetahuan karyawan yang cukup memadai untuk pelayanan pelanggan listrik Prabayar token
- 2) Etika dalam melayani pelanggan listrik Prabayar token
- 3) Tanggung jawab keamanan dan kenyamanan dalam menggunakan listrik Prabayar token

e. Empati

Empati merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan (Tjiptono, 2006: 70). Variabel empati (*empathy*) diukur melalui indikatornya (Assegaff, 2009: 176).

- 1) Mendengar dan menerima keluhan dari pelanggan listrik Prabayar token
- 2) Paham terhadap keinginan pelanggan listrik Prabayar token
- 3) Kepedulian pelayanan terhadap pelanggan listrik Prabayar token

## 2. Variabel terikat (dependent), yaitu : Kepuasan Pelanggan

Berdasarkan definisi konseptual dari variabel penelitian diperoleh indikator-indikator operasional sebagai berikut:

### a. *Desire Service*

- 1) Prosedur pemasangan untuk pasangan baru atau perpindahan dari listrik pasca bayar ke listrik Prabayar yang mudah.
- 2) Kemudahan dalam pengoperasian atau penggunaan listrik Prabayar
- 3) Terbebas dari biaya beban dan pemutusan hubungan listrik disaat jatuh tempo pembayaran.

### b. *Adequate Service*

- 1) Pelanggan sangat terbantu dengan prosedur pelayanan yang mudah dimengerti.
- 2) Dengan menggunakan listrik Prabayar ini pelanggan menjadi lebih mudah mengontrol pemakaian listrik setiap bulannya
- 3) Pelanggan sangat puas karena membayar biaya listrik hanya sesuai dengan yang digunakan saja dan tidak ada pemutusan hubungan listrik saat voucher listrik Prabayar habis.

## 3.3. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan gejala/satuan yang ingin diteliti (Beiley dalam Prasetyo, 2010: 119). Pada penelitian ini, yang menjadi populasi adalah keseluruhan pelanggan Listrik Prabayar PT. PLN (Persero) Area Pelayanan

dan Jaringan Kota Tarakan. Populasi yang diketahui sebanyak 12.417 yang menggunakan layanan listrik Prabayar. Populasi pelanggan ini diuraikan dalam tabel berikut:

Tabel 3.3.1. Pelanggan PLN Tarakan

| No            | Jenis Pelanggan Prabayar | Jumlah Pelanggan (orang) |
|---------------|--------------------------|--------------------------|
| 1             | Sosial                   | 178                      |
| 2             | Rumah Tangga             | 11.316                   |
| 3             | Bisnis                   | 856                      |
| 4             | Pemerintah               | 67                       |
| <b>Jumlah</b> |                          | <b>12.417</b>            |

*Sumber: PLN Tarakan (2013)*

## 2. Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2011:91), adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Adapun yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan Listrik Prabayar (Listrik Pintar) PT. PLN di Kota Tarakan. Karena dari data yang di berikan PT. PLN (Persero) Kota Tarakan adalah kota yang pelanggannya terbanyak dari kabupaten-kabupaten lainnya yang ada di Kalimantan.

Dengan menggunakan rumus Slovin dalam Umar (2000:146) :

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

Keterangan :

n = Jumlah sampel

N = Jumlah populasi diambil dari jumlah konsumen

e = Tingkat kekeliruan yang dapat ditolerir sebesar 10%

Maka didapat hasil,

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

N= Jumlah Pelanggan Tahun 2013

=12.417 Pelanggan

$$N = \frac{12.417}{(1 + 12.417(0,1)^2)}$$

$$N = \frac{12.417}{125.17}$$

$$N = 99,20 \approx 100$$

Tabel. 3.3.2 Data sample Pelanggan PT. PLN Tarakan

| No            | Jenis Pelanggan | Σ Pelanggan   | Persentase % | Σ Sampel/<br>J. Pelanggan<br>(Orang) |
|---------------|-----------------|---------------|--------------|--------------------------------------|
| 1             | Sosial          | 178           | 1,43         | 1                                    |
| 2             | Rumah Tangga    | 11.316        | 91,13        | 91                                   |
| 3             | Bisnis          | 856           | 6,90         | 7                                    |
| 4             | Pemerintah      | 67            | 0,54         | 1                                    |
| <b>Jumlah</b> |                 | <b>12.417</b> | <b>100</b>   | <b>100</b>                           |

Sumber Data: Data diolah

Sampel penelitian ditarik dengan teknik *accidental sampling* atau sample kebetulan, maksudnya yaitu peneliti memilih siapa saja yang secara acak/kebetulan ditemui dan dianggap cocok sebagai sumber data (Prasetyo, 2010: 123). Dengan anggapan bahwa mereka yang terpilih adalah orang yang banyak mengetahui tentang apa yang diperlukan oleh penulis.

Diketahui jumlah total pelanggan Listrik prabayar PT. PLN (persero) wilayah Kota Tarakan adalah 12.417 pelanggan. Dengan demikian, dapat diketahui bahwa sampel yang digunakan dalam penelitian ini ada 100 pelanggan yang diteliti, pada jenis pelanggan sosial sebanyak 1 pelanggan, rumah tangga sebanyak 91 pelanggan, bisnis sebanyak 7 pelanggan, pemerintah sebanyak 1 pelanggan dari populasi dan dapat mewakili populasi secara keseluruhan.

### **3.4. Teknik Pengumpulan Data**

#### **3.4.1. Jenis Data**

Jenis data yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif dan kuantitatif dengan survey. Sedangkan sumber datanya adalah:

##### **a. Data primer**

Data primer adalah data yang diperoleh langsung dari lapangan atau data yang bersumber dari informan yang diperoleh melalui kuisioner dengan para responden dan pengamat langsung di lokasi penelitian sehubungan dengan permasalahan yang diteliti.

##### **b. Data sekunder**

Data sekunder adalah data yang diperoleh melalui buku-buku, catatan dan dokumentasi atau literatur, serta bacaan lain yang dijadikan teori dalam menganalisis data yang ditentukan.

### 3.4.2. Metode Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah

#### a. Kuesioner

Kuesioner (*questionnaire*) merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, untuk diisi oleh responden. Setelah diisi, angket dikembalikan ke petugas atau peneliti (Ardianto, 2011: 162). Alasan penggunaan kuesioner, yaitu untuk memperoleh informasi yang relevan untuk penelitian ini dan untuk memperoleh informasi atau data yang valid.

#### b. Observasi Lapangan

Observasi lapangan atau pengamatan lapangan (*field observation*) adalah kegiatan yang setiap saat dilakukan, dengan kelengkapan panca indra yang dimiliki. (Ardianto, 2011: 179).

### 3. Wawancara

Wawancara adalah suatu metode pengumpulan data dimana peneliti terjun langsung dan bertemu dengan responden untuk mengadakan tanya jawab dengan pihak-pihak terkait yang berhubungan dengan penelitian ini.

### 4. Telaah Dokumen

Telaah dokumen dilakukan dengan penelusuran terhadap beberapa dokumen yang berkaitan dengan variabel penelitian guna mendapatkan data sekunder yang akan digunakan dalam analisis

permasalahan, yaitu menyangkut Kualitas Layanan Inovasi Listrik Prabayar PT.PLN (Persero) di Kota Tarakan.

#### **3.4.3. Instrumen Pengumpulan Data**

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup. Pertanyaan pada angket berpedoman pada indikator-indikator variabel, pengerjaanya dengan memilih salah satu alternative jawaban yang disesuaikan. Pengukuran kuesioner diukur dengan menggunakan Skala Likert (*Likert Scale*), dimana variabel yang diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Metode ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono 2012: 107).

- a. SS : sangat setuju diberi bobot 5
- b. S : setuju di beri bobot 4
- c. N : ragu-ragu atau netral diberi bobot 3
- d. TS : tidak setuju diberi bobot 2
- e. STS : sangat tidak setuju diberi bobot 1

### **3.5. Alat Pengukur Data**

Data-data berupa kuesioner akan diukur dengan menggunakan Skala Likert (*Likert Scale*). Jika telah didapati hasil jawaban repsonden dari kuesioner, maka Skala Likert kemudian melakukan skala individu yang

bersangkutan dengan menambahkan bobot dari jawaban yang dipilih. Nilai rata-rata dari masing-masing responden dapat dikelompokkan dalam kelas interval, dengan jumlah kelas 5 intervalnya dapat dihitung dengan rumus sebagai berikut:

$$interval = \frac{\text{nilai tertinggi} - \text{nilai terendah}}{\text{jumlah kelas}}$$

$$interval = \frac{5 - 1}{5}$$

$$interval = 0,8$$

Dari skala tersebut skala distribusi terhadap jawaban responden adalah:

- |    |             |   |                       |
|----|-------------|---|-----------------------|
| 1. | 1,71 – 2,50 | = | sangat tidak setuju   |
| 2. | 2,51 – 2,58 | = | tidak setuju setuju   |
| 3. | 2,59 – 3,38 | = | ragu-ragu atau netral |
| 4. | 3,39 – 4,19 | = | setuju                |
| 5. | 4,20 – 5,00 | = | sangat setuju         |

Terhadap data yang telah diperoleh melalui kuesioner, selanjutnya harus dipastikan jawaban responden berdasarkan total skor masing-masing jawaban.

Dari data tersebut, dilakukan analisis deskriptif melalui perhitungan persentase dan sistem skor untuk mengetahui komposisi jawaban responden.

Adapun menurut Singarimbun & Effendy (1995:272) analisis persentase dan rumus perhitungan skor untuk setiap item pertanyaan, yaitu:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\% \quad X = \frac{\sum F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

$P$  = Persentase

$F$  = Frekuensi

$X$  = Rata-rata

$\sum F.X$  = Jumlah skor kategori jawaban

$N$  = Jumlah responden

$$\text{rata persen} = \frac{\text{rata - rata skor}}{\text{banyaknya klasifikasi jawaban}} \times 100\%$$

Sumber: Sugiyono, 2012: 243

### 3.6. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan oleh penulis di dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### 3.6.1. Uji Realibilitas dan Uji Validitas Instrumen Penelitian

Uji realibilitas dan validitas perlu dilakukan untuk menunjukkan bahwa instrumen penelitian layak untuk dipertanggungjawabkan keakuratan dan keandalannya.

##### a. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuisisioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuisisioner dikatakan reliable atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. SPSS memberikan fasilitas untuk mengukur reliabilitas dengan uji statistik *cronbach alpha* ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai  $\alpha > 0,60$  Nunnally (1967) dalam Ghazali (2005:42).

$$\alpha = \frac{k \cdot r}{1 + (k - 1)r}$$

Di mana:

$a$  = Koefisien reliabilitas

$r$  = Korelasi antar item

$k$  = Jumlah item

#### b. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan sah jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai  $r$  hitung (untuk setiap butir dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlations*) dengan  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-k$ , dalam hal ini  $n$  adalah jumlah sampel

dan k adalah jumlah item. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka pertanyaan tersebut dikatakan valid (Ghozali, 2005:45).

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

Di mana:

$R_{xy}$  = Koefisien korelasi (r-hitung)

$\sum x$  = Skor variabel independen

$\sum y$  = Skor variabel dependen

$\sum xy$  = Hasil kali skor butir dengan skor total

$n$  = Jumlah responden

### 3.6.2. Uji Asumsi Klasik

Untuk meyakinkan bahwa persamaan garis regresi yang diperoleh linear dan dapat dikatakan (*valid*) untuk mencari peramalan, maka akan dilakukan pengujian multikolinearitas, heteroskedastisitas, autokorelasi, dan normalitas.

#### a. Uji Multikolinearitas

Ghozali (2009:91) mengatakan bahwa uji multikolinearitas bertujuan untuk membuktikan atau menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi antara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi

multikorelasi antara variabel bebas. Dalam output SPSS, masalah multikolinearitas ditunjukkan lewat tabel *Coefficient* di mana nilai *Variance inflated Factor* (VIF) < 10 dan nilai tolerance > 0,10.

b. Uji Heteroskedastisitas

Ghozali (2009:105) mengatakan bahwa uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui variasi residual absolut sama atau tidak sama untuk semua pengamatan. Persyaratan yang harus dipenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas dengan ditunjukkan oleh grafik scatterplot pada titik-titik yang tidak membentuk pola yang menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y.

c. Uji Autokorelasi

Tujuannya untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi linier berganda ada korelasi antara kesalahan pengganggu pada periode t dengan kesalahan pada periode t-1 (sebelumnya). Jika terjadi korelasi, maka terjadi autokorelasi. Model regresi yang baik adalah bebas dari autokorelasi. Ghozali (2005:95).

Menurut Singgih (2010:219), untuk mendeteksi ada tidaknya autokorelasi, melalui metode tabel Durbin-Watson yang dapat dilakukan melalui program SPSS, dimana secara umum dapat diambil patokan yaitu:

1. Jika angka D-W dibawah -2, berarti autokorelasi positif.

2. Jika angka D-W diatas +2, berarti autokorelasi negatif.
3. Jika angka D-W diantara -2 sampai dengan +2, berarti tidak ada autokorelasi.

d. Uji Normalitas

Ghozali (2009:110) mengatakan bahwa salah satu uji persyaratan yang harus dipenuhi dalam penggunaan analisis, yaitu uji normalitas. Sedangkan dasar pengambilan keputusan untuk uji normalitas data adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

### 3.6.3. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan (studi kasus voucher listrik prabayar token pada PT. PLN di Kota Tarakan). Model hubungan nilai pelanggan dengan variabel-variabel tersebut dapat disusun dalam fungsi atau persamaan sebagai berikut (Ghozali, 2005:82):

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Di mana:

Y = Keputusan Pembelian Konsumen

- a = Konstanta dari keputusan regresi
- b1 = Koefisien regresi variabel X1 (bukti fisik)
- b2 = Koefisien regresi variabel X2 (keandalan)
- b3 = Koefisien regresi variabel X3 (daya tanggap)
- b4 = Koefisien regresi variabel X4 (jaminan)
- b5 = Koefisien regresi variabel X5 (empati)
- X1 = Bukti fisik
- X2 = Keandalan
- X3 = Daya tanggap
- X4 = Jaminan
- X5 = Empati
- e = error/variabel pengganggu

#### 3.6.4. Koefisien Korelasi (R)

Koefisien korelasi digunakan untuk mengetahui kuatnya hubungan variabel *independent* secara bersama-sama terhadap variabel *dependent*. Semakin besar nilai R, maka semakin kuat hubungan variabel *independent* secara bersama-sama terhadap variabel *dependent*.

Berikut rumus untuk penghitungan koefisien korelasi menurut (Rangkuti, 2003:264):

$$R = \frac{b_1 \sum x_1 y + b_2 \sum x_2 y + b_3 \sum x_3 y}{\sum y^2}$$

Untuk dapat memberikan penafsiran terhadap koefisien korelasi yang ditemukan. Besar kecilnya hasil yang didapat berpedoman pada ketentuan yang tertera pada tabel di bawah ini:

**Tabel 3.6.4**  
**Tabel Koefisien Korelasi**

| <b>Interval Koefisien</b> | <b>Tingkat Hubungan</b> |
|---------------------------|-------------------------|
| 0,000 – 0,199             | Sangat Rendah           |
| 0,200 – 0,399             | Rendah                  |
| 0,400 – 0,599             | Sedang / Cukup          |
| 0,600 – 0,799             | Kuat                    |
| 0,800 – 1,000             | Sangat Kuat             |

*Sumber: Rangkuti (2003:223)*

### **3.6.5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

Koefisien determinasi ( $R^2$ ) dimaksudkan untuk mengetahui tingkat ketepatan paling baik dalam analisa regresi dimana hal yang ditunjukkan oleh besarnya koefisien determinasi ( $R^2$ ) antara 0 (nol) dan 1 (satu). Koefisien determinasi ( $R^2$ ) nol variabel independen sama sekali tidak berpengaruh terhadap variabel dependen. Apabila koefisien determinasi semakin mendekati satu, maka dapat dikatakan bahwa variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen. Selain itu koefisien determinasi ( $R^2$ ) dipergunakan untuk mengetahui prosentase perubahan variabel tidak bebas (Y) yang disebabkan oleh variabel bebas (X).

### 3.6.6. Pengujian Hipotesis

Untuk mengetahui pengaruh yang signifikan antara variabel bebas dan variabel terikat, baik secara simultan maupun parsial, maka dalam penelitian ini penulis menggunakan Uji Serentak (F), Uji Parsial (t), dan melihat variabel yang paling berpengaruh.

#### a. Uji F (Serentak)

Dalam penelitian ini, uji F digunakan untuk mengetahui tingkat signifikansi pengaruh variabel-variabel independen secara bersama-sama (simultan) terhadap variabel dependen (Ghozali, 2005:84). Untuk mengetahui hasil uji F ini, maka digunakan rumus Rangkuti (2003:219) sebagai berikut:

$$F_{hitung} = \frac{R^2/k}{(1-R^2)/(n-k-1)}$$

Di mana:

k : Jumlah variabel *independent*

n : Jumlah anggota sampel

$R^2$  : Koefisien korelasi ganda

Bentuk pengujian dari  $F_{hitung}$  ini adalah sebagai berikut:

$H_0$  :  $b_1 = b_2 = b_3 = b_4 = b_5 = 0$ , artinya variabel *retailing mix* (X1, X2, X3, X4, dan X5) secara simultan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).

$H_a$  :  $b_1 \neq b_2 \neq b_3 \neq b_4 \neq b_5 \neq 0$ , artinya variabel *retailing mix* (X1, X2, X3, X4, dan X5 secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Pembuktian ini dilakukan dengan mengamati  $F_{hitung}$  pada alpha ( $\alpha$ ) 5%.

Apabila nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Apabila nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

b. Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk menguji signifikansi hubungan antara variabel X dan Y, apakah variabel X1, X2, X3, X4, dan X5 (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati) benar-benar berpengaruh terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan) secara terpisah atau parsial (Ghozali, 2005:84). Uji t (parsial) ini dapat diperoleh dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{b_i}{S_{bi}}$$

Di mana:

$b_i$  : Koefisien regresi

$S_{bi}$  : *Standart Error*

Bentuk pengujiannya sebagai berikut:

$H_0$  :  $b_i = 0$ , artinya variabel *retailing mix* ( $X_i$ ) secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

$H_a$  :  $b_i \neq 0$ , artinya variabel *retailing mix* ( $X_i$ ) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

Dengan menggunakan tingkat keyakinan alpha ( $\alpha$ ) sebesar 5% dan derajat kebebasan (n-2). Kemudian dibandingkan antara  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$ , maka:

Apabila nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima

Apabila nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak

c. Variabel yang Paling Berpengaruh

Untuk mengetahui variabel yang paling berpengaruh, dilakukan dengan melihat nilai koefisien regresi baku, di mana nilai yang paling besar adalah variabel yang paling berpengaruh.

Dalam rangka mempercepat dan mempermudah proses analisis data, maka dipergunakan sispem komputerisasi dengan menggunakan program *software* SPSS 17 for windows.

## **BAB IV**

### **PEMBAHASAN**

#### **4.1. Gambaran Umum Perusahaan**

##### **4.1.1 SEJARAH PT PELAYANAN LISTRIK NASIONAL TARAKAN**

Listrik merupakan salah satu bagian dari hidup kita. Betapa tidak, setiap aspek kehidupan, kita bergantung pada energi yang satu ini. Dari sekedar menerangi taman di depan rumah sampai industri skala internasional pasti membutuhkannya. Listrik memberikan energi dalam setiap langkah hidup kita.

PT. Pelayanan Listrik Nasional Tarakan berdiri 17 Oktober 2003, Manajemen PT PLN Tarakan menganggap perlu dan sudah saatnya menyusun suatu pedoman yang jelas arah perkembangan PT PLN Tarakan sebagai langkah untuk mewujudkan Visi dan Misi Perusahaan. Adapun fakta dari PT PLN Tarakan adalah Sebagai berikut :

1. Tahun Berdiri : 2003
2. Legal : Surat Keputusan Direksi PT PLN (Persero) No 258-1/010 tanggal 17 Oktober 2003 dan disahkan berdasarkan Akta Notaris H. Haryanto SH, MBA, No 18 tanggal 15 Desember 2003
3. Jumlah Pegawai : 92 Orang

Tarakan, sebuah pulau yang letaknya cukup strategis karena letaknya yang berdekatan dengan perbatasan antara Indonesia dan Malaysia (Sabah), serta

Brunai Darussalam. Adanya pelabuhan udara serta pelabuhan laut sebagai perhubungan perdagangan ke seluruh daerah baik di Indonesia, Malaysia maupun Brunai Darussalam.

Pulau Tarakan disebut pulau minyak. Pada tahun 1906 industri minyak bumi di pulau ini dikelola oleh BPM (Bataasche Petroleum Maatschappij) menghasilkan 23.000 BOPD (barrels of Oil Per Day). Sekarang industri minyak dan gas Pulau Tarakan dikelola oleh PT MEDCO E&P, perusahaan energi swasta nasional. Pada tahun 2005 produksi PT MEDCO E&P sebesar 2000-3000 BOPD dan gas bumi sekitar 20-30 juta mscf. Pemberlakuan OTODA telah mendorong Pemerintah Kabupaten dan Kota terutama bagi daerah yang kaya dengan sumber daya alam terus berusaha mencari terobosan untuk pengembangan wilayahnya. Pemerintah Kota (Pemkot) Tarakan adalah salah satu Pemkot yang melakukan terobosan strategis khususnya pengembangan ketenaga-listrikan dengan kebijakan memberlakukan tarif regional.

PT PLN Tarakan sebagai badan hukum yang mandiri dengan status Anak Perusahaan, diharapkan akan mampu memanfaatkan peluang bisnis, serta memaksimalkan kerjasama dengan Pemkot Tarakan guna meningkatkan pelayanan dibidang ketenaga-listrikan kepada masyarakat sehingga PT PLN Tarakan sejalan dengan visi dari Pemkot Kota Tarakan untuk menjadikannya sebagai salah satu "The Little Singapore". Pertumbuhan ekonomi yang tinggi di Tarakan, tersedianya sumber daya alam yang cukup, peran serta Pemerintah Daerah yang sangat responsif dan peluang untuk mendapatkan margin serta

diperlukannya fleksibilitas pendanaan merupakan landasan pemikiran dibentuknya PLN Tarakan berdasarkan Surat Keputusan Direksi PT PLN (Persero) No 258-1/010/DIR/2003 tanggal 17 Oktober 2003 dan disahkan berdasarkan Akta Notaris H. Har yanto SH, MBA, No 18 tanggal 15 Desember 2003 Sedangkan untuk wilayah kerja, PT PLN Tarakan meliputi Kota Tarakan dengan luas wilayah 657,33 km<sup>2</sup>, 38,20% nya atau 250,80 km<sup>2</sup> berupa daratan dan sisanya sebanyak 61,80% atau 406,53 km<sup>2</sup> adalah lautan terletak pada 30°14'23" – 30°26'37" lintang utara dan 117°30'50" – 117°40'12" bujur timur.

Melalui ini diharapkan dapat menggambarkan perusahaan PT PLN Tarakan dalam tahap Memasuki Standar Global dan diharapkan dapat meningkatkan kompetensi dengan kebutuhan PT PLN guna menghadapi perkembangan bisnis dan dinamika masyarakat yang terus mengalami perubahan antara lain tuntutan akan peningkatan mutu dan keandalan tenaga listrik serta peningkatan pelayanan kepada pelanggan diseluruh wilayah kerja PT PLN Tarakan.

#### **4.1.2 VISI & MISI PT PELAYANAN LISTRIK NASIONAL TARAKAN**

##### **1. Visi PT. Pelayanan Listrik Nasional Tarakan**

- a. Menjadi Perusahaan Tenaga Listrik Pilihan Yang Menghasilkan Produk Dengan Mutu Layanan Yang Unggul dan Terpercaya, Mandiri, Bertumbuh Kembang Serta Mampu Bersaing Di Era Global, sehingga :

- b. Mewujudkan perusahaan yang mempunyai ketersediaan tenaga listrik yang cukup sehingga mampu memenuhi kebutuhan pelanggan dan masyarakat.
- c. Mewujudkan produk tenaga listrik yang mempunyai mutu dan keandalan yang tinggi sehingga memenuhi kepuasan pelanggan.
- d. Mewujudkan perusahaan yang efisien dan efektif dalam pengoperasian sarana ketenagalistrikan.
- e. Mewujudkan perusahaan mampu menghasilkan keuntungan yang harus dicapai dengan berbagai strategi di bidang pembangkitan, penyaluran, niaga, dan pengembangan usaha sumber daya manusia (SDM) sehingga perusahaan dapat mandiri secara finansial.
- f. Mewujudkan perusahaan yang mempunyai kompetensi inti agar mampu memenangkan persaingan bisnis tenaga listrik dilingkungan Global atau paling sedikit mampu bersaing ditingkat Nasional.

## 2. Misi PT. Pelayanan Listrik Nasional Tarakan

- a. Menjalankan usaha ketenagalistrikan sesuai dengan kaidah ekonomi yang sehat dan menguntungkan serta berorientasi kepada kepuasan pelanggan, karyawan dan pemegang saham
- b. Menjadikan tenaga listrik sebagai pendorong kegiatan ekonomi
- c. Menjadikan tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat

#### **4.1.3 BUDAYA PERUSAHAAN PT. PELAYANAN LISTRIK NASIONAL TARAKAN**

- a. JUJUR : Wujud dari sikap anggota perusahaan konsisten mewujudkan keselarasan antara perkataan dan perbuatan serta memiliki rasa tanggung jawab terhadap pengelolaan perusahaan yang berkepentingan baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang.
- b. PEDULI : Cerminan dari suatu niat untuk menjaga dan memelihara iklim kerja dan lingkungan yang kondusif yang dirasakan oleh anggota perusahaan dan pihak-pihak yang berkepentingan dalam rangka tumbuh kembang bersama dengan dijiwai kepekaan atas setiap permasalahan yang dihadapi perusahaan dan mencari solusi yang tepat untuk kepentingan pelanggan, karyawan & pemegang saham.
- c. INOVATIF : Sikap anggota perusahaan yang selalu tanggap untuk mengembangkan dan menciptakan pengelolaan perusahaan yang lebih baik serta berusaha menguasai perkembangan ilmu dan teknologi mutakhir demi perubahan perusahaan secara berkelanjutan.
- d. UNGGUL : Sikap anggota perusahaan yang selalu mengerahkan kemampuan dan potensinya untuk menghasilkan kualitas produk dan

layanan prima yang melampaui harapan serta senantiasa memperhitungkan resiko minimal atas setiap upaya yang dilakukan.

- e. TERBUKA : Suasana saling menghargai dan transparan yang dilandasi oleh keyakinan terhadap integritas, itikad baik dan kompetensi dari pihak-pihak yang saling berhubungan dan menyelenggarakan praktek bisnis yang bersih dan beretika.

#### **4.1.4 PROSEDUR PENYAMBUNGAN BARU DAN PERUBAHAN**

##### **DAYA ALIRAN LISTRIK**

1. Permintaan Sambungan Listrik dapat dilakukan dengan :
    - a. Melalui Surat / Telepon
    - b. Datang Sendiri ke Loker PLN mengisi TUL I – 01
  2. Melampirkan :
    - a. Foto Copy KTP/SIM
    - b. Sket Lokasi
    - c. IMB / Surat Rekomendasi (Dinas Tata Kota)
    - d. Foto Copy Rekening Pelanggan terdekat dari lokasi yang dimohon.
  3. PLN melakukan Survey ke Lokasi
  4. Hasil Survey
    - a. Teknis memungkinkan : Terbit SIP
- SIP dilampiri blanko :
- Pernyataan Kontrak Penyambungan ( 3 lbr )

- Daftar Instalatur

b. Teknis belum memungkinkan : Penangguhan

5. Instalateur menyerahkan data Instalasi listrik ke loket PLN.

6. Membayar BP + UJL dengan melampirkan / membawa :

- Surat izin penyambungan (SIP) dengan lampirannya seperti disebut pada butir 4.a diatas (yang telah diisi dan ditanda tangani ).
- Surat Pernyataan Jaminan Instalasi dari Instalatur ( 3 lbr )

7. Segera dibuat PK / PDL ( Persiapan Penyambungan)

8. Penyambungan Aliran Listrik dibangunan

9. Pembagian Arsip :

Arsip PLN\_:

- SIP
- Pernyataan Kontrak Penyambungan ( 1 lbr )
- Pernyataan Jaminan Instalasi ( 1 lbr )

Arsip Pelanggan dan Instalatur\_:

- Pernyataan Kontrak Penyambungan ( 2 lbr )
- Pernyataan Jaminan Instalasi ( 2 lbr )
- Gambar Instalasi

10. Penerbitan Rekening Listrik

#### **4.1.5 SOP PENGAWASAN TOKEN TAMPER PELANGGAN PRABAYAR**

##### **1. PERSIAPAN DATA/ BERKAS**

- a. Aplikasi SIP3 terinstal
- b. Formulir Pengaduan Pelanggan
- c. Daftar Laporan Penunggakan Token Temper
- d. Daftar Jadwal Petugas Gangguan (PG) beserta nomor Hp aktif
- e. Daftar Operator Komunikasi Gangguan (OKG)

##### **2. PROSES YANG DILAKUKAN**

- a. Melakukan pengecekan terhadap jumlah pelanggan prabayar yang aktif menggunakan program SIP3 dan membandingkan dengan jumlah token yang ready, idealnya token yang ready sebanyak dua kali berarti jumlah Token Tamper=jumlah pelanggan aktif X2.
- b. Jika tidak sama atau kurang ideal maka sampaikan ke petugas pembuat token untuk segera membuatnya sebelum ada permintaan dari Petugas Operator Komunikasi Gangguan.
- c. Lakukan pengecekan terhadap penggunaan token dari hasil laporan Pemakaian Token Tamper harian yang ditandatangani oleh Manager Teknik dan diperiksa oleh DM Teknik apakah sesuai dengan jumlah token yang diminta, lama waktu penggunaan token setelah

pencetakan token dan koordinasikan dengan petugas pengawas teknik.

- d. Lakukan pemeriksaan terhadap Token Tamper yang telah dipergunakan berdasarkan hasil laporan Pemakaian Token Temper Harian, pastikan telah terupdate kembali ke Master Token oleh petugas token

### 3. KETERANGAN

- a. Pencetakan Token Tamper menggunakan Aplikasi SOPP dan User yang menggunakannya mempunyai tanggung jawab penuh.
- b. Token Tamper yang tidak jadi dipergunakan berkas Cetakan Token Tamper wajib dikembalikan ke bidang niaga untuk update kembali.
- c. Apabila idpel yang dipanggil sudah benar untuk melakukan pencetakan Token Tamper namun tampil informasi “Data Token Tidak Ada” ini berarti Token Tamper pelanggan tersebut tidak ada yang siap pakai/ready silahkan hubungi bagian pelayanan pelanggan untuk mendapatkannya.
- d. Token Tamper hanya bias dicetak satu kali dan yang sudah dipakai atau diupdate pada master data Token tidak dapat di pergunakan lagi.

#### **4.1.6 SOP PENYAMBUNGAN BARU DAN TAMBAH DAYA LISTRIK PASCABAYAR DENGAN SURVEY**

1. Permohonan calon pelanggan dapat melalui:
  - a. Datang ke Loker PLN
  - b. Via Surat
  - c. Via Telpon
2. Permohonan calon pelanggan dibuatkan formulir TUL I-01 (Formulir Permohonan) untuk calon pelanggan yang datang ke loket wajib menandatangani formulir permohonan oleh petugas diberi keterangan dengan menuliskan sumber permohonan. Formulir TUL I-01 dibuat rangkap 3 (tiga) dengan peruntukan 1 lembar asli untuk pemohon, 1 lembar untuk berkas, 1 lembar untuk arsip dan selanjutnya data permohonan dimasukkan dalam agenda permohonan atau TUL I-02.
3. Setelah formulir TUL I-01 diisi dengan benar kemudian dikirim kebagian pemasaran untuk dilakukan survey ke lokasi calon pelanggan untuk mengetahui secara teknis kondisi rencana penyambungan dan dibuatkan Hasil Pemeriksaan yang isinya calon pelanggan memungkinkan untuk dilakukan penyambungan atau ditangguhkan.
4. Hasil pemeriksaan di kembalikan ke bagian administrasi Pelanggan dan jika teknis memungkinkan berkas untuk dibuatkan TUL I-03 Surat Persetujuan Penyambungan (SPP) yang isinya menyatakan:

- a. Permohonan calon pelanggan disetujui untuk dilakukan penyambungan aliran listrik.
- b. Rincian biaya-biaya diantaranya Biaya Penyambungan (BP), Uang Jaminan Langgan (UJL) dan Materai.
- c. Masa berlakuk surat persetujuan selamam 1 bulan, jika melewati masa tersebut maka harus dibuatkan permohonan baru.

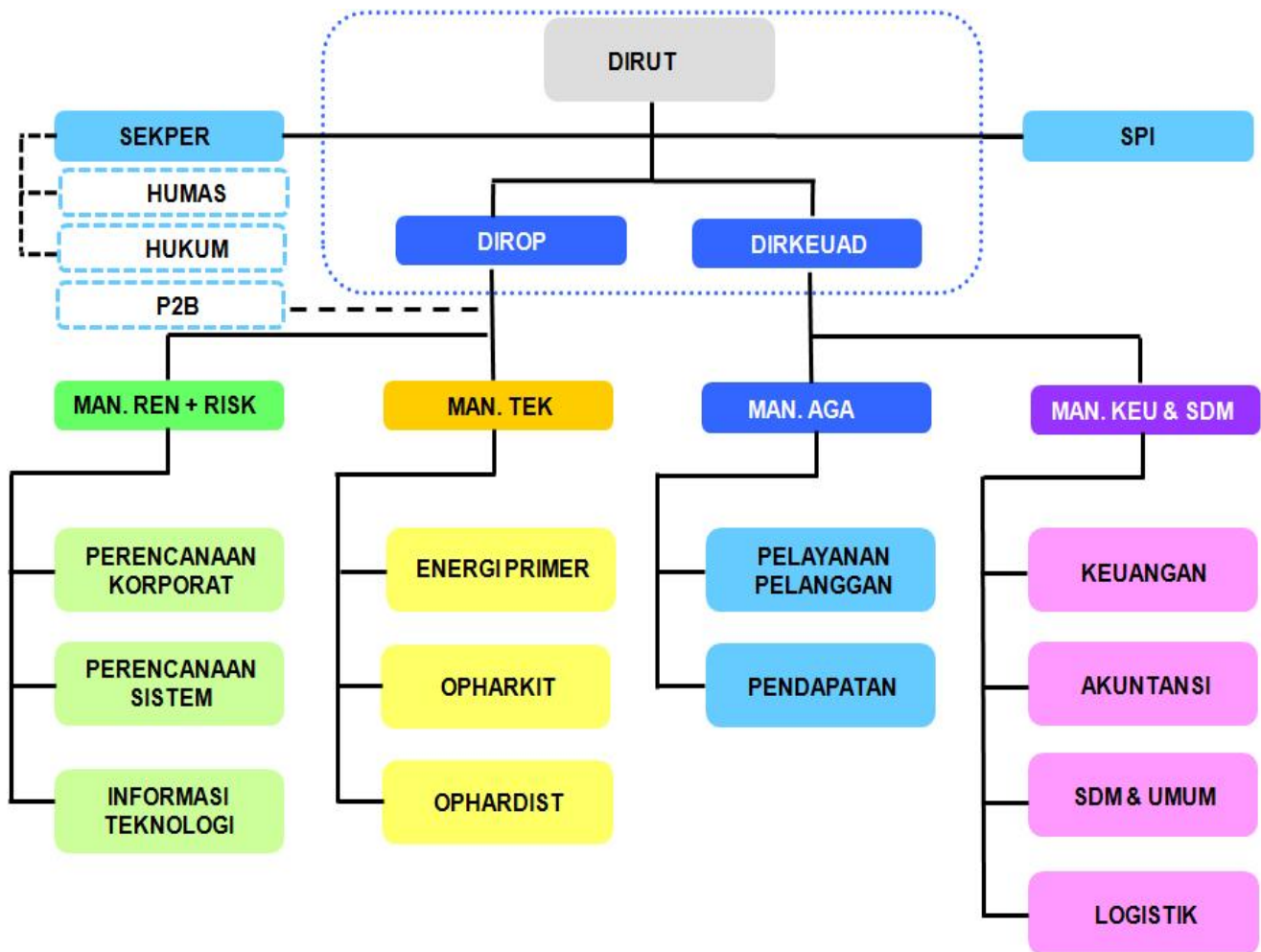
Jika teknis tidak memungkinkan maka dibuatkan TUL I-04 Surat Penanguhan. Surat Persetujuan Penyambungan (SPP) maupun Surat Penanguhan (SP) dapat diterima langsung oleh pemohon atau dikirimkan ke alamat pelanggan.

5. Selanjutnya calon pelanggan dapat melakukan pembayaran sejumlah rincian biaya yang terdapat dalam Surat Persetujuan Penyambungan dengan melampiri atau menunjukkan SPP yang masih berlaku dan Izin Mendirikan Bangunan (IMB). Sebagai bukti pembayaran dibuatkan TUL I-06 rangkap 4 (empat) dengan peruntukan 1 lembar untuk calon pelanggan, 1 lembar copy untuk berkas, 1lembar copy untuk arsip dan 1 lembar copy untuk melampiri laporan penerimaan BP. Bukti pembayaran ini ditandatangani oleh Manager Niaga.
6. Setelah pembayaran dilakukan selanjutnya dibuatkan Perinta Kerja (PK), Perubahan Langgan (PDL) dan Surat Jual Beli Tenaga Listrik (SJBTL). Sebelum penandatanganan Surat Jual Beli Tenaga Listrik calon pelanggan diberikan penjelasan tentang Hak dan Kewajibab

sebagai pelanggan. SJBTL: ditandatangani ole PLN selaku penjual jasa dan Pelanggan selaku pengguna jasa.

7. Selanjutnya berkas Perintah Kerja (PK) dikirim kebagian Penyambungan untuk dibuatkan Bon Pemakaian material dan diserahkan ke bagian perbekalan. Penyambungan aliran listrik dirumah pelanggan dilakukan oleh bagian penyambungan.
8. Setelah dilakukan penyambungan dibuatkan Berita Acara (BA) penyambungan dan data-data penyambungan diisikan kedalam Perubahan Data Langgan (PDL).
9. Setelah PDL diisi dengan lengkap dan benar ditandatangani oelh Manager Niaga dan selanjutnya dikiri kebagian Pengolahan Data untuk dilakukan peremajaan Data Induk Langgan (DIL)

#### 4.1.7 STRUKTUR ORGANISASI PT. PELAYANAN LISTRIK NASIONAL TARAKAN



*Sumber Data: PLN Tarakan (Tahun 2013)*

## 4.2 Deskripsi Data responden

Gambaran umum responden menurut karakteristik responden berdasarkan umur, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, jumlah pemakaian listrik, jumlah penghuni rumah, tempat pembelian token, dan jumlah voucher yang sering dibeli. Berdasarkan karakteristik tersebut diperoleh gambaran yang lebih detail mengenai responden dalam penelitian. Berikut sajian responden berdasarkan kedelapan karakteristik tersebut:

### 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Pelanggan yang menggunakan jasa listrik Prabayar di PLN Tarakan diseleksi berdasarkan usia  $\leq 30$  tahun yang merupakan usia matang seseorang. Berikut sajian lengkap karakteristik responden berdasarkan umur.

Tabel 4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

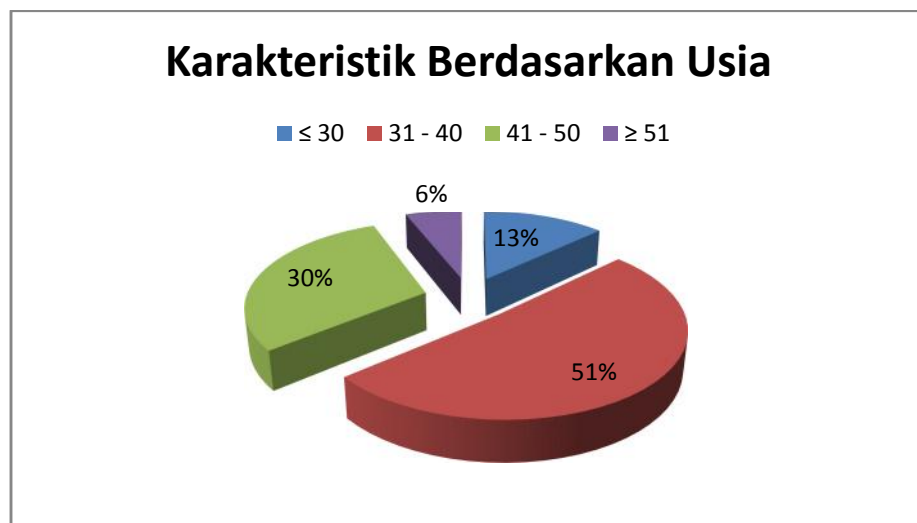
| No | Usia      | Persentase | Jumlah |
|----|-----------|------------|--------|
| 1  | $\leq 30$ | 13%        | 13     |
| 2  | 31 - 40   | 51%        | 51     |
| 3  | 41 - 50   | 30%        | 30     |
| 4  | $\geq 51$ | 6%         | 6      |
|    | Jumlah    | 100%       | 100    |

*Sumber Data: data diolah*

Berdasarkan tabel diatas diketahui bahwa responden atau pelanggan memiliki umur antara  $\leq 30$  tahun dengan jumlah sebanyak 13 orang dengan presentase sebesar 13%, usia 31 – 40 tahun sebanyak 51 orang

dengan presentase 51%, usia antara 41 –50 tahun sebanyak 30orang dengan presentase 30% dan  $\geq 51$  sebanyak 6 orang dengan presentase 6 %. Sehingga dapat disimpulkan bahwa usai pelanggan yang paling dominan adalah berusia 31 - 40 tahun.

Gambar 4.2.1 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Umur



*Sumber Data: data diolah*

#### 4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Saat ini penggunaan jasa listrik pada PLN cabang Tarakan cukup tinggi dengan karakteristik pekerjaan dan jenis kelamin yang beragam. Berdasarkan karakteristik dan jenis kelamin tersebut tentunya dibutuhkan pengetahuan dalam penggunaan pelayanan listrik di PLN Tarakan. Berikut tabel karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis kelamin

| No | Jenis Kelamin | Persentase | Jumlah |
|----|---------------|------------|--------|
| 1  | Laki-laki     | 52%        | 52     |
| 2  | Perempuan     | 48%        | 48     |
|    | Jumlah        | 100%       | 100    |

*Sumber Data: data diolah*

Berdasarkan hasil perhitungan responden terdapat 52 orang laki-laki dengan presentase 52% dan 48 orang dengan persentase 48% merupakan responden perempuan. Dimana nasabah yang lebih dominan adalah laki-laki dan dapat ditunjukkan pada diagram berikut.

Gambar 4.2. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



*Sumber Data: data diolah*

#### 4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Jenjang pendidikan pada pelanggan PLN Cabang Tarakan bermacam-macam. Berdasarkan jenjang pendidikan didapatkan responden pada tabel dibawah ini :

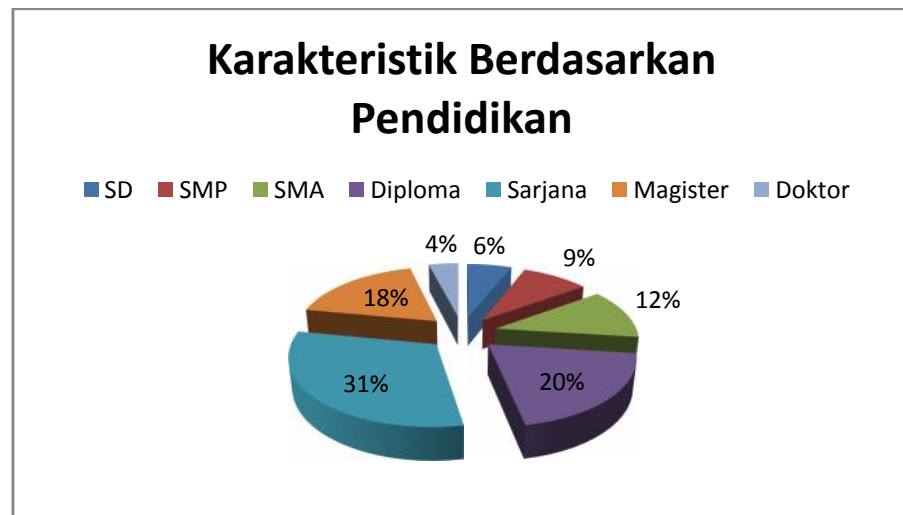
Tabel 4.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

| No | Pendidikan | Persentase | Jumlah |
|----|------------|------------|--------|
| 1  | SD         | 6%         | 6      |
| 2  | SMP        | 9%         | 9      |
| 3  | SMA        | 12%        | 12     |
| 4  | Diploma    | 20%        | 20     |
| 5  | Sarjana    | 31%        | 31     |
| 6  | Magister   | 18%        | 18     |
| 7  | Doktor     | 4%         | 4      |
|    | Jumlah     | 100%       | 100    |

*Sumber Data: data diolah*

Berdasarkan tabel diatas didapatkan hasil 6 orang merupakan lulusan SD (6%) 9 orang lulusan SMP (9%), 12 orang lulusan SMA (12%), diploma sebanyak 20 orang (20%), sarjana sebanyak 31 orang (31%), magister 18 orang (18%) dan doktor sebanyak 4 orang (4%). Dari data tersebut dapat diketahui bahwa tingkat pendidikan terbanyak adalah sarjana sebanyak 31 orang (31%)

Gambar 4.3. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan



Sumber Data: data diolah

#### 4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan profesinya, pelanggan PLN Cabang Tarakan terdapat pada tabel dibawah ini:

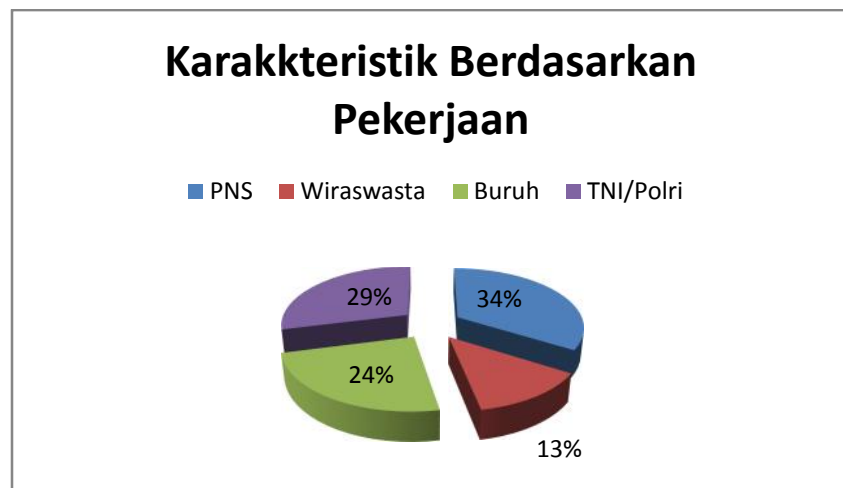
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

| No | Pekerjaan  | Persentase | Jumlah |
|----|------------|------------|--------|
| 1  | PNS        | 34%        | 34     |
| 2  | Wiraswasta | 13%        | 13     |
| 3  | Buruh      | 24%        | 24     |
| 4  | TNI/Polri  | 29%        | 29     |
|    | Jumlah     | 100%       | 100    |

Sumber Data: data diolah

Berdasarkan tabel diatas didapatkan karakteristik responden sebanyak 34 orang dengan presentase 34% merupakan Pegawai Negeri Sipil (PNS), 13 orang dengan presentase 13% merupakan wiraswasta, 24 orang dengan presentase 24% merupakan buruh, 29 orang dengan presentase 29% merupakan TNI/ Polri. Dalam hal ini paling didominasi dengan pekerjaan Pegawai Negeri Sipil (PNS).

Gambar 4.4. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan



*Sumber Data: data diolah*

#### 4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pemakaian Listrik

Jumlah pemakaian listrik adalah banyaknya konsumsi pemakaian listrik tiap bulannya. Berdasarkan banyaknya jumlah pemakaian listrik, dapat dilihat melalui tabel berikut:

Tabel 4.2.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pemakaian Listrik

| No | Jumlah Pemakaian Listrik | Persentase | Jumlah |
|----|--------------------------|------------|--------|
| 1  | 0 - 50.000               | 14%        | 14     |
| 2  | 51.000 - 100.000         | 32%        | 32     |
| 3  | 101.000 - 200.000        | 29%        | 29     |
| 4  | 201.000 - 300.000        | 12%        | 12     |
| 5  | 301.000 - 400.000        | 4%         | 4      |
| 6  | $\geq 401.000$           | 9%         | 9      |
|    | Jumlah                   | 100%       | 100    |

*Sumber Data: data diolah*

Berdasarkan tabel diatas didapatkan hasil dengan pemakaian listrik sebesar 0 – 50.000 terdapat 14 orang dengan persentase 14%, dengan pemakaian listrik 51.000 – 100.000 terdapat 32 orang dengan persentase 32%, dengan pemakaian listrik 101.000 – 200.000 terdapat 29 orang dengan persentase 29%, dengan pemakaian listrik 201.000 – 300.000 terdapat 12 orang dengan persentase 12% dan gaji 301.000 – 400.000 didapatkan 4 orang dengan persentase 4% serta pemakaian listrik sebesar  $\geq 401.000$  sebanyak 9 orang dengan persentase 9%. Dalam hal ini yang paling dominan terdapat pada rentang pemakaian listrik antara 51.000 – 100.000 dengan 32 orang atau 32%.

Gambar 4.2.5 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Pemakaian

Listrik



*Sumber Data: data diolah*

#### 4.2.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghuni Rumah

Jumlah penghuni rumah merupakan hal yang utama dalam pengambilan untuk penggunaan jasa PLN Cabang Tarakan, berdasarkan jumlah penghuni rumah didapatkan hasil responden antara lain:

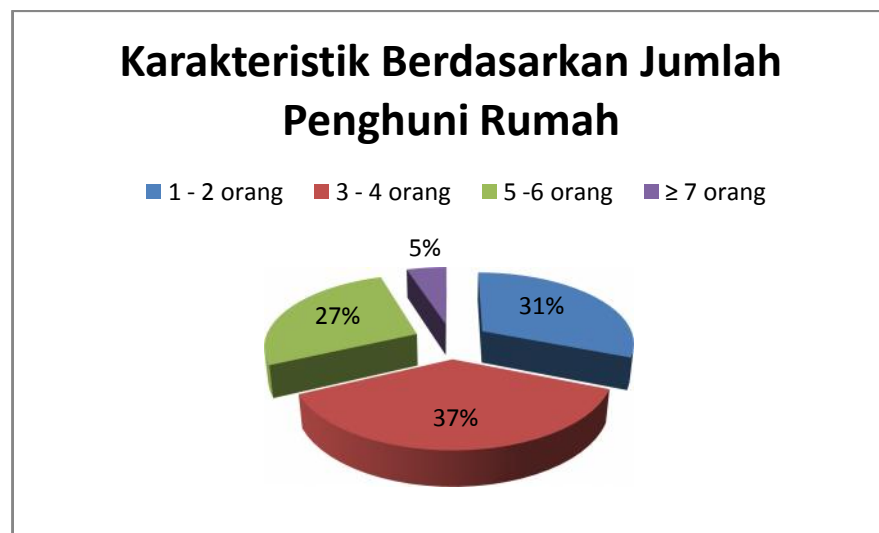
Tabel 4.6. Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghuni Rumah

| No | Jumlah Penghuni Rumah | Persentase | Jumlah |
|----|-----------------------|------------|--------|
| 1  | 1 - 2 orang           | 31%        | 31     |
| 2  | 3 - 4 orang           | 37%        | 37     |
| 3  | 5 -6 orang            | 27%        | 27     |
| 4  | ≥ 7 orang             | 5%         | 5      |
|    | Jumlah                | 100%       | 100    |

*Sumber Data: Data diolah*

Berdasarkan tabel diatas didapatkan hasil dengan Jumlah Penghuni Rumah yang diperoleh sebesar 1-2 orang terdapat 31 rumah dengan persentase 31%, dengan jumlah penghuni 3-4 orang terdapat 37rumah dengan persentase 37%, dengan jumlah penghuni rumah 5-6 orang terdapat 27 rumah dengan persentase 27%, dengan jumlah penghuni rumah  $\geq 7$  orang terdapat 5 rumah dengan persentase 5%. Dalam hal ini yang paling dominan terdapat pada rentang jumlah 3-4 orang yang lebih mempertimbangkan dalam memilih jasa di PLN Cabang Tarakan.

Gambar 4.2.6 Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Penghuni Rumah



Sumber Data: data diolah

#### 4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Pembelian Token

Tempat pembelian token merupakan hal penting dalam pengambilan untuk penggunaan jasa PLN Cabang Tarakan, berdasarkan tempat pembelian token didapatkan hasil responden antara lain:

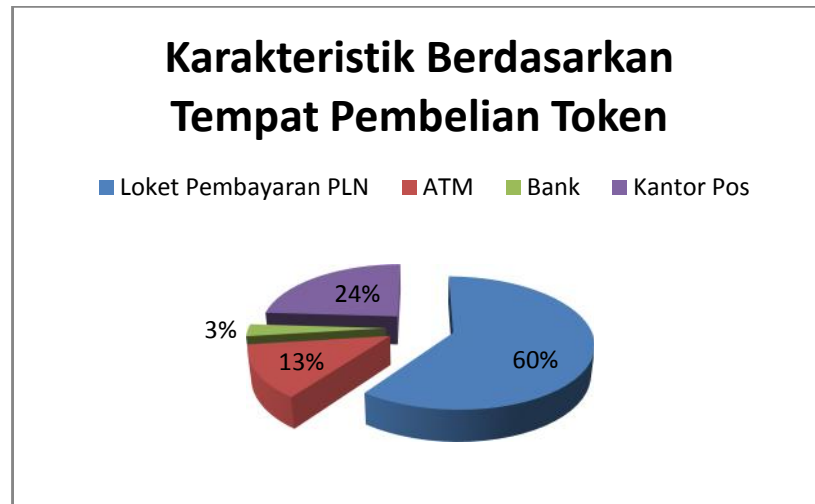
Tabel 4.2.7 Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Pembelian Token

| No | Tempat Pembelian Token | Persentase | Jumlah |
|----|------------------------|------------|--------|
| 1  | Loket Pembayaran PLN   | 60%        | 60     |
| 2  | ATM                    | 13%        | 13     |
| 3  | Bank                   | 3%         | 3      |
| 4  | Kantor Pos             | 24%        | 24     |
|    | Jumlah                 | 100%       | 100    |

*Sumber Data: data diolah*

Berdasarkan tabel diatas didapatkan hasil dengan tempat pembelian tokendi loket pembayaran PLN terdapat 60 dengan persentase 60%, melakukan pembelian token di ATM sebanyak 13 rumah dengan persentase 13%, melakukan pembelian token di bank terdapat 3 rumah dengan persentase 3%, melakukan pembelian token di kantor pos terdapat 24 rumah dengan persentase 24%. Dalam hal ini yang paling dominan pelanggan melakukan pembelian token di Bank yang lebih mempertimbangkan dalam memilih jasa di PLN Cabang Tarakan.

Gambar 4.2.7. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat  
Pembelian Token



*Sumber Data: data diolah*

**4.2.8** Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Voucher yang Sering Dibeli

Jumlah voucher merupakan hal wajib yang harus diperhitungkan dalam pemakaian listrik prabayar token di PT PLN Cabang Tarakan, berikut dapat disajikan dalam tabel.

Tabel 4.2.8. Karakteristik Responden

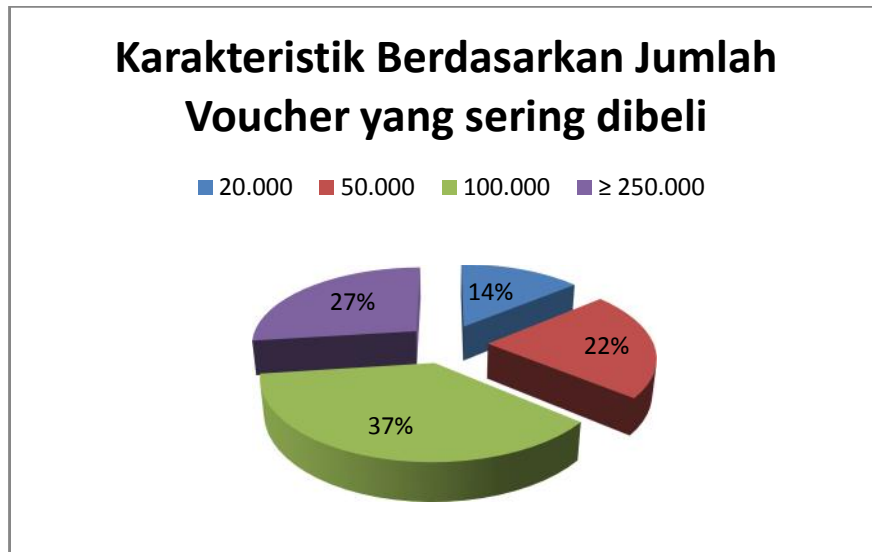
Berdasarkan Jumlah Voucher yang Sering Dibeli

| No | Jumlah Voucher yang sering dibeli | Persentase | Jumlah |
|----|-----------------------------------|------------|--------|
| 1  | 20.000                            | 14%        | 14     |
| 2  | 50.000                            | 22%        | 22     |
| 3  | 100.000                           | 37%        | 37     |
| 4  | $\geq 250.000$                    | 27%        | 27     |
|    | Jumlah                            | 100%       | 100    |

*Sumber Data: data diolah*

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui responden yang menggunakan jumlah voucher yang sering dibeli sebesar 20.000 sebanyak 14 orang dengan persentase 14%, voucher 50.000 sebanyak 22 orang dengan persentase 22%, voucher 100.000 sebanyak 37 orang dengan persentase 37%, voucher  $\geq 250.000$  sebanyak 27 orang dengan persentase 27%. Sehingga dapat disimpulkan voucher yang paling dominan adalah voucher 100.000.

Gambar 4.2.8. Diagram Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Voucher yang Sering Dibeli



*Sumber Data: data diolah*

#### 4.3 Hasil Analisa Statistik Deskriptif

Hasil Analisis Deskriptif digambarkan dalam bentuk distribusi frekuensi, persentase dan mean (nilai rata-rata) dari setiap item, indikator dan variabel. Adapun deskripsi ini akan memberikan gambaran pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan, yang meliputi variabel kualitas pelayanan (X) dan variabel kepuasan pelanggan (Y).

##### 4.3.1 Variabel Kualitas Pelayanan (X)

###### 4.3.1.1 Deskripsi Variabel *Reability* (X1)

Dalam penelitian ini terdapat 3 item pernyataan yaitu:

Memberikan pelayanan yang selalu akurat dan tepat dalam pembelian, pemasangan, dan gangguan listrik prabayar token pada pelanggan (X1.1) terdapat 22 orang (22%) yang menyatakan sangat setuju, 68 orang (68%) yang menyatakan setuju, 10 orang (10%) yang menyatakan ragu-ragu, kemudahan prosedur dalam pembelian.

Pemasangan dan gangguan listrik prabayar token (X1.2) terdapat 69 orang (69%) yang menyatakan sangat setuju, 28 orang (28%) yang menyatakan setuju, 3 orang (3%) yang menyatakan ragu-ragu.

Ketepatan waktu bila berjanji dalam hal pemasangan dan gangguan listrik prabayar token pada pelanggan (X1.3) terdapat 48 orang (48%) yang menyatakan sangat setuju, 51 orang (51%) yang menyatakan setuju, 1 orang (1%) yang menyatakan ragu-ragu.

Tabel 4.3.1 Tabel Variabel *Reability* (X1)

| No        | Item                                                                                                                                     | JawabanResponden |    |    |    |    |    |    |   | Mean |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----|----|----|----|----|----|---|------|
|           |                                                                                                                                          | SS               |    | S  |    | RR |    | TS |   |      |
|           |                                                                                                                                          | F                | %  | F  | %  | F  | %  | F  | % |      |
| 1         | Memberikan pelayanan yang selalu akurat dan tepat dalam pembelian, pemasangan, dan gangguan listrik prabayar token pada pelanggan (X1.1) | 22               | 22 | 68 | 68 | 10 | 10 | 0  | 0 | 4.12 |
| 2         | Kemudahan prosedur dalam pembelian, pemasangan dan gangguan litrik prabayar token (X1.2)                                                 | 69               | 69 | 28 | 28 | 3  | 3  | 0  | 0 | 4.66 |
| 3         | Ketepatan waktu bila berjanji dalam hal pemasangan dan gangguan listrik prabayar token pada pelanggan (X1.3)                             | 48               | 48 | 51 | 51 | 1  | 1  | 0  | 0 | 4.47 |
| Rata-rata |                                                                                                                                          |                  |    |    |    |    |    |    |   | 4.42 |

*Sumber Data: data diolah*

#### 4.3.1.2 Deskripsi Variabel *Responsivness* (X2)

Dalam penelitian ini terdapat 2 item pernyataan yaitu:

Cepat tanggap dan komunikasi yang baik dalam melayani keluhan listrik prabayar token dari pelanggan (X2.1) terdapat 33 orang (33%) yang menyatakan sangat setuju, 67 orang (67%) yang menyatakan setuju.

Pelayanan gangguan call centre 123 dianggap mampu membantu pelanggan memberikan informasi gangguan listrik prabayar token (X2.2) terdapat 40 orang (40%) yang menyatakan sangat setuju, 60 orang (60%) yang menyatakan setuju.

Komunikasi yang lancar terhadap pelanggan dalam melayani listrik Prabayar token (X2.3) terdapat 47 orang (47%) yang menyatakan sangat setuju, 52 orang (52%) yang menyatakan setuju.

Tabel 4.10 Tabel Variabel *Responsiveness* (X2)

| No | Item                                                                                                                             | JawabanResponden |    |    |    |    |   |    |   | Mean |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----|----|----|----|---|----|---|------|
|    |                                                                                                                                  | SS               |    | S  |    | RR |   | TS |   |      |
|    |                                                                                                                                  | F                | %  | F  | %  | F  | % | F  | % |      |
| 1  | Cepat tanggap dan komunikasi yang baik dalam melayani keluhan listrik prabayar token dari pelanggan (X2.1)                       | 33               | 33 | 67 | 67 | 0  | 0 | 0  | 0 | 4.33 |
| 2  | Pelayanan gangguan call centre 123 dianggap mampu membantu pelanggan memberikan informasi gangguan listrik prabayar token (X2.2) | 40               | 40 | 60 | 60 | 0  | 0 | 0  | 0 | 4.40 |
| 3  | komunikasi yang lancar terhadap pelanggan dalam melayani listrik prabayar token (X2.3)                                           | 47               | 47 | 52 | 52 | 1  | 1 | 0  | 0 | 4.46 |
|    | Rata-rata                                                                                                                        |                  |    |    |    |    |   |    |   | 4.40 |

Sumber Data: data diolah

#### 4.3.1.3 Deskripsi Variabel *Assurance* (X3)

Dalam penelitian ini terdapat 3 item pernyataan yaitu:

Kemampuan optimal para karyawan dalam memberikan penjelasan dan menanggapi keluhan pelanggan perihal listrik Prabayar token (X3.1) terdapat 8 orang (8%) yang menyatakan sangat setuju, 48 orang (48%) menyatakan setuju, 44 orang (44%) menyatakan ragu-ragu.

Pelayanan yang diberikan sopan dan ramah membuat pelanggan merasa nyaman (X3.2) terdapat 7 orang (7%) yang menyatakan sangat setuju, 42 orang (42%) menyatakan setuju, 51 orang (51%) menyatakan ragu-ragu.

Pelanggan yakin PLN Tarakan mampu menyelesaikan segala pemasalahan listrik prabayar token (X3.3) terdapat 39 orang (39%) yang menyatakan sangat setuju, 49 orang (49%) menyatakan setuju, 12 orang (12%) menyatakan ragu-ragu.

Tabel 4.11 Tabel Variabel Assurance (X3)

| No | Item                                                                                                                               | JawabanResponden |    |    |    |    |    |    |   | Mean |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----|----|----|----|----|----|---|------|
|    |                                                                                                                                    | SS               |    | S  |    | RR |    | TS |   |      |
|    |                                                                                                                                    | F                | %  | F  | %  | F  | %  | F  | % |      |
| 1  | Kemampuan optimal para karyawan dalam memberikan penjelasan dan menanggapi keluhan pelanggan perihal listrik prabayar token (X3.1) | 8                | 8  | 48 | 48 | 44 | 44 | 0  | 0 | 3.64 |
| 2  | Pelayanan yang diberikan sopan dan ramah membuat pelanggan merasa nyaman (X3.2)                                                    | 7                | 7  | 42 | 42 | 51 | 51 | 0  | 0 | 3.56 |
| 3  | Pelanggan yakin PLN Tarakan mampu meyelesaikan segala pemasalahan listrik prabayar token (X3.3)                                    | 39               | 39 | 49 | 49 | 12 | 12 | 0  | 0 | 4.27 |
|    | Rata-rata                                                                                                                          |                  |    |    |    |    |    |    |   | 3.82 |

Sumber Data: data diolah

#### 4.3.1.4. Deskripsi Variabel *Emphaty* (X4)

Dalam penelitian ini terdapat 3 item pernyataan yaitu:

PLN Tarakan mau mendengar dan menampung aspirasi maupun keluhan-keluhan dari pelanggan listrik prabayar token (X4.1) terdapat 55 orang (55%) yang menyatakan sangat setuju, 39 orang (39%) menyatakan setuju, 6 orang (6%) menyatakan ragu-ragu.

Memudahkan proses pelayanan listrik prabayar token (X4.2) terdapat 61 orang (62%) yang menyatakan sangat setuju, 32 orang (32%) menyatakan setuju, 6 orang (6%) menyatakan ragu-ragu.

Petugas memahami dan tanggap akan kebutuhan spesifik pelanggan (X4.3) terdapat 61 orang (61%) yang menyatakan sangat setuju, 37 orang (37%) menyatakan setuju, 2 orang (2%) menyatakan ragu-ragu.

Tabel 4.12 Tabel Variabel *Emphaty* (X4)

| No | Item                                                                                                                 | JawabanResponden |    |    |    |    |   |    |   | Mean |
|----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----|----|----|----|---|----|---|------|
|    |                                                                                                                      | SS               |    | S  |    | RR |   | TS |   |      |
|    |                                                                                                                      | F                | %  | F  | %  | F  | % | F  | % |      |
| 1  | PLN Tarakan mau mendengar dan menampung aspirasi maupun keluhan-keluhan dari pelanggan listrik prabayar token (X4.1) | 55               | 55 | 39 | 39 | 6  | 6 | 0  | 0 | 4.49 |
| 2  | Memudahkan proses pelayanan listrik prabayar token (X4.2)                                                            | 62               | 62 | 32 | 32 | 6  | 6 | 0  | 0 | 4.56 |
| 3  | Petugas memahami dan tanggap akan kebutuhan spesifik pelanggan (X4.3)                                                | 61               | 61 | 37 | 37 | 2  | 2 | 0  | 0 | 4.59 |
|    | Rata-rata                                                                                                            |                  |    |    |    |    |   |    |   | 4.55 |

*Sumber Data: data diolah*

#### 4.3.1.5. Deskripsi Variabel *Tangible* (X5)

Dalam penelitian ini terdapat 3 item pernyataan yaitu:

Tersedianya perlengkapan kerja untuk pelayanan pembelian, pemasangan dan gangguan listrik prabayar token pada petugas PLN Tarakan (X5.1) terdapat 42 orang (42%) yang menyatakan sangat setuju, 58 orang (58%) menyatakan setuju.

Sistem Sarana teknologi yang digunakan Unit Pelayanan Pelanggan Listrik prabayar dianggap sudah canggih (X5.2) terdapat 49 orang (49%) yang menyatakan sangat setuju, 45 orang (45%) menyatakan setuju, 6 orang (6%) menyatakan ragu-ragu.

Sudah tersedia layanan informasi yang mendukung dalam pemasangan listrik prabayar (X5.3) terdapat 29 orang (29%) yang menyatakan sangat setuju, 63 orang (63%) menyatakan setuju, 8 orang (8%) menyatakan ragu-ragu.

Tabel 4.13 Tabel Variabel *Tangible* (X5)

| No | Item                                                                                                                                     | JawabanResponden |    |    |    |    |   |    |   | Mean |
|----|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----|----|----|----|---|----|---|------|
|    |                                                                                                                                          | SS               |    | S  |    | RR |   | TS |   |      |
|    |                                                                                                                                          | F                | %  | F  | %  | F  | % | F  | % |      |
| 1  | Tersedianya perlengkapan kerja untuk pelayanan pembelian, pemasangan dan gangguan listrik prabayar token pada petugas PLN Tarakan (X5.1) | 42               | 42 | 58 | 58 | 0  | 0 | 0  | 0 | 4.42 |
| 2  | Sistem Sarana teknologi yang digunakan Unit Pelayanan Pelanggan Listrik prabayar dianggap sudah canggih (X5.2)                           | 49               | 49 | 45 | 45 | 6  | 6 | 0  | 0 | 4.43 |
| 3  | Sudah tersedia layanan informasi yang mendukung dalam pemasangan listrik prabayar (X5.3)                                                 | 29               | 29 | 63 | 63 | 8  | 8 | 0  | 0 | 4.21 |
|    | Rata-rata                                                                                                                                |                  |    |    |    |    |   |    |   | 4.35 |

*Sumber Data: data diolah*

#### 4.3.2. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Dalam penelitian ini terdapat variabel (Y) yang terdiri 6 item pernyataan dan akan dijabarkan sebagai berikut yaitu, Terbebas dari biaya beban dan pemutusan hubungan listrik terdapat 44 orang (44%) yang menyatakan sangat setuju, 56 orang (56%) menyatakan setuju, item kedua adanya token/stroom yang sangat praktis dalam penggunaannya terdapat 53 orang (53%) yang menyatakan sangat setuju, 42 orang (42%) yang menyatakan setuju, 5 orang (5%) yang menyatakan ragu-ragu, item ketiga biaya migrasi dari listrik pasca bayar ke listrik prabayar yang sangat murah terdapat 34 orang (34%) yang menyatakan sangat setuju, 58 orang (58%) yang menyatakan setuju, 8 orang (8%) yang menyatakan ragu-ragu, item

keempat prosedur pemasangan untuk pasangan baru atau migrasi yang mudah terdapat 48 orang (48%) yang menyatakan sangat setuju, 46 orang (46%) yang menyatakan ragu-ragu, 6 orang (6%) yang menyatakan ragu-ragu, item kelima kemudahan dalam pengoperasian atau penggunaan listrik Prabayar terdapat 45 orang (45%) yang menyatakan sangat setuju, 48 orang (48%) yang menyatakan setuju, 7 orang (7%) yang menyatakan ragu-ragu, item keenam mutu unit Kwh meter elektrolit yang bagus terdapat 22 orang (22%) yang menyatakan sangat setuju, 54 orang (54%) yang menyatakan setuju, 24 orang (24%) yang menyatakan ragu-ragu.

**Tabel 4.14 Variabel Kepuasan Pelanggan**

| No        | Item                                                                               | JawabanResponden |    |    |    |    |    |    |   | Mean |
|-----------|------------------------------------------------------------------------------------|------------------|----|----|----|----|----|----|---|------|
|           |                                                                                    | SS               |    | S  |    | RR |    | TS |   |      |
|           |                                                                                    | F                | %  | F  | %  | F  | %  | F  | % |      |
| 1         | Prosedur pemasangan untuk pasang baru atau perpindahan listrik Prabayar yang mudah | 44               | 44 | 56 | 56 | 0  | 0  | 0  | 0 | 4.44 |
| 2         | Kemudahan dalam pengoperasian atau penggunaan listrik Prabayar                     | 53               | 53 | 42 | 42 | 5  | 5  | 0  | 0 | 4.48 |
| 3         | Terbebas dari biaya beban dan pemutusan hubungan listrik                           | 34               | 34 | 58 | 58 | 8  | 8  | 0  | 0 | 4.26 |
| 4         | Pelanggan sangat terbantu dengan prosedur pelayanan yang mudah                     | 48               | 48 | 46 | 46 | 6  | 6  | 0  | 0 | 4.42 |
| 5         | Pelanggan mudah mengontrol pemakaian listriknya                                    | 45               | 45 | 48 | 48 | 7  | 7  | 0  | 0 | 4.38 |
| 6         | Pelanggan puas karena hanya membayar biaya listrik sesuai dengan pemakaian         | 22               | 22 | 54 | 54 | 24 | 24 | 0  | 0 | 3.98 |
| Rata-rata |                                                                                    |                  |    |    |    |    |    |    |   | 4.33 |

*Sumber Data: data diolah*

#### 4.4 Uji Validitas dan Reliabilitas

Dalam penelitian, data mempunyai kedudukan yang paling tinggi, karena data merupakan penggambaran variabel yang diteliti dan berfungsi sebagai alat pembuktian hipotesis. Benar tidaknya data, sangat menentukan bermutu tidaknya hasil penelitian. Sedang benar tidaknya data, tergantung dari baik tidaknya instrumen pengumpulan data. Pengujian instrumen biasanya terdiri dari uji validitas dan reliabilitas. Valid artinya data yang diperoleh dengan penggunaan instrument penelitian dapat menjawab tujuan penelitian, dan reliable artinya data yang diperoleh konsisten atau stabil. Uji Validitas dan reliabilitas kuesioner penelitian ini menggunakan bantuan *software* SPSS 17 for windows.

##### 4.4.1 Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS 17 dengan kriteria sebagai berikut:

- 1) Jika  $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ , maka butir pertanyaan tersebut valid
- 2) Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir pertanyaan tersebut tidak valid

Nilai  $r_{hitung}$  dapat dilihat pada kolom *corrected item total correlation*. Penyebaran kuesioner khusus dalam uji validitas dan

reliabilitas diberikan kepada sample 25 orang responden yaitu pelanggan PLN di Kota Tarakan.

### 1) Variabel *Reability* (X1)

Berikut ini adalah hasil uji validitas untuk variabel *reability* (X1):

Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas (1 Item-Total Statistics)

|                   | Corrected Item-Total Correlation (r-hitung) | r-tabel | Ket   |
|-------------------|---------------------------------------------|---------|-------|
| Item-pertanyaan1  | .412                                        | 0.381   | Valid |
| Item- pertanyaan2 | .388                                        | 0.381   | Valid |
| Item- pertanyaan3 | .490                                        | 0.381   | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

Pada tabel 4.23 dapat dilihat bahwa nilai r hitung (*Corrected Item-Total Corelation*) seluruh pertayaan lebih besar dibandingkan r tabel (0,381) maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid.

### 2) Variabel *Responsiveness* (X2)

Berikut ini adalah hasil uj validitas untuk variabel *responsiveness* (X2):

Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas (1 Item-Total Statistics)

|                   | Corrected Item-Total Correlation (r-hitung) | r-tabel | Ket   |
|-------------------|---------------------------------------------|---------|-------|
| Item-pertanyaan1  | .658                                        | 0.381   | Valid |
| Item- pertanyaan2 | .552                                        | 0.381   | Valid |
| Item- pertanyaan3 | .432                                        | 0,381   | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

Pada tabel 4.24 dapat dilihat bahwa nilai r hitung (*Corrected Item-Total Corelation*) seluruh pertanyaan lebih besar dibandingkan r tabel (0,381) maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid.

### 3) Variabel *Assurance* (X3)

Berikut ini adalah hasil uj validitas untuk variabel *Assurance* (X3):

Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas (1 Item-Total Statistics)

|                   | Corrected<br>Item-Total<br>Correlation<br>(r-hitung) | r-tabel | Ket   |
|-------------------|------------------------------------------------------|---------|-------|
| Item-pertanyaan1  | .755                                                 | 0.381   | Valid |
| Item- pertanyaan2 | .493                                                 | 0.381   | Valid |
| Item- pertanyaan3 | .610                                                 | 0.381   | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

Pada tabel 4.25 dapat dilihat bahwa nilai r hitung (*Corrected Item-Total Corelation*) seluruh pertanyaan lebih besar dibandingkan r tabel (0,381) maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid.

### 4) Variabel *Emphaty* (X4)

Berikut ini adalah hasil uj validitas untuk variabel *emphaty* (X4):

Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas (1 Item-Total Statistics)

|                   | Corrected<br>Item-Total<br>Correlation<br>(r-hitung) | r-tabel | Ket   |
|-------------------|------------------------------------------------------|---------|-------|
| Item-pertanyaan1  | .615                                                 | 0.381   | Valid |
| Item- pertanyaan2 | .565                                                 | 0.381   | Valid |
| Item- pertanyaan3 | .412                                                 | 0.381   | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

Pada tabel 4.26 dapat dilihat bahwa nilai r hitung (*Corrected Item-Total Corelation*) seluruh pertanyaan lebih besar dibandingkan r tabel (0,381) maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid.

##### 5) Variabel *Tangible* (X5)

Berikut ini adalah hasil uj validitas untuk variabel *tangible*(X5):

Tabel 4.27 Hasil Uji Validitas (1 Item-Total Statistics)

|                   | Corrected<br>Item-Total<br>Correlation<br>(r-hitung) | r-tabel | Ket   |
|-------------------|------------------------------------------------------|---------|-------|
| Item-pertanyaan1  | .691                                                 | 0.381   | Valid |
| Item- pertanyaan2 | .577                                                 | 0.381   | Valid |
| Item- pertanyaan3 | .571                                                 | 0.381   | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

Pada tabel 4.27 dapat dilihat bahwa nilai r hitung (*Corrected Item-Total Corelation*) seluruh pertanyaan lebih besar dibandingkan r tabel (0,381) maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid.

## 6) Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Berikut ini adalah hasil uji validitas untuk variabel tempat (Y):

Tabel 4.28 Hasil Uji Validitas (1 Item-Total Statistics)

|                  | Corrected<br>Item-<br>Total<br>Correlatio<br>n (r-<br>hitung) | r-tabel | Ket   |
|------------------|---------------------------------------------------------------|---------|-------|
| Item-pertanyaan1 | .572                                                          | 0.381   | Valid |
| Item-pertanyaan2 | .971                                                          | 0.381   | Valid |
| Item-pertanyaan3 | .886                                                          | 0.381   | Valid |
| Item-pertanyaan4 | .656                                                          | 0.381   | Valid |
| Item-pertanyaan5 | .686                                                          | 0.381   | Valid |
| Item-pertanyaan6 | .896                                                          | 0.381   | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS.876 (2013)

Pada tabel 4.28 dapat dilihat bahwa nilai *r* hitung (*Corrected Item-Total Corelation*) seluruh pertanyaan lebih besar dibandingkan *r* tabel (0,381) maka dapat disimpulkan bahwa seluruh pertanyaan dalam kuesioner dinyatakan valid.

### 4.4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat 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 dari waktu ke waktu (Ghozali, 2006:41).

Pengujian dilakukan dengan cara *One Shot* (pengukuran sekali saja) dengan program *SPSS Statistics 17 for windows*. Menurut Nunnally

dalam (Ghozali, 2006:42) suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

### 1) Variabel *Reability* (X1)

Berikut ini adalah hasil uj reabilitas untuk variabel *reability*(X1):

Tabel 4.29 Hasil Uji Reliabilitas (Reliability Statistics)

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .684             | 3          |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

Pada Tabel 4.29 dapat dilihat nilai *Cronbach Alpha* rata-rata seluruh butir pernyataan adalah  $0,684 > 0,60$ . Maka dapat dinyatakan bahwa keseluruhan pernyataan reliabel.

### 2) Variabel *Responsiveness* (X2)

Berikut ini adalah hasil uj reabilitas untuk variabel *responsiveness* (X2):

Tabel 4.30 Hasil Uji Reliabilitas (Reliability Statistics)

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .741             | 3          |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

Pada Tabel 4.30 dapat dilihat nilai *Cronbach Alpha* rata-rata seluruh butir pernyataan adalah  $0,741 > 0,60$ . Maka dapat dinyatakan bahwa keseluruhan butir pernyataan reliabel.

### 3) Variabel *Assurance* (X3)

Berikut ini adalah hasil uji reabilitas untuk variabel *assurance* (X3):

Tabel 4.31 Hasil Uji Reliabilitas (Reliability Statistics)

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .754             | 3          |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

Pada Tabel 4.31 dapat dilihat nilai *Cronbach Alpha* rata-rata seluruh butir pernyataan adalah  $0,754 > 0,60$ . Maka dapat dinyatakan bahwa keseluruhan pernyataan reliabel.

### 4) Variabel *Emphaty* (X4)

Berikut ini adalah hasil uji reabilitas untuk variabel *emphaty* (X4):

Tabel 4.32 Hasil Uji Reliabilitas (Reliability Statistics)

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .850             | 3          |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

Pada Tabel 4.32 dapat dilihat nilai *Cronbach Alpha* rata-rata seluruh butir pernyataan adalah  $0,850 > 0,60$ . Maka dapat dinyatakan bahwa keseluruhan pernyataan reliabel.

## 5) Variabel *Tangible* (X5)

Berikut ini adalah hasil uji reabilitas untuk variabel *tangible* (X5):

Tabel 4.33 Hasil Uji Reliabilitas (Reliability Statistics)

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .876             | 3          |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

Pada Tabel 4.33 dapat dilihat nilai *Cronbach Alpha* rata-rata seluruh butir pernyataan adalah  $0,876 > 0,60$ . Maka dapat dinyatakan bahwa keseluruhan pernyataan reliabel.

## 6) Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Berikut ini adalah hasil uji reabilitas untuk variabel kepuasan pelanggan (Y):

Tabel 4.34 Hasil Uji Reliabilitas (Reliability Statistics)

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .854             | 6          |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

Pada Tabel 4.34 dapat dilihat nilai *Cronbach Alpha* rata-rata seluruh butir pernyataan adalah  $0,854 > 0,60$ . Maka dapat dinyatakan bahwa keseluruhan pernyataan reliabel.

## **4.5 Hasil Analisis Statistik Inferensial**

### **4.5.1 Uji Asumsi Klasik**

Uji asumsi klasik digunakan untuk melihat atau menguji apakah suatu model layak atau tidak layak digunakan dalam penelitian. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### **a. Uji Normalitas**

Digunakan bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal, yakni distribusi data dengan bentuk lonceng dan distribusi tidak menceng ke kiri atau ke kanan. Uji normalitas dilakukan dengan menggunakan pendekatan grafik, pendekatan histogram dan uji statistik dengan pendekatan Kolmogorov-Smirnov. Dengan menggunakan tingkat signifikansi 5% (0,05) maka jika *Asymp.Sig* (2-tailed) diatas nilai signifikansi 5% (0,05) artinya variabel residual berdistribusi normal

#### **b. Pendekatan Kolmogorov-Smirnov**

Uji normalitas dengan grafik bisa saja terlihat berdistribusi normal, karena sifatnya lebih subjektif. Oleh karena itu perlu dilakukan uji normalitas secara statistik dengan pendekatan kolmogorov-smirnov (1 *sample* KS). Hasil uji normalitas dengan pendekatan kolmogorov-smirnov dapat dilihat pada Tabel 4.13.

Tabel 4.35 Hasil Uji Normalitas Pendekatan Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                           |                | One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test |                |           |         |          |                    |
|---------------------------|----------------|------------------------------------|----------------|-----------|---------|----------|--------------------|
|                           |                | Reability                          | Responsiveness | Assurance | Emphaty | Tangible | Kepuasan Pelanggan |
| N                         |                | 100                                | 100            | 100       | 100     | 100      | 100                |
| Normal                    | Mean           | 13.2500                            | 8.7300         | 11.4700   | 13.6400 | 13.0600  | 25.9600            |
| Parameters <sup>a,b</sup> | Std. Deviation | 1.03840                            | .77662         | 1.43164   | 1.29895 | 1.13547  | 1.94323            |
| Most Extreme              | Absolute       | .205                               | .296           | .158      | .219    | .186     | .204               |
| Differences               | Positive       | .155                               | .296           | .158      | .148    | .145     | .153               |
|                           | Negative       | -.205                              | -.174          | -.157     | -.219   | -.186    | -.204              |
| Kolmogorov-Smirnov Z      |                | 2.049                              | 2.964          | 1.577     | 2.192   | 1.861    | 2.037              |
| Asymp. Sig. (2-tailed)    |                | .130                               | .418           | .214      | .300    | .402     | .150               |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

Pada Tabel 4.35 terlihat bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,130 untuk variabel reability (X1); 0,418 untuk variabel responsiveness (X2); 0,214 untuk variabel assurance (X3); 0,300 untuk variabel emphaty (X4); 0,402 untuk variabel tangible (X5), dan 0,150 untuk variabel kepuasan pelanggan (Y). Nilai keseluruhan diatas nilai signifikansi (0,05), hal ini berarti residual data berdistribusi normal.

### c. Uji Heteroskedastisitas

Metode ini digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi kesamaan varians dari residual pada satu pengamatan ke pengamatan lainnya. Jika varians dari satu residual suatu pengamatan ke pengamatan lainnya tetap, maka terjadi homoskedastisitas namun jika varians berbeda, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang tidak terjadi heteroskedastisitas. “Untuk mengetahui ada tidaknya gejala heteroskedastisitas adalah dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik *Scatterplot*, jika ada pola tertentu maka telah terjadi heteroskedastisitas pada model regresi” (Situmorang *et al.*, 2010:100).

Untuk mengatasinya kelemahan pengujian dengan grafik dapat menggunakan pendekatan statistik dengan uji *Glejser*, heteroskedastisitas tidak akan terjadi apabila tidak satupun variabel independen signifikan secara statistik mempengaruhi variabel dependen nilai absolut  $U_t$  ( $\text{abs}U_t$ ). Jika probabilitas signifikannya diatas tingkat kepercayaan 5% dapat disimpulkan model regresi tidak mengarah adanya heteroskedastisitas.

a) Pendekatan Statistik (Uji Glejser)

Tabel 4.36 Uji Glejser

| Coefficients <sup>a</sup> |                |                |            |              |       |      |                                 |             |
|---------------------------|----------------|----------------|------------|--------------|-------|------|---------------------------------|-------------|
|                           |                | Unstandardized |            | Standardized |       |      | 95.0% Confidence Interval for B |             |
|                           |                | Coefficients   |            | Coefficients |       |      | Lower Bound                     | Upper Bound |
| Model                     |                | B              | Std. Error | Beta         | t     | Sig. |                                 |             |
| 1                         | (Constant)     | 16.661         | 3.672      |              | 4.537 | .000 | 9.369                           | 23.952      |
|                           | Reability      | .122           | .190       | .065         | 2.645 | .051 | .254                            | .498        |
|                           | Responsiveness | .043           | .259       | .017         | 2.164 | .060 | .472                            | .557        |
|                           | Assurance      | .046           | .143       | .034         | 3.323 | .063 | .237                            | .329        |
|                           | Emphaty        | .353           | .184       | .236         | 1.922 | .071 | .012                            | .717        |
|                           | Tangible       | .151           | .213       | .088         | 2.708 | .083 | .272                            | .574        |

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan  
Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

Pada Tabel 4.36 terlihat semua variabel *independent* signifikan secara statistik mempengaruhi variabel *dependent*. Hal ini terlihat dari nilai probabilitas signifikannya di bawah tingkat kepercayaan 5% (0,05), jadi disimpulkan model regresi tidak mengarah adanya heteroskedastisitas.

d. Uji Multikolinieritas

Gejala multikolinieritas dapat dilihat dari besarnya nilai *Tolerance* dan *VIF (Variance Inflation Factor)*. Kedua ukuran ini menunjukkan variabel independen manakah yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. *Tolerance* mengukur variabilitas variabel

independen terpilih yang tidak dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Nilai umum yang biasa dipakai adalah nilai *Tolerance* > 0,10 atau nilai VIF < 10, maka tidak terjadi multikolinieritas (Situmorang dkk, 2010: 154). Hasil pengujian menunjukkan hasil uji *Glejser* pada tabel 4.37.

**Tabel 4.37**  
**Coefficients**

| Coefficients <sup>a</sup> |                |                             |            |                           |       |      |                         |       |
|---------------------------|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
| Model                     |                | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | T     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|                           |                | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1                         | (Constant)     | 16.661                      | 3.672      |                           | 4.537 | .000 |                         |       |
|                           | Reability      | .122                        | .190       | .065                      | 2.645 | .021 | .934                    | 1.071 |
|                           | Responsiveness | .043                        | .259       | .017                      | 2.164 | .010 | .894                    | 1.119 |
|                           | Assurance      | .046                        | .143       | .034                      | 3.323 | .007 | .868                    | 1.152 |
|                           | Emphaty        | .353                        | .184       | .236                      | 1.922 | .048 | .636                    | 1.573 |
|                           | Tangible       | .151                        | .213       | .088                      | 2.708 | .001 | .618                    | 1.619 |

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

Berdasarkan Tabel 4.36 dapat diketahui bahwa:

- a) Nilai VIF dari variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan lebih kecil dari 10 ( $VIF < 10$ ), ini berarti tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

- b) Nilai *Tolerance* dari variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan lebih besar dari 0,10 (Nilai *Tolerance* >0,10) ini berarti tidak terdapat multikolinieritas antar variabel independen.

#### **4.5.2 Analisis Regresi Linier Berganda**

Analisis Regresi Linier Berganda ditujukan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan variabel bebas ( $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ ,  $X_5$ ) berupa variabel tangible, reability, *Responsiveness*, assurance, dan empathaty serta variabel terikat (Y) berupa kepuasan pelanggan, maka untuk memperoleh hasil yang lebih akurat, penulis menggunakan bantuan program *software SPSS* versi 17.00 dari Tabel *coefficient* maka dihasilkan output pada tabel 4.13.

Tabel 4.37

## Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients

| Coefficients <sup>a</sup> |                |                             |            |                           |       |
|---------------------------|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|
| Model                     |                | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients |       |
|                           |                | B                           | Std. Error | Beta                      |       |
| 1                         | (Constant)     | 16.661                      | 3.672      |                           | 4.537 |
|                           | Reability      | .122                        | .190       | .065                      | 2.645 |
|                           | Responsiveness | .043                        | .259       | .017                      | 2.164 |
|                           | Assurance      | .046                        | .143       | .034                      | 3.323 |
|                           | Emphaty        | .353                        | .184       | .236                      | 1.922 |
|                           | Tangible       | .151                        | .213       | .088                      | 2.708 |

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pelanggan

Berdasarkan hasil pengolahan data seperti terlihat pada Tabel 4.37 kolom *Unstandardized Coefficient* bagian B diperoleh persamaan regresi linier sebagai berikut:

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + b_5x_5 + e$$

$$Y = 16,661 + 0,122 + 0,043 + 0,046 + 0,353 + 0,151$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:

- a. Konstanta (a) = 16,661. Ini mempunyai arti bahwa apabila variabel reability (X1), responsiveness (X2), assurance (X3), emphaty (X4),

dan tangible (X5) adalah nol maka kepuasan pelanggan (Y) sebesar 16,661. Artinya jika Variabel Y (kepuasan pelanggan) tidak dipengaruhi variabel X1, X2, X3, X4, dan X5 maka nilai konstantanya (16,661).

- b. Koefisien  $(b_1) = 0,122$ . Pengaruh variabel reability (X1) terhadap kepuasan pelanggan (Y) didapatkan koefisien regresi sebesar 0,122 mempunyai arti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel reability (X1) sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkatkan sebesar 0,122.
- c. Koefisien  $(b_2) = 0,043$ . Pengaruh variabel responsiveness (X2) terhadap kepuasan pelanggan (Y) didapatkan koefisien regresi sebesar 0,043 mempunyai arti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel responsiveness (X2) sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkatkan sebesar 0,043.
- d. Koefisien  $(b_3) = 0,046$ . Pengaruh variabel assurance (X3) terhadap kepuasan pelanggan (Y) didapatkan koefisien regresi sebesar 0,046 mempunyai arti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel assurance (X2) sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkatkan sebesar 0,046.
- e. Koefisien  $(b_4) = 0,353$ . Pengaruh variabel empathy (X4) terhadap kepuasan pelanggan (Y) didapatkan koefisien regresi sebesar 0,353 mempunyai arti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel empathy

(X4) sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkatkan sebesar 0,353.

- f. Koefisien ( $b_5$ )=0,151. Pengaruh variabel tangible (X4) terhadap kepuasan pelanggan (Y) didapatkan koefisien regresi sebesar 0,151 mempunyai arti bahwa setiap terjadi peningkatan variabel tangible (X4) sebesar 1 satuan, maka kepuasan pelanggan akan meningkatkan sebesar 0,151.

#### 4.5.3 Uji Hipotesis

##### a. Uji Signifikan Simultan ( Uji-F)

Uji F ( uji serentak) dilakukan untuk melihat secara bersama-sama pengaruh atau hubungan positif dan signifikan variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$ ) berupa variabel reability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible terhadap variabel terikat (Y) kepuasan pelanggan. Model hipotesis yang digunakan dalam Uji F ini adalah sebagai berikut:

$H_0$ :  $b_1=b_2=0$ , artinya secara serempak/bersama (simultan) tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan dari variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$ ) berupa variabel reability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible terhadap variabel terikat (Y) kepuasan pelanggan.

$H_a$  :  $b_1 \neq b_2 \neq 0$ , artinya secara serempak terdapat pengaruh yang positif dan signifikan dari variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4$ ,

X<sub>5</sub>) berupa variabel reability, responsiveness, assurance, emphaty, dan tangible terhadap variabel terikat (Y) kepuasan pelanggan.

Untuk menguji apakah hipotesis yang diajukan diterima atau ditolak digunakan statistik F (uji F), jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka diterima  $H_0$  dan  $H_a$  ditolak, sedangkan jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Jika signifikansi di bawah 0,05 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Untuk menentukan nilai  $F_{tabel}$  diperlukan adanya derajat bebas pembilang dan derajat bebas penyebut, dengan rumus sebagai berikut:

$$df \text{ (pembilang)} = k-1$$

$$df \text{ (penyebut)} = n-k$$

Keterangan:

n = jumlah sampel penelitian

k = jumlah variabel bebas dan terikat

Nilai  $F_{hitung}$  akan diperoleh dengan menggunakan bantuan *software SPSS 17.00 for windows*. Kemudian akan dibandingkan dengan  $F_{tabel}$  pada tingkat  $\alpha = 5\%$  (2:58) = 3.15. Nilai  $F_{hitung}$  dapat dilihat pada tabel 4.37.

**Tabel 4.38**

| ANOVA <sup>b</sup> |            |                |    |             |       |                   |
|--------------------|------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| Model              |            | Sum of Squares | Df | Mean Square | F     | Sig.              |
| 1                  | Regression | 37.453         | 5  | 7.491       | 2.093 | .073 <sup>a</sup> |
|                    | Residual   | 336.387        | 94 | 3.579       |       |                   |
|                    | Total      | 373.840        | 99 |             |       |                   |

a. Predictors: (Constant), Tangible, Reability, Responsiveness, Assurance, Emphaty

b. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

Sumber: Hasil pengolahan SPSS (2013)

Berdasarkan tabel 4.38 diatas memperlihatkan nilai  $F_{hitung}$  adalah 2,093 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan  $F_{tabel}$  adalah 1,39. Oleh karena pada kedua perhitungan yaitu  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $2,093 > 1,39$ ) dan tingkat signifikansi  $0.000 < 0.05$ , maka hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dapat disimpulkan bahwa variabel bebas ( $X_1, X_2, X_3, X_4, X_5$ ) berupa variabel reability, responsiveness, assurance, emphaty, dan tangible secara serempak berpengaruh positif dan signifikan terhadap variabel terikat (Y) yaitu kepuasan pelanggan.

#### **b. Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)**

Uji t menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel bebas yang terdiri dari reability, responsiveness, assurance, emphaty, dan tangible mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

$$H_0 : b_1 = b_2 = 0$$

Artinya variabel bebas yang terdiri dari variabel reability, responsiveness, assurance, emphaty, dan tangible tidak mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

H1 :  $b_1 \neq b_2 \neq 0$

Artinya variabel bebas yaitu variabel reability, responsiveness, assurance, emphaty, dan tangible secara parsial mempunyai pengaruh terhadap variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y).

Kriteria pengambilan keputusan:

- a)  $H_0$  tidak ditolak jika  $t_{\text{hitung}} \leq t_{\text{tabel}}$  pada  $\alpha = 5\%$
- b)  $H_0$  ditolak jika  $t_{\text{hitung}} \geq t_{\text{tabel}}$  pada  $\alpha = 5\%$

Hasil uji t dapat dilihat pada Tabel 4.15.

**Tabel 4.39**

**Hasil Uji t**

**Coefficients**

| Coefficients <sup>a</sup> |                |                             |            |                           |      |
|---------------------------|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|------|
| Model                     |                | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | Sig. |
|                           |                | B                           | Std. Error | Beta                      |      |
| 1                         | (Constant)     | 16.661                      | 3.672      |                           | .000 |
|                           | Reability      | .122                        | .190       | .065                      | .021 |
|                           | Responsiveness | .043                        | .259       | .017                      | .010 |
|                           | Assurance      | .046                        | .143       | .034                      | .007 |
|                           | Emphaty        | .353                        | .184       | .236                      | .048 |
|                           | Tangible       | .151                        | .213       | .088                      | .001 |

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

Nilai t hitung akan dibandingkan dengan t tabel. Pada tingkat kesalahan ( $\alpha$ ) = 5% (0,05) maka derajat kebebasan (df) = (n – k). Jumlah sampel (n) adalah sebanyak 100 orang.

Nilai t hitung variabel tangible ( $X_1$ ) = 2,645 > t tabel = 1,66 dan nilai signifikansi adalah 0,021, nilai ini lebih kecil dari nilai  $\alpha$  = 5% (0,05). Hal ini berarti reability ( $X_1$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Artinya, jika variabel reability ( $X_1$ ) ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan sebesar 2,645.

Berdasarkan Tabel 4.18 nilai  $t$  hitung reability ( $X_2$ ) = 2,164 >  $t$  tabel = 1,66 dan nilai signifikansi adalah 0,010, nilai ini lebih kecil dari nilai  $\alpha = 5\%$  (0,05) maka keputusan hipotesis dalam penelitian ini adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti Tabel 4.18 nilai  $t$  hitung variabel responsiveness ( $X_2$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Artinya, jika variabel Tabel 4.15 nilai  $t$  hitung variabel responsiveness ( $X_2$ ) ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan sebesar 2,164.

Berdasarkan Tabel 4.39 nilai  $t$  hitung assurance ( $X_3$ ) = 3,323 >  $t$  tabel = 1,66 dan nilai signifikansi adalah 0,007, nilai ini lebih kecil dari nilai  $\alpha = 5\%$  (0,05) maka keputusan hipotesis dalam penelitian ini adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti Tabel 4.18 nilai  $t$  hitung variabel assurance ( $X_3$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Artinya, jika variabel Tabel 4.18 nilai  $t$  hitung variabel assurance ( $X_3$ ) ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan sebesar 3,323.

Berdasarkan Tabel 4.39 nilai  $t$  hitung emphaty ( $X_4$ ) = 1,922 >  $t$  tabel = 1,66 dan nilai signifikansi adalah 0,048, nilai ini lebih kecil dari nilai  $\alpha = 5\%$  (0,05) maka keputusan hipotesis dalam penelitian ini adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti Tabel 4.18 nilai  $t$  hitung variabel emphaty ( $X_4$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Artinya, jika variabel Tabel 4.18 nilai  $t$  hitung variabel emphaty ( $X_4$ ) ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan sebesar 1,922.

Berdasarkan Tabel 4.39 nilai  $t$  hitung tangible ( $X_5$ ) = 2,708 >  $t$  tabel = 1,66 dan nilai signifikansi adalah 0,001, nilai ini lebih kecil dari nilai  $\alpha = 5\%$  (0,05) maka keputusan hipotesis dalam penelitian ini adalah  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal ini berarti Tabel 4.18 nilai  $t$  hitung variabel tangible ( $X_5$ ) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ). Artinya, jika variabel Tabel 4.18 nilai  $t$  hitung variabel tangible ( $X_5$ ) ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan sebesar 2,708.

### c. Pengujian Koefisien Determinan ( $R^2$ )

Pengujian Koefisien Determinan digunakan untuk mengukur seberapa besar kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Koefisien determinasi berkisar antara nol sampai dengan satu ( $0 < R^2 < 1$ ). Jika  $R^2$  semakin besar (mendekati satu) , maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas reability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible adalah besar terhadap variabel terikat ( $Y$ ) yaitu kepuasan pelanggan. Sebaliknya, jika  $R^2$  semakin kecil (mendekati nol) , maka dapat dikatakan bahwa pengaruh variabel bebas reability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible adalah kecil terhadap variabel terikat ( $Y$ ) yaitu kepuasan pelanggan.

Hasil pengujian koefisien determinasi menggunakan program *SPSS Statistics 17.0 for windows* dapat terlihat pada Tabel 4.16.

**Tabel 4.40**

**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .872 <sup>a</sup> | .760     | .052              | 1.89172                    |

a. Predictors: (Constant), Reability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangible

b. Dependent Variable: Kepuasan\_Pelanggan

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

Berdasarkan Tabel 4.40 dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai R sebesar 0,872 menunjukkan bahwa hubungan antara reability, responsiveness, assurance, emphaty, dan tangible terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y) sebesar 87,2 % dan artinya hubungannya sangat kuat
2. Nilai *R Square* = 0,760 menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan (Y) dapat dijelaskan oleh reability, responsiveness, assurance, emphaty, dan tangible sebesar 76,0 %, sedangkan sisanya sebesar 24,0 % dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

#### **4.6. Pembahasan**

Berdasarkan hasil analisa yang telah dikemukakan, maka dapat dijelaskan bahwa melalui model regresi linier berganda baik untuk faktor fisik

( $X_1$ ), Keandalan ( $X_2$ ), Daya Tanggap ( $X_3$ ), Jaminan ( $X_4$ ), empati ( $X_5$ ) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan ( $Y$ ).

Koefisien determinan atau pengaruh antara variabel tidak bebas dengan variabel tidak bebas diperoleh nilai sebesar 76 % menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan ( $Y$ ) dapat dijelaskan oleh reability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible sebesar 87,2 %, sedangkan sisanya sebesar 12,8 % dapat dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Nilai R (koefisien korelasi) sebesar 87.2% ini menunjukkan hal yang kuat terhadap variabel bebas yang diteliti, yang mana variabel bebas tersebut terdiri dari faktor bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pelayanan Listrik Nasional di Kota Tarakan ini berarti hubungan antara variabel bebas yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati mempunyai hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Pelayanan Listrik Nasional di Kota Tarakan. Hal ini sesuai dengan interpretasi Sugiono (2002: 241).

Untuk menunjukkan kemaknaan hipotesis, yang digunakan Uji F (uji Simultan) dengan membandingkan  $F_{hitung}$  dengan  $F_{tabel}$ . Berdasarkan perhitungan  $F_{hitung} 2,093 > F_{tabel} 1,39$  dan diperoleh hasil signifikan  $0.000 < 0.05$ , menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan, maka hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian menunjukkan bahwa faktor-faktor pelayanan yang terdiri dari bukti

fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan sesuai atau diterima. Maka sesuai dengan hipotesis yang ada bahwa faktor bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan voucher listrik prabayar token diterima. Artinya model regresi dapat dipakai untuk memprediksi kepuasan pelanggan voucher listrik prabayar token.

Untuk hubungan antar variabel bebas, masing-masing koefisien diperoleh nilai positif, ini berarti faktor-faktor kualitas pelayanan berdampak positif terhadap kepuasan pelanggan, yang berarti setiap faktor bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati ditingkatkan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan. Secara parsial, pengaruh masing-masing kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan adalah:

#### **4.6.1 Faktor Bukti fisik ( $X_1$ )**

Diperoleh  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.645 > 1.66$ ) dengan nilai signifikan 0,021, hal ini menunjukkan bahwa faktor bukti fisik berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga  $H_a$  diterima  $H_0$  ditolak. Hal ini dibuktikan data penelitian yang menunjukkan tanggapan dari responden yang menyatakan setuju, para konsumen merasa bahwa bukti fisik yang meliputi perlengkapan kerja, saran teknologi dan layanan informasi yang mendukung menjadi sangat penting dalam pelayanan. Hal tersebut ditegaskan oleh Kotler (2003: 93)

#### 4.6.2 Faktor Keandalan ( $X_2$ )

Diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.164 > 1.66$ ) dengan nilai signifikan 0,010, hal ini menunjukkan bahwa faktor keandalan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Kepuasan pelanggan dapat meningkat apabila pelanggan diberikan pelayanan yang sesuai dengan prosedur pelayanan yang baik. Karena pelanggan ingin selalu mendapatkan pelayanan yang baik sehingga membuat konsumen menjadi percaya dan yakin terhadap karyawan dan PT. PLN Tarakan itu sendiri. Maka dari itu mengapa ketepatan, kecepatan waktu dan kemudahan menjadi sangat penting bagi pelanggan. Hal ini ditegaskan oleh Kotler (2003: 93) menyatakan bahwa keandalan (reability) yaitu kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya.

#### 4.6.3 Faktor Daya Tanggap ( $X_3$ )

Diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $3,323 > 1,66$ ) dengan nilai signifikan 0.007, hal ini menunjukkan bahwa faktor daya tanggap berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima.

Kepuasan pelanggan meningkat apabila terdapatnya cepat tanggap dari karyawan dalam membantu pelanggan apabila mengalami permasalahan yang berhubungan dengan voucher listrik Prabayar pad

PT. PLN Tarakan ditingkatkan pula. Masih adanya pelanggan yang belum memahami prosedur-prosedur dari voucher listrik prabayar ini, sehingga faktor daya tanggap yang cepat ini sangat diperlukan oleh pelanggan. Hal ini dipertegas oleh Kotlet (2003: 93) menyatakan Daya Tanggap (responsiveness) yaitu kemampuan untuk membantu konsumen dan memberikan jasa dengan cepat atau ketanggapan.

#### **4.6.4 Faktor Jaminan ( $X_4$ )**

Diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $1.922 > 1.66$ ) dengan nilai signifikan 0,048, hal ini menunjukkan bahwa faktor jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Karena pelaksanaan pelayanan di PT. PLN Tarakan yang diberikan kepada pelanggan sudah sesuai dengan standar operasional kerja. Dengan kemampuan optimal karyawan dalam melayani pelanggan, juga ramah dan sopan membuat pelanggan menjadi nyaman. Hal ini ditegaskan oleh Kotler (2003: 93) yang menyatakan Jaminan (assurance) merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

#### **4.6.5 Faktor Empati ( $X_5$ )**

Diperoleh nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  ( $2.708 > 1.66$ ) dengan nilai signifikan 0.001, hal ini menunjukkan bahwa faktor empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, sehingga  $H_0$  ditolak

dan  $H_a$  diterima. Kepuasan konsumen meningkat apabila karyawan mampu memahami apa yang menjadi kebutuhan spesifik dari pelanggan. Karyawan juga mampu mendengar, menampung aspirasi dari pelanggan dan memudahkan proses pelayanan voucher listrik Prabayar token itu sendiri. Hal ini ditegaskan oleh Kotler (2003:95) yang menyatakan bahwa empati (empathy) merupakan syarat untuk peduli, memberi perhatian pribadi bagi konsumen.

Dari analisis secara parsial masing-masing faktor memberikan pengaruh yang bervariasi terhadap kepuasan konsumen, namun faktor yang memiliki pengaruh yang signifikan dan dominan terhadap kepuasan pelanggan adalah faktor daya tanggap  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $3.323 > 1.66$ ) dengan tingkat signifikan 0.007 dan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  faktor empati ( $2.708 > 1.66$ ) dengan nilai signifikan 0.001.

Tjiptono (2006: 70) mengatakan bahwa daya tanggap (responsiveness) merupakan keinginan para staf untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Dari faktor daya tanggap banyak yang dilakukan oleh PT. PLN di Kota Tarakan dalam rangka memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan. Dalam hal ini yaitu cepat tanggap dan komunikasi yang baik kepada para pelanggan dalam menangani keluhan masalah voucher listrik Prabayar ini, kemudian komunikasi yang lancar terhadap konsumen juga cepat tanggap melayani gangguan voucher listrik Prabayar melalui call centre 123 yang dianggap paling cepat membantu pelayanan gangguan listrik bagi pelanggan, sehingga pelanggan

merasa puas dan mendapatkan pelayanan secara baik. Hasil inilah yang menunjukkan bahwa penilaian yang baik mengenai kualitas pelayanan daya tanggap sesuai dengan tingkat keinginan pelanggan sehingga mendorong pelanggan untuk menggunakan voucher listrik Prabayar Token ini semakin tinggi. Dengan tercapainya keinginan pelanggan tersebut, maka PT. PLN di Kota Tarakan dapat memuaskan pelanggan, karena pelanggan telah diberikan pelayanan yang cepat tanggap sehingga pelanggan yakin dan percaya untuk dikemudian hari ingin mendapatkan pelayanan tersebut kembali.

Tjiptono (2006: 70) mengatakan empati merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memenuhi kebutuhan para pelanggan. Kualitas pelayanan PT. PLN di Kota Tarakan jika dilihat dari faktor empati dapat dikatakan baik. Terlihat dari karyawan yang mengutamakan kepentingan pelanggan, selain itu petugas mau mendengar dan menampung aspirasi dari pelanggan listrik Prabayar Token. Dan karyawan juga membantu pelanggan agar lebih mudah dalam menggunakan listrik Prabayar Token ini.

Adapun faktor yang berpengaruh positif dan signifikan tetapi tidak dominan yaitu  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  faktor bukti fisik ( $2.645 > 1.66$ ),  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  faktor keandalan ( $2.164 > 1.66$ ) dengan tingkat signifikansi 0.010, dan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  faktor jaminan ( $1.922 > 1.66$ ) dengan tingkat signifikansi 0.048

Tjiptono (2006: 70) mengatakan bahwa bukti fisik merupakan fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai dan sarana komunikasi. Bukti fisik menjadi sangat penting

bagi pelanggan karena termasuk bukti nyata sarana dan prasarana bagi kebutuhan pelanggan. Bukti fisik dari perusahaan akan mempengaruhi keyakinan dan persepsi konsumen, apabila perusahaan sudah memenuhi standar operasional pelayanan, maka pelanggan akan merasa puas. PT. PLN Tarakan sudah memenuhi segala prosedur pelayanan bukti fisik ini, sehingga terjadi persepsi yang positif bagi pelanggan. Hal ini ditunjukkan dengan mudahnya pelanggan melakukan pembelian, pemasangan baru dan gangguan dari listrik Prabayar Token ini sendiri.

Tjiptono (2006: 70) mengatakan keandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. PT. PLN Tarakan dapat dianggap baik dalam hal keandalan. Hal ini dibuktikan dengan cepat tanggap dan komunikasi yang baik antara karyawan dalam melayani keluhan tentang listrik Prabayar dari pelanggan. Kemudian layanan call centre 123 yang menjadi bantuan darurat yang memudahkan pelanggan melaporkan segala permasalahan listrik Prabayar Token sangat membantu pelanggan.

Tjiptono (2006: 70) mengatakan jaminan merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keraguan. Hal ini sudah terdapat pada karyawan yang ada di PT. PLN Tarakan, hal ini terlihat dari kemampuan optimal yang dimiliki oleh karyawan dalam memberikan informasi serta penjelasan tentang listrik Prabayar Token ini. Kemudian pelayanan yang sopan dan ramah sehingga membuat pelanggan yakin PT. PLN Tarakan mampu menyelesaikan segala permasalahan listrik Prabayar Token ini.

Pelanggan prabayar memiliki keunggulan dalam melakukan konservasi energi bila dibandingkan dengan pelanggan biasa. Nilai tambah lain yang diperoleh pelanggan prabayar ini, diantaranya: pelanggan lebih mudah mengendalikan pemakaian listrik, pemakaian listrik dapat disesuaikan dengan anggaran belanja, tidak akan terkena biaya keterlambatan, privasi lebih terjaga, jaringan luas pembelian listrik isi ulang, tepat digunakan bagi Anda yang memiliki usaha rumah kontrakan atau kamar sewa (kos).

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian secara analisis dan pembahasan mengenai pengaruh kualitas pelayanan voucher listrik Prabayar Token pada PT. PLN di Kota Tarakan dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

- a. Berdasarkan perhitungan  $F_{hitung} = 2,093$   $F_{tabel} = 1,39$  dan diperoleh hasil signifikan  $0.000 < 0.05$ , maka hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dengan demikian menunjukkan bahwa faktor-faktor pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati secara bersama-sama mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan sesuai atau diterima.
- b. Secara parsial faktor daya tanggap memberikan pengaruh yang paling dominan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini sesuai dengan pemberian penilaian positif dari pelanggan kepada PT. PLN Tarakan mengenai kualitas pelayanan daya tanggap yang memenuhi keinginan pelanggan.
- c. Secara umum pelanggan PT. PLN di Kota Tarakan menyatakan puas dengan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan listrik Prabayar Token.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian maka didapatkan saran sebagai berikut:

1. Hendaknya PT. PLN Tarakan meningkatkan Kualitas Pelayanan dari faktor Bukti Fisik karena pelayanan langsung yang berbentuk fisik sangat membantu pelanggan mengerti tentang listrik prabayar ini.
2. Hendaknya PT. PLN Tarakan meningkatkan Kualitas Pelayanan dari faktor Keandalan k
3. Hendaknya PT. PLN Tarakan meningkatkan Kualitas Pelayanan dari faktor Jaminan karena tanggung jawab karyawan, pengetahuan karyawan dan etika termasuk didalamnya yang menjadi sangat penting bagi kepuasan pelanggan.
4. Sebaiknya diadakan lagi pelatihan-pelatihan khusus bagi karyawan untuk menambah pengetahuan dan keterampilan dalam melayani pelanggan sehingga pelanggan merasa puas dengan kualitas jasa yang diberikan oleh PT. PLN Tarakan.
5. Sebaiknya karyawan lebih komunikatif dalam melayani pelanggan agar pelanggan merasa dilayani dengan baik dan merasa puas sehingga menciptakan image yang baik bagi perusahaan di mata para pelanggan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assegaff, Dja'far. 2009. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budianto, Alfian. Saragih, Hoga. 2011. *Penerapan Sistem Listrik PLN Prabayar Dengan Penggunaan Dan Pengoperasian KWH Meter Prabayar Secara IT dalam E-Payment Sistem Pulsa Listrik*. Jakarta Barat: Universitas Bina Nusantara
- Gaspersz, Vincent. 1999. *Manajemen Kualitas Dalam Industri Jasa*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama
- Ghozali, Imam, 2010. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Indriantoro dan Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen*. Edisi Pertama. BPFE Yogyakarta. Yogyakarta.
- Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 Tahun 2003 tentang *Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik*.
- Kotler, Philip & Zeithaml, Gerald. 2005. *Social Marketing: An Approach to Planned Social Change*". Journal of Marketing
- Kotler, Philip. 2002. *Principles of Marketing How to Create, Win, and Dominate Markets*. Pearson International
- Kotler, Philip, Nancy Lee. 1999. *Marketing Management 12e*. Pearson International
- Lin, Grier C. I.; Nagalingam, Sev V. (2000). CIM justification and optimisation. London: Taylor & Francis. pp. 36. ISBN 07484-0858-4. , Khan, M.Y. (1993). Theory & Problems in Financial Management. Boston: Mc Graw Hill Higher Education. ISBN 9780074636831, Baker, Samuel L. (2000) "Perils of the Internal Rate of Return". <http://www.wikipedia.com>
- Lorenzi, Skinner dan Crosby (dalam Ratminto dan Atik Septi Winarsih, 2005; 2)
- Moenir, A.S. 2006. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: PT. Bumi Aksara

- Napitulu, Paimin. 2007. *Pelayanan Publik & Costumer Satisfaction*. Bandung: PT. Alumni.
- Patty, Hatala. 2009. *Sistem Informasi Kepuasan Pelanggan Terhadap Tabungan Mutiara (studi kasus: PT. Bank Maluku)*. Maluku Utara: Universitas Patitmura.
- Prasetyo, Permadi. 2010. *Aplikasi Fuzzy Quantification II dalam Membandingkan Kepuasan Pelanggan Listrik Pascabayar dengan Program Listrik Prabayar*. Universitas Pendidikan Indonesia.
- PT. PLN (Persero) Indonesia. *Listrik Pintar Solusi Isi Ulang dari PLN*. Disadur pada tanggal 23 April 2014 dari <http://www.pln.co.id>
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Customer Satisfaction Teknik Mengukur dan Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Analisis Kasus PLN-JP*. Jakarta; PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ratminto, Atik Septi Winarsih, 2005, *Manajemen Pelayanan*, Jakarta: Pustaka Pelajar.
- Sampara, Lukman. 1999. *Manajemen Kualitas Pelayanan*, Jakarta: STIA LAN Press.
- Singgih, Santoso, 2010. *Statistik Parametrik: Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Administrasi dengan Metode R&D*. Bandung: CV. Alfabeta
- Tim Penyusun Kamus Pusat Bahasa. 2008. *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Edisi Keempat). Jakarta: Balai Pustaka
- Tjiptono, Fandy. 1997. *Prinsip-prinsip Total Quality Service*. Jogjakarta: Andi Offset
- Tjiptono, Fandy. 2005. *Manajemen Jasa*. Jogjakarta: Andi Offset
- Wijayanti. 2008. *Strategi Meningkatkan Loyalitas Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus: Produk Kartu Seluler Prabayar Mentari Indosat Wilayah Semarang)*. Universitas Pendidikan Indonesia.

Wulansari, Indah. 2007. *Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Perusahaan Daerah Air Minum Cabang Semarang Selatan*. Jakarta Timur: Universitas Pembangunan Nasional Veteran

## KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Kasus Voucher Listrik Prabayar Token pada PT. Pelayanan Listrik Nasional di Kota Tarakan)

Biodata Responden:

1. Umur: (a).  $\leq 30$  tahun; (b) 31 – 40 tahun; (c) 41 – 50 tahun; (d)  $\geq 51$  tahun.
2. Jenis Kelamin: Laki-laki / Perempuan
3. Pendidikan Terakhir: (a). SD; (b). SMP; (c). SMA; (d) Diploma; (e). Sarjana; (f). Magister; (g) Doktor.
4. Pekerjaan: (a). PNS; (b). Wiraswasta; (c). Buruh; (d). TNI/Polri.
5. Jumlah Pemakaian Listrik: (a). Rp. 0 – Rp. 50.000; (b). Rp. 51.000 – Rp. 100.000; (c). Rp. 101.000 – Rp. 200.000; (d). Rp. 201.000 – Rp. 300.000; (e). Rp. 301.000 – Rp. 400.000; (f).  $\geq$  Rp. 401.000.
6. Jumlah Penghuni Rumah: (a). 1 – 2 orang; (b). 3 – 4 orang; (c). 5 – 6 orang; (d).  $\geq 7$  orang.
7. Tempat Pembelian Token: (a). Loker Pembayaran PLN; (b). ATM; (c). Bank; (d). Kantor Pos.
8. Jumlah voucher yang sering dibeli: (a). 20.000; (b). 50.000; (c). 100.000; (d).  $\geq 250.000$ .

### PETUNJUK

Aspek-aspek penilaian untuk mengukur kualitas layanan listrik prabayar PT. PLN (Persero) di Tarakan dengan menggunakan skala likert, yaitu:

- a. TS = Tidak Setuju
- b. RR = Ragu-Ragu
- c. S = Setuju
- d. SS = Sangat Setuju.

Pilihlah dengan memberikan tanda benar (✓) pada kolom yang tersedia dalam kuesioner berikut. Anda diminta dengan hormat memberikan penilaian dengan mengisi daftar kuesioner ini. Kerahasiaan dari Bapak/Ibu/Sdr/I dalam penelitian ini akan dijamin dan hanya untuk kepentingan ilmiah dan akademis.

### DAFTAR PERTANYAAN KUALITAS PELAYANAN

| No                    | Pernyataan                                                                                                                        | SS | S | RR | TS |
|-----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|----|----|
| <i>Tangible</i>       |                                                                                                                                   |    |   |    |    |
| 1.                    | Tersedianya perlengkapan kerja untuk pelayanan pembelian, pemasangan dan gangguan listrik Prabayar token pada petugas PLN Tarakan |    |   |    |    |
| 2.                    | Sistem Sarana teknologi yang digunakan<br>Unit Pelayanan Pelanggan Listrik Prabayar<br>dianggap sudah canggih                     |    |   |    |    |
| 3.                    | Sudah tersedia layanan informasi yang mendukung dalam pemasangan listrik Prabayar                                                 |    |   |    |    |
| <i>Realibility</i>    |                                                                                                                                   |    |   |    |    |
| 1                     | Memberikan pelayanan yang selalu akurat dan tepat dalam pembelian, pemasangan, dan gangguan listrik Prabayar token pada pelanggan |    |   |    |    |
| 2                     | Kemudahan prosedur dalam pembelian, pemasangan dan gangguan listrik Prabayar token                                                |    |   |    |    |
| 3                     | Ketepatan waktu bila berjanji dalam hal pemasangan dan gangguan listrik Prabayar token pada pelanggan                             |    |   |    |    |
| <i>Responsiveness</i> |                                                                                                                                   |    |   |    |    |
| 1                     | Cepat tanggap dan komunikasi yang baik dalam melayani keluhan listrik Prabayar token dari pelanggan                               |    |   |    |    |
| 2                     | Pelayanan gangguan call centre 123 dianggap mampu membantu pelanggan memberikan informasi gangguan listrik Prabayar token         |    |   |    |    |
| 3                     | komunikasi yang lancar terhadap pelanggan dalam melayani listrik Prabayar token                                                   |    |   |    |    |

| No               | Pernyataan                                                                                                                  | SS | S | RR | TS |
|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|----|----|
| <i>Assurance</i> |                                                                                                                             |    |   |    |    |
| 1                | Kemampuan optimal para karyawan dalam memberikan penjelasan dan menanggapi keluhan pelanggan perihal listrik Prabayar token |    |   |    |    |
| 2                | Pelayanan yang diberikan sopan dan ramah membuat pelanggan merasa nyaman                                                    |    |   |    |    |
| 3                | Pelanggan yakin PLN Tarakan mampu menyelesaikan segala permasalahan listrik Prabayar token                                  |    |   |    |    |
|                  |                                                                                                                             |    |   |    |    |
| <i>Emphaty</i>   |                                                                                                                             |    |   |    |    |
| 1                | PLN Tarakan mau mendengar dan menampung aspirasi maupun keluhan-keluhan dari pelanggan listrik Prabayar token               |    |   |    |    |
| 2                | Memudahkan proses pelayanan listrik Prabayar token                                                                          |    |   |    |    |
| 3                | Petugas memahami dan tanggap akan kebutuhan spesifik pelanggan                                                              |    |   |    |    |

### DAFTAR PERNYATAAN KEPUASAN PELANGGAN

| No | Pernyataan                                                                                                         | SS | S | RR | TS |
|----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|---|----|----|
| 1  | Prosedur pemasangan untuk pasangan baru atau perpindahan dari listrik pasca bayar ke listrik Prabayar yang mudah   |    |   |    |    |
| 2  | Kemudahan dalam pengoperasian atau penggunaan listrik Prabayar                                                     |    |   |    |    |
| 3  | Biaya perpindahan dari listrik pasca bayar ke listrik Prabayar yang sangat murah                                   |    |   |    |    |
| 4  | Pelanggan sangat terbantu dengan prosedur pelayanan yang mudah dimengerti                                          |    |   |    |    |
| 5  | Dengan menggunakan listrik Prabayar ini pelanggan menjadi lebih mudah mengontrol pemakaian listrik setiap bulannya |    |   |    |    |
| 6  | Pelanggan Puas membayar listrik sesuai dengan pemakaiannya saja dan tidak ada pemutusan listrik                    |    |   |    |    |

## Lampiran 1 Uji Validitas

### 1. Variabel *Reability* (X1)

Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas (1 Item-Total Statistics)

|                   | Corrected<br>Item-Total<br>Correlation<br>(r-hitung) | r-tabel | Ket   |
|-------------------|------------------------------------------------------|---------|-------|
| Item-pertanyaan1  | .412                                                 | 0.381   | Valid |
| Item- pertanyaan2 | .388                                                 | 0.381   | Valid |
| Item- pertanyaan3 | .490                                                 | 0.381   | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

### 2. Variabel *Responsiveness* (X2)

Tabel 4.24 Hasil Uji Validitas (1 Item-Total Statistics)

|                   | Corrected<br>Item-Total<br>Correlation<br>(r-hitung) | r-tabel | Ket   |
|-------------------|------------------------------------------------------|---------|-------|
| Item-pertanyaan1  | .658                                                 | 0.381   | Valid |
| Item- pertanyaan2 | .552                                                 | 0.381   | Valid |
| Item-pertanyaan3  | .432                                                 | 0,381   | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

### 3. Variabel *Assurance* (X3)

Tabel 4.25 Hasil Uji Validitas (1 Item-Total Statistics)

|                   | Corrected<br>Item-Total<br>Correlation<br>(r-hitung) | r-tabel | Ket   |
|-------------------|------------------------------------------------------|---------|-------|
| Item-pertanyaan1  | .755                                                 | 0.381   | Valid |
| Item- pertanyaan2 | .493                                                 | 0.381   | Valid |
| Item- pertanyaan3 | .610                                                 | 0.381   | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

#### 4. Variabel *Emphaty* (X4)

Tabel 4.26 Hasil Uji Validitas (1 Item-Total Statistics)

|                   | Corrected<br>Item-Total<br>Correlation<br>(r-hitung) | r-tabel | Ket   |
|-------------------|------------------------------------------------------|---------|-------|
| Item-pertanyaan1  | .615                                                 | 0.381   | Valid |
| Item- pertanyaan2 | .565                                                 | 0.381   | Valid |
| Item- pertanyaan3 | .412                                                 | 0.381   | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

#### 5. Variabel *Tangible* (X5)

Tabel 4.27 Hasil Uji Validitas (1 Item-Total Statistics)

|                   | Corrected<br>Item-Total<br>Correlation<br>(r-hitung) | r-tabel | Ket   |
|-------------------|------------------------------------------------------|---------|-------|
| Item-pertanyaan1  | .691                                                 | 0.381   | Valid |
| Item- pertanyaan2 | .577                                                 | 0.381   | Valid |
| Item- pertanyaan3 | .571                                                 | 0.381   | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

#### 6. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4.28 Hasil Uji Validitas (1 Item-Total Statistics)

|                  | Corrected<br>Item-<br>Total<br>Correlatio<br>n (r-<br>hitung) | r-tabel | Ket   |
|------------------|---------------------------------------------------------------|---------|-------|
| Item-pertanyaan1 | .572                                                          | 0.381   | Valid |
| Item-pertanyaan2 | .971                                                          | 0.381   | Valid |
| Item-pertanyaan3 | .886                                                          | 0.381   | Valid |
| Item-pertanyaan4 | .656                                                          | 0.381   | Valid |
| Item-pertanyaan5 | .686                                                          | 0.381   | Valid |
| Item-pertanyaan6 | .896                                                          | 0.381   | Valid |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS.876 (2013)

## Lampiran 2 Uji Reliabilitas

### 1. Variabel *Reability* (X1)

Tabel 4.29 Hasil Uji Reliabilitas (Reliability Statistics)

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .684             | 3          |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

### 2. Variabel *Responsiveness* (X2)

Tabel 4.30 Hasil Uji Reliabilitas (Reliability Statistics)

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .741             | 3          |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

### 3. Variabel *Assurance* (X3)

Tabel 4.31 Hasil Uji Reliabilitas (Reliability Statistics)

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .754             | 3          |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

### 4. Variabel *Emphaty* (X4)

Tabel 4.32 Hasil Uji Reliabilitas (Reliability Statistics)

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .850             | 3          |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

## 5. Variabel *Tangible* (X5)

Tabel 4.33 Hasil Uji Reliabilitas (Reliability Statistics)

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .876             | 3          |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

## 6. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 4.34 Hasil Uji Reliabilitas (Reliability Statistics)

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .854             | 6          |

Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

## Lampiran 3 Hasil Analisis Statistik Inferensial

Tabel 4.35 Hasil Uji Normalitas Pendekatan Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

|                                   |                | Reability | Responsiveness | Assurance | Emphaty | Tangible | Kepuasan Pelanggan |
|-----------------------------------|----------------|-----------|----------------|-----------|---------|----------|--------------------|
| N                                 |                | 100       | 100            | 100       | 100     | 100      | 100                |
| Normal Parameters <sup>a, b</sup> | Mean           | 13.2500   | 8.7300         | 11.4700   | 13.6400 | 13.0600  | 25.9600            |
|                                   | Std. Deviation | 1.03840   | .77662         | 1.43164   | 1.29895 | 1.13547  | 1.94323            |
| Most Extreme Differences          | Absolute       | .205      | .296           | .158      | .219    | .186     | .204               |
|                                   | Positive       | .155      | .296           | .158      | .148    | .145     | .153               |
|                                   | Negative       | -.205     | -.174          | -.157     | -.219   | -.186    | -.204              |
| Kolmogorov-Smirnov Z              |                | 2.049     | 2.964          | 1.577     | 2.192   | 1.861    | 2.037              |
| Asymp. Sig. (2-tailed)            |                | .130      | .418           | .214      | .300    | .402     | .150               |

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

**Tabel 4.36 Uji Glejser**

| Coefficients <sup>a</sup> |                |                |            |              |       |      |                                 |             |
|---------------------------|----------------|----------------|------------|--------------|-------|------|---------------------------------|-------------|
|                           |                | Unstandardized |            | Standardized |       |      | 95.0% Confidence Interval for B |             |
|                           |                | Coefficients   |            | Coefficients |       |      |                                 |             |
| Model                     |                | B              | Std. Error | Beta         | t     | Sig. | Lower Bound                     | Upper Bound |
| 1                         | (Constant)     | 16.661         | 3.672      |              | 4.537 | .000 | 9.369                           | 23.952      |
|                           | Reability      | .122           | .190       | .065         | 2.645 | .021 | .254                            | .498        |
|                           | Responsiveness | .043           | .259       | .017         | 2.164 | .010 | .472                            | .557        |
|                           | Assurance      | .046           | .143       | .034         | 3.323 | .007 | .237                            | .329        |
|                           | Emphaty        | .353           | .184       | .236         | 1.922 | .048 | .012                            | .717        |
|                           | Tangible       | .151           | .213       | .088         | 2.708 | .001 | .272                            | .574        |

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan  
 Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

**Tabel 4.37  
Coefficients**

| Coefficients <sup>a</sup> |                |                             |            |                           |       |      |                         |       |
|---------------------------|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|-------------------------|-------|
|                           |                | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. | Collinearity Statistics |       |
|                           |                | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      | Tolerance               | VIF   |
| 1                         | (Constant)     | 16.661                      | 3.672      |                           | 4.537 | .000 |                         |       |
|                           | Reability      | .122                        | .190       | .065                      | 2.645 | .021 | .934                    | 1.071 |
|                           | Responsiveness | .043                        | .259       | .017                      | 2.164 | .010 | .894                    | 1.119 |
|                           | Assurance      | .046                        | .143       | .034                      | 3.323 | .007 | .868                    | 1.152 |
|                           | Emphaty        | .353                        | .184       | .236                      | 1.922 | .048 | .636                    | 1.573 |
|                           | Tangible       | .151                        | .213       | .088                      | 2.708 | .001 | .618                    | 1.619 |

a. Dependent Variable: KepuasanPelanggan  
 Sumber: Hasil Pengolahan SPSS (2013)

## Lampiran 4 Analisis Regresi Linier Berganda

Tabel 4.37

Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients

### Coefficients<sup>a</sup>

| Model          | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)   | 16.661                      | 3.672      |                           | 4.537 | .000 |
| Reability      | .122                        | .190       | .065                      | 2.645 | .021 |
| Responsiveness | .043                        | .259       | .017                      | 2.164 | .010 |
| Assurance      | .046                        | .143       | .034                      | 3.323 | .007 |
| Emphaty        | .353                        | .184       | .236                      | 1.922 | .048 |
| Tangible       | .151                        | .213       | .088                      | 2.708 | .001 |

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pelanggan

## Lampiran 5 Uji Hipotesis

### d. Uji Signifikan Simultan ( Uji-F)

Tabel 4.38

### ANOVA<sup>b</sup>

### ANOVA<sup>b</sup>

| Model        | Sum of Squares | df | Mean Square | F     | Sig.              |
|--------------|----------------|----|-------------|-------|-------------------|
| 1 Regression | 37.453         | 5  | 7.491       | 2.093 | .073 <sup>a</sup> |
| Residual     | 336.387        | 94 | 3.579       |       |                   |
| Total        | 373.840        | 99 |             |       |                   |

a. Predictors: (Constant), Tangible, Reability, Responsiveness, Assurance, Emphaty

b. Dependent Variable: KepuasanPelanggan

**e. Uji Signifikansi Parsial (Uji-t)**

**Tabel 4.39**

**Hasil Uji t**

**Coefficients**

**Coefficients<sup>a</sup>**

| Model          | Unstandardized Coefficients |            | Standardized Coefficients | t     | Sig. |
|----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
|                | B                           | Std. Error | Beta                      |       |      |
| 1 (Constant)   | 16.661                      | 3.672      |                           | 4.537 | .000 |
| Reability      | .122                        | .190       | .065                      | 2.645 | .021 |
| Responsiveness | .043                        | .259       | .017                      | 2.164 | .010 |
| Assurance      | .046                        | .143       | .034                      | 3.323 | .007 |
| Emphaty        | .353                        | .184       | .236                      | 1.922 | .048 |
| Tangible       | .151                        | .213       | .088                      | 2.708 | .001 |

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pelanggan

**f. Pengujian Koefisien Determinan ( $R^2$ )**

**Tabel 4.40**

**Model Summary<sup>b</sup>**

| Model | R                 | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1     | .317 <sup>a</sup> | .91,4    | .052              | 1.89172                    |

a. Predictors: (Constant), Reability, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Tangible

b. Dependent Variable: Kepuasan\_Pelanggan

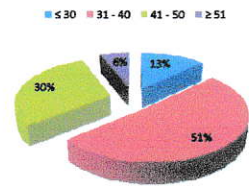
**LAMPIRAN 9**  
**Data Karakteristik Responden**

| No | Responden | Usia | Jenis<br>L P | Pendidikan | Pekerjaan | Jumlah Pemakaian<br>Listrik | Jumlah Penghuni<br>Rumah | Tempat Pembelian<br>Token | Jumlah Voucher yang<br>sering dibeli |
|----|-----------|------|--------------|------------|-----------|-----------------------------|--------------------------|---------------------------|--------------------------------------|
| 1  | Resp. 1   | 30   | P            | SD         | PNS       | 2                           | 1                        | 1                         | 2                                    |
| 2  | Resp. 2   | 30   | P            | SD         | PNS       | 2                           | 1                        | 1                         | 2                                    |
| 3  | Resp. 3   | 30   | P            | SD         | PNS       | 2                           | 1                        | 1                         | 2                                    |
| 4  | Resp. 4   | 30   | P            | SD         | PNS       | 2                           | 1                        | 1                         | 2                                    |
| 5  | Resp. 5   | 30   | P            | SD         | PNS       | 2                           | 1                        | 1                         | 2                                    |
| 6  | Resp. 6   | 30   | L            | SD         | PNS       | 2                           | 1                        | 1                         | 2                                    |
| 7  | Resp. 7   | 30   | L            | SMP        | PNS       | 2                           | 1                        | 1                         | 2                                    |
| 8  | Resp. 8   | 30   | L            | SMP        | PNS       | 2                           | 1                        | 1                         | 2                                    |
| 9  | Resp. 9   | 30   | L            | SMP        | PNS       | 2                           | 1                        | 1                         | 2                                    |
| 10 | Resp. 10  | 30   | L            | SMP        | PNS       | 2                           | 1                        | 1                         | 2                                    |
| 11 | Resp. 11  | 32   | L            | SMP        | PNS       | 2                           | 1                        | 1                         | 2                                    |
| 12 | Resp. 12  | 32   | L            | SMP        | PNS       | 2                           | 1                        | 1                         | 2                                    |
| 13 | Resp. 13  | 33   | L            | SMP        | PNS       | 3                           | 2                        | 1                         | 4                                    |
| 14 | Resp. 14  | 33   | L            | SMP        | PNS       | 3                           | 2                        | 1                         | 4                                    |
| 15 | Resp. 15  | 34   | L            | SMP        | PNS       | 3                           | 2                        | 1                         | 4                                    |
| 16 | Resp. 16  | 34   | L            | SMA        | PNS       | 3                           | 2                        | 1                         | 4                                    |
| 17 | Resp. 17  | 35   | L            | SMA        | PNS       | 3                           | 2                        | 1                         | 4                                    |
| 18 | Resp. 18  | 35   | P            | SMA        | PNS       | 3                           | 2                        | 1                         | 4                                    |
| 19 | Resp. 19  | 36   | L            | SMA        | PNS       | 3                           | 2                        | 1                         | 4                                    |
| 20 | Resp. 20  | 37   | L            | SMA        | PNS       | 3                           | 2                        | 1                         | 4                                    |
| 21 | Resp. 21  | 37   | L            | SMA        | PNS       | 3                           | 2                        | 1                         | 4                                    |
| 22 | Resp. 22  | 38   | L            | SMA        | PNS       | 3                           | 2                        | 1                         | 4                                    |
| 23 | Resp. 23  | 39   | L            | SMA        | PNS       | 3                           | 2                        | 1                         | 4                                    |
| 24 | Resp. 24  | 39   | P            | SMA        | PNS       | 3                           | 2                        | 1                         | 4                                    |
| 25 | Resp. 25  | 40   | L            | SMA        | PNS       | 4                           | 3                        | 1                         | 3                                    |
| 26 | Resp. 26  | 40   | L            | SMA        | PNS       | 4                           | 3                        | 1                         | 3                                    |
| 27 | Resp. 27  | 41   | L            | SMA        | PNS       | 4                           | 3                        | 1                         | 3                                    |
| 28 | Resp. 28  | 41   | L            | Diploma    | PNS       | 4                           | 3                        | 1                         | 3                                    |
| 29 | Resp. 29  | 42   | L            | Diploma    | PNS       | 4                           | 3                        | 1                         | 3                                    |
| 30 | Resp. 30  | 43   | P            | Diploma    | PNS       | 4                           | 3                        | 1                         | 3                                    |
| 31 | Resp. 31  | 44   | P            | Diploma    | PNS       | 4                           | 3                        | 1                         | 3                                    |

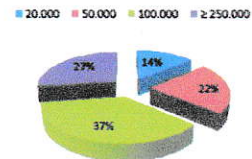
|    |          |    |   |   |         |            |   |   |   |   |   |
|----|----------|----|---|---|---------|------------|---|---|---|---|---|
| 32 | Resp. 32 | 44 |   | P | Diploma | PNS        | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| 33 | Resp. 33 | 45 |   | P | Diploma | PNS        | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| 34 | Resp. 34 | 45 |   | P | Diploma | PNS        | 4 | 3 | 1 | 3 | 3 |
| 35 | Resp. 35 | 46 |   | P | Diploma | Wiraswasta | 5 | 3 | 1 | 4 | 4 |
| 36 | Resp. 36 | 47 |   | P | Diploma | Wiraswasta | 5 | 3 | 1 | 4 | 4 |
| 37 | Resp. 37 | 48 |   | P | Diploma | Wiraswasta | 5 | 3 | 1 | 4 | 4 |
| 38 | Resp. 38 | 49 |   | P | Diploma | Wiraswasta | 5 | 3 | 1 | 4 | 4 |
| 39 | Resp. 39 | 50 |   | P | Diploma | Wiraswasta | 6 | 3 | 1 | 4 | 4 |
| 40 | Resp. 40 | 51 |   | P | Diploma | Wiraswasta | 6 | 3 | 1 | 4 | 4 |
| 41 | Resp. 41 | 51 |   | P | Diploma | Wiraswasta | 6 | 4 | 1 | 4 | 4 |
| 42 | Resp. 42 | 51 | L |   | Diploma | Wiraswasta | 6 | 4 | 1 | 4 | 4 |
| 43 | Resp. 43 | 31 | L |   | Diploma | Wiraswasta | 6 | 4 | 1 | 4 | 4 |
| 44 | Resp. 44 | 31 | L |   | Diploma | Wiraswasta | 6 | 4 | 1 | 4 | 4 |
| 45 | Resp. 45 | 32 | L |   | Diploma | Wiraswasta | 6 | 4 | 1 | 4 | 4 |
| 46 | Resp. 46 | 32 | L |   | Diploma | Wiraswasta | 6 | 2 | 1 | 4 | 4 |
| 47 | Resp. 47 | 32 | L |   | Diploma | Wiraswasta | 6 | 3 | 1 | 4 | 4 |
| 48 | Resp. 48 | 33 | L |   | Sarjana | Buruh      | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 49 | Resp. 49 | 33 | L |   | Sarjana | Buruh      | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 50 | Resp. 50 | 34 |   | P | Sarjana | Buruh      | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 51 | Resp. 51 | 34 |   | P | Sarjana | Buruh      | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 52 | Resp. 52 | 35 |   | P | Sarjana | Buruh      | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 53 | Resp. 53 | 35 |   | P | Sarjana | Buruh      | 1 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| 54 | Resp. 54 | 33 |   | P | Sarjana | Buruh      | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 |
| 55 | Resp. 55 | 35 |   | P | Sarjana | Buruh      | 1 | 2 | 3 | 1 | 1 |
| 56 | Resp. 56 | 35 |   | P | Sarjana | Buruh      | 1 | 2 | 1 | 1 | 1 |
| 57 | Resp. 57 | 35 | L |   | Sarjana | Buruh      | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 |
| 58 | Resp. 58 | 36 | L |   | Sarjana | Buruh      | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 |
| 59 | Resp. 59 | 36 |   | P | Sarjana | Buruh      | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 |
| 60 | Resp. 60 | 37 |   | P | Sarjana | Buruh      | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 |
| 61 | Resp. 61 | 38 |   | P | Sarjana | Buruh      | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 |
| 62 | Resp. 62 | 39 | L |   | Sarjana | Buruh      | 2 | 3 | 1 | 2 | 2 |
| 63 | Resp. 63 | 39 |   | P | Sarjana | Buruh      | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 |
| 64 | Resp. 64 | 36 | L |   | Sarjana | Buruh      | 2 | 3 | 4 | 2 | 2 |
| 65 | Resp. 65 | 37 |   | P | Sarjana | Buruh      | 1 | 2 | 4 | 1 | 1 |
| 66 | Resp. 66 | 32 | L |   | Sarjana | Buruh      | 1 | 2 | 4 | 1 | 1 |

|     |           |    |   |          |           |   |   |   |   |
|-----|-----------|----|---|----------|-----------|---|---|---|---|
| 67  | Resp. 67  | 32 | L | Sarjana  | Buruh     | 1 | 2 | 4 | 1 |
| 68  | Resp. 68  | 32 | L | Sarjana  | Buruh     | 1 | 2 | 4 | 1 |
| 69  | Resp. 69  | 32 | L | Sarjana  | Buruh     | 1 | 2 | 4 | 1 |
| 70  | Resp. 70  | 33 | L | Sarjana  | Buruh     | 2 | 3 | 4 | 2 |
| 71  | Resp. 71  | 34 | L | Sarjana  | Buruh     | 2 | 3 | 4 | 2 |
| 72  | Resp. 72  | 34 | L | Sarjana  | TNI/Polri | 3 | 1 | 4 | 3 |
| 73  | Resp. 73  | 34 | L | Sarjana  | TNI/Polri | 3 | 1 | 4 | 3 |
| 74  | Resp. 74  | 41 | P | Sarjana  | TNI/Polri | 3 | 1 | 4 | 3 |
| 75  | Resp. 75  | 41 | P | Sarjana  | TNI/Polri | 3 | 1 | 4 | 3 |
| 76  | Resp. 76  | 41 | P | Sarjana  | TNI/Polri | 3 | 1 | 2 | 3 |
| 77  | Resp. 77  | 42 | P | Sarjana  | TNI/Polri | 3 | 1 | 2 | 3 |
| 78  | Resp. 78  | 42 | L | Sarjana  | TNI/Polri | 3 | 1 | 2 | 3 |
| 79  | Resp. 79  | 42 | L | Magister | TNI/Polri | 2 | 1 | 2 | 3 |
| 80  | Resp. 80  | 42 | L | Magister | TNI/Polri | 2 | 1 | 2 | 3 |
| 81  | Resp. 81  | 43 | P | Magister | TNI/Polri | 3 | 1 | 2 | 3 |
| 82  | Resp. 82  | 43 | P | Magister | TNI/Polri | 3 | 1 | 2 | 3 |
| 83  | Resp. 83  | 44 | P | Magister | TNI/Polri | 3 | 1 | 2 | 3 |
| 84  | Resp. 84  | 44 | P | Magister | TNI/Polri | 3 | 1 | 2 | 3 |
| 85  | Resp. 85  | 44 | P | Magister | TNI/Polri | 2 | 2 | 2 | 3 |
| 86  | Resp. 86  | 44 | L | Magister | TNI/Polri | 3 | 2 | 4 | 3 |
| 87  | Resp. 87  | 45 | L | Magister | TNI/Polri | 3 | 2 | 4 | 3 |
| 88  | Resp. 88  | 45 | L | Magister | TNI/Polri | 3 | 2 | 4 | 3 |
| 89  | Resp. 89  | 45 | L | Magister | TNI/Polri | 3 | 2 | 4 | 3 |
| 90  | Resp. 90  | 45 | L | Magister | TNI/Polri | 3 | 2 | 4 | 3 |
| 91  | Resp. 91  | 35 | L | Magister | TNI/Polri | 3 | 2 | 4 | 3 |
| 92  | Resp. 92  | 35 | L | Magister | TNI/Polri | 2 | 2 | 3 | 3 |
| 93  | Resp. 93  | 51 | P | Magister | TNI/Polri | 2 | 2 | 2 | 3 |
| 94  | Resp. 94  | 51 | P | Magister | TNI/Polri | 2 | 2 | 4 | 3 |
| 95  | Resp. 95  | 51 | P | Magister | TNI/Polri | 2 | 2 | 2 | 3 |
| 96  | Resp. 96  | 30 | P | Magister | TNI/Polri | 2 | 2 | 4 | 3 |
| 97  | Resp. 97  | 30 | P | Doktor   | TNI/Polri | 2 | 2 | 2 | 3 |
| 98  | Resp. 98  | 30 | P | Doktor   | TNI/Polri | 2 | 2 | 4 | 3 |
| 99  | Resp. 99  | 35 | P | Doktor   | TNI/Polri | 4 | 2 | 4 | 4 |
| 100 | Resp. 100 | 40 | P | Doktor   | TNI/Polri | 4 | 2 | 4 | 4 |

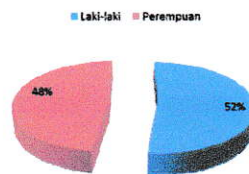
### Karakteristik Berdasarkan Usia



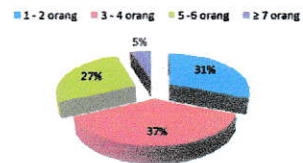
### Karakteristik Berdasarkan Jumlah Voucher yang sering dibeli



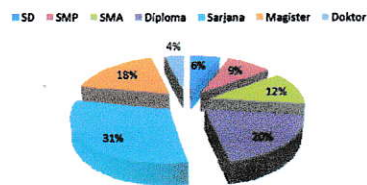
### Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin



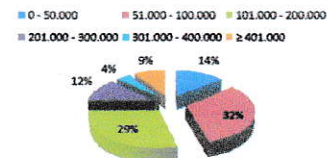
### Karakteristik Berdasarkan Jumlah Penghuni Rumah



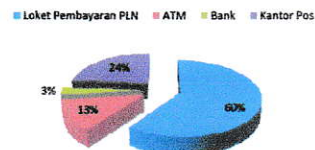
### Karakteristik Berdasarkan Pendidikan



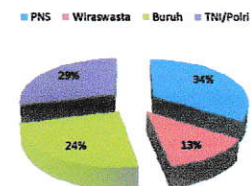
### Karakteristik Berdasarkan Jumlah Pemakaian Listrik



### Karakteristik Berdasarkan Tempat Pembelian Token



### Karakteristik Berdasarkan Pekerjaan



## LAMPİRAN 3

[illegible]

|     | 1   | 2   | 3   | 4   | 5   | 6   | 7   | 8   | 9   | 10  | 11  | 12  | 13  | 14  | 15  | 16  | 17  | 18  | 19  | 20  | 21  | 22  | 23  | 24  | 25  | 26  | 27  | 28  | 29  | 30  | 31  | 32  | 33  | 34  | 35  | 36  | 37  | 38  | 39  | 40  | 41  | 42  | 43  | 44  | 45  | 46  | 47  | 48  | 49  | 50  | 51  | 52  | 53  | 54  | 55  | 56  | 57  | 58  | 59  | 60  | 61  | 62  | 63  | 64  | 65  | 66  | 67  | 68  | 69  | 70  | 71  | 72  | 73  | 74  | 75  | 76  | 77  | 78  | 79  | 80  | 81  | 82  | 83  | 84  | 85  | 86  | 87  | 88  | 89  | 90  | 91  | 92  | 93  | 94  | 95  | 96  | 97  | 98  | 99  | 100 | 101 | 102 | 103 | 104 | 105 | 106 | 107 | 108 | 109 | 110 | 111 | 112 | 113 | 114 | 115 | 116 | 117 | 118 | 119 | 120 | 121 | 122 | 123 | 124 | 125 | 126 | 127 | 128 | 129 | 130 | 131 | 132 | 133 | 134 | 135 | 136 | 137 | 138 | 139 | 140 | 141 | 142 | 143 | 144 | 145 | 146 | 147 | 148 | 149 | 150 | 151 | 152 | 153 | 154 | 155 | 156 | 157 | 158 | 159 | 160 | 161 | 162 | 163 | 164 | 165 | 166 | 167 | 168 | 169 | 170 | 171 | 172 | 173 | 174 | 175 | 176 | 177 | 178 | 179 | 180 | 181 | 182 | 183 | 184 | 185 | 186 | 187 | 188 | 189 | 190 | 191 | 192 | 193 | 194 | 195 | 196 | 197 | 198 | 199 | 200 | 201 | 202 | 203 | 204 | 205 | 206 | 207 | 208 | 209 | 210 | 211 | 212 | 213 | 214 | 215 | 216 | 217 | 218 | 219 | 220 | 221 | 222 | 223 | 224 | 225 | 226 | 227 | 228 | 229 | 230 | 231 | 232 | 233 | 234 | 235 | 236 | 237 | 238 | 239 | 240 | 241 | 242 | 243 | 244 | 245 | 246 | 247 | 248 | 249 | 250 | 251 | 252 | 253 | 254 | 255 | 256 | 257 | 258 | 259 | 260 | 261 | 262 | 263 | 264 | 265 | 266 | 267 | 268 | 269 | 270 | 271 | 272 | 273 | 274 | 275 | 276 | 277 | 278 | 279 | 280 | 281 | 282 | 283 | 284 | 285 | 286 | 287 | 288 | 289 | 290 | 291 | 292 | 293 | 294 | 295 | 296 | 297 | 298 | 299 | 300 | 301 | 302 | 303 | 304 | 305 | 306 | 307 | 308 | 309 | 310 | 311 | 312 | 313 | 314 | 315 | 316 | 317 | 318 | 319 | 320 | 321 | 322 | 323 | 324 | 325 | 326 | 327 | 328 | 329 | 330 | 331 | 332 | 333 | 334 | 335 | 336 | 337 | 338 | 339 | 340 | 341 | 342 | 343 | 344 | 345 | 346 | 347 | 348 | 349 | 350 | 351 | 352 | 353 | 354 | 355 | 356 | 357 | 358 | 359 | 360 | 361 | 362 | 363 | 364 | 365 | 366 | 367 | 368 | 369 | 370 | 371 | 372 | 373 | 374 | 375 | 376 | 377 | 378 | 379 | 380 | 381 | 382 | 383 | 384 | 385 | 386 | 387 | 388 | 389 | 390 | 391 | 392 | 393 | 394 | 395 | 396 | 397 | 398 | 399 | 400 | 401 | 402 | 403 | 404 | 405 | 406 | 407 | 408 | 409 | 410 | 411 | 412 | 413 | 414 | 415 | 416 | 417 | 418 | 419 | 420 | 421 | 422 | 423 | 424 | 425 | 426 | 427 | 428 | 429 | 430 | 431 | 432 | 433 | 434 | 435 | 436 | 437 | 438 | 439 | 440 | 441 | 442 | 443 | 444 | 445 | 446 | 447 | 448 | 449 | 450 | 451 | 452 | 453 | 454 | 455 | 456 | 457 | 458 | 459 | 460 | 461 | 462 | 463 | 464 | 465 | 466 | 467 | 468 | 469 | 470 | 471 | 472 | 473 | 474 | 475 | 476 | 477 | 478 | 479 | 480 | 481 | 482 | 483 | 484 | 485 | 486 | 487 | 488 | 489 | 490 | 491 | 492 | 493 | 494 | 495 | 496 | 497 | 498 | 499 | 500 | 501 | 502 | 503 | 504 | 505 | 506 | 507 | 508 | 509 | 510 | 511 | 512 | 513 | 514 | 515 | 516 | 517 | 518 | 519 | 520 | 521 | 522 | 523 | 524 | 525 | 526 | 527 | 528 | 529 | 530 | 531 | 532 | 533 | 534 | 535 | 536 | 537 | 538 | 539 | 540 | 541 | 542 | 543 | 544 | 545 | 546 | 547 | 548 | 549 | 550 | 551 | 552 | 553 | 554 | 555 | 556 | 557 | 558 | 559 | 560 | 561 | 562 | 563 | 564 | 565 | 566 | 567 | 568 | 569 | 570 | 571 | 572 | 573 | 574 | 575 | 576 | 577 | 578 | 579 | 580 | 581 | 582 | 583 | 584 | 585 | 586 | 587 | 588 | 589 | 590 | 591 | 592 | 593 | 594 | 595 | 596 | 597 | 598 | 599 | 600 | 601 | 602 | 603 | 604 | 605 | 606 | 607 | 608 | 609 | 610 | 611 | 612 | 613 | 614 | 615 | 616 | 617 | 618 | 619 | 620 | 621 | 622 | 623 | 624 | 625 | 626 | 627 | 628 | 629 | 630 | 631 | 632 | 633 | 634 | 635 | 636 | 637 | 638 | 639 | 640 | 641 | 642 | 643 | 644 | 645 | 646 | 647 | 648 | 649 | 650 | 651 | 652 | 653 | 654 | 655 | 656 | 657 | 658 | 659 | 660 | 661 | 662 | 663 | 664 | 665 | 666 | 667 | 668 | 669 | 670 | 671 | 672 | 673 | 674 | 675 | 676 | 677 | 678 | 679 | 680 | 681 | 682 | 683 | 684 | 685 | 686 | 687 | 688 | 689 | 690 | 691 | 692 | 693 | 694 | 695 | 696 | 697 | 698 | 699 | 700 | 701 | 702 | 703 | 704 | 705 | 706 | 707 | 708 | 709 | 710 | 711 | 712 | 713 | 714 | 715 | 716 | 717 | 718 | 719 | 720 | 721 | 722 | 723 | 724 | 725 | 726 | 727 | 728 | 729 | 730 | 731 | 732 | 733 | 734 | 735 | 736 | 737 | 738 | 739 | 740 | 741 | 742 | 743 | 744 | 745 | 746 | 747 | 748 | 749 | 750 | 751 | 752 | 753 | 754 | 755 | 756 | 757 | 758 | 759 | 760 | 761 | 762 | 763 | 764 | 765 | 766 | 767 | 768 | 769 | 770 | 771 | 772 | 773 | 774 | 775 | 776 | 777 | 778 | 779 | 780 | 781 | 782 | 783 | 784 | 785 | 786 | 787 | 788 | 789 | 790 | 791 | 792 | 793 | 794 | 795 | 796 | 797 | 798 | 799 | 800 | 801 | 802 | 803 | 804 | 805 | 806 | 807 | 808 | 809 | 810 | 811 | 812 | 813 | 814 | 815 | 816 | 817 | 818 | 819 | 820 | 821 | 822 | 823 | 824 | 825 | 826 | 827 | 828 | 829 | 830 | 831 | 832 | 833 | 834 | 835 | 836 | 837 | 838 | 839 | 840 | 841 | 842 | 843 | 844 | 845 | 846 | 847 | 848 | 849 | 850 | 851 | 852 | 853 | 854 | 855 | 856 | 857 | 858 | 859 | 860 | 861 | 862 | 863 | 864 | 865 | 866 | 867 | 868 | 869 | 870 | 871 | 872 | 873 | 874 | 875 | 876 | 877 | 878 | 879 | 880 | 881 | 882 | 883 | 884 | 885 | 886 | 887 | 888 | 889 | 890 | 891 | 892 | 893 | 894 | 895 | 896 | 897 | 898 | 899 | 900 | 901 | 902 | 903 | 904 | 905 | 906 | 907 | 908 | 909 | 910 | 911 | 912 | 913 | 914 | 915 | 916 | 917 | 918 | 919 | 920 | 921 | 922 | 923 | 924 | 925 | 926 | 927 | 928 | 929 | 930 | 931 | 932 | 933 | 934 | 935 | 936 | 937 | 938 | 939 | 940 | 941 | 942 | 943 | 944 | 945 | 946 | 947 | 948 | 949 | 950 | 951 | 952 | 953 | 954 | 955 | 956 | 957 | 958 | 959 | 960 | 961 | 962 | 963 | 964 | 965 | 966 | 967 | 968 | 969 | 970 | 971 | 972 | 973 | 974 | 975 | 976 | 977 | 978 | 979 | 980 | 981 | 982 | 983 | 984 | 985 | 986 | 987 | 988 | 989 | 990 | 991 | 992 | 993 | 994 | 995 | 996 | 997 | 998 | 999 | 1000 |
|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|
| 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 | 400 |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |     |      |