

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN  
(Pada PT. (Perusahaan Listrik Negara) PLN Persero di Kecamatan Tanjung  
Lombok Utara)**

*THE EFFECT OF QUALITY OF SERVICE TO CUSTOMER SATISFACTION  
(At PT. (State Electric Company) PLN Persero in Tanjung Utara North District)*



**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
2019**

## SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN  
(Pada PT. (Perusahaan Listrik Negara) PLN Persero di Kecamatan Tanjung  
Lombok Utara)**

*THE EFFECT OF QUALITY OF SERVICE TO CUSTOMER SATISFACTION  
(At PT. (State Electric Company) PLN Persero in Tanjung Utara North District)*

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Sarjana Starta  
Satu (S1) pada Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu  
Politik  
Unuversitas Muhammadiyah Mataram



Oleh:

Zahratul Aini  
Nim:21512A0145

**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM  
2019**

**HALAMAN PERSETUJUAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN  
(Pada PT. (Perusahaan Listrik Negara) PLN Persero di Kecamatan  
Tanjung Lombok Utara)**

- Skripsi Ini Telah Memenuhi Syarat Dan Disetujui Oleh Pembimbing Untuk  
Diajukan Ke Sidang Ujian Skripsi Pada :


Hari : Sabtu  
Tanggal : 06 Juni 2019

**Menyetujui :**

**Dosen Pembimbing Utama**

**Dosen Pembimbing Pendamping**

  
**Drs. H. M. Junaidi, MM**  
NIDN. 0807066201

  
**Nurul Hidayati Indra Ningsih, S.E., MM**  
NIDN. 0806039101

**Mengetahui:**

**Program Studi Administrasi Bisnis**

**Ketua**

  
**Lulu Pratiwi Maniza, S. Sos., MM**  
NIDN.0828108404

**HALAMAN PENGESAHAN**

**SKRIPSI**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP  
KEPUASAN PELANGGAN  
(Pada PT. (Perusahaan Listrik Negara) PLN Persero di Kecamatan  
Tanjung Lombok Utara)**

Oleh:

**ZAHRATUL AINI**  
NIM. 21512A0145

Pada tanggal, 06 Juli 2019  
Telah Dipertahankan Di Depan Tim Penguji Dengan Baik

Tim Penguji :

1. **Drs. H. Mohammad Junaidi, MM**  
NIDN. 0807066201   
Pembimbing Utama
2. **Nurul Hidayati Indra Ningsih, S.E, MM**  
NIDN. 0806039101   
Pembimbing Pendamping
3. **Baiq Renalda Tri Yunarni, S.E, M.Ak**  
NIDN. 0807058301   
Pembimbing Netral

Mengetahui:

**Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Mataram  
Dekan**

  
**Drs. Amil, MM**  
NIDN. 0831126204

### SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Zahratul Aini  
NIM : 21512A0145  
Tempat / Tanggal Lahir : Karang Ancak, 26 Februari  
Konsentrasi : Perbankan  
Program Studi : Administrasi Bisnis  
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Instansi : Universitas Muhammadiyah Mataram  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap  
Kepuasan Pelanggan (Pada PT (Perusahaan  
Listrik Negara) PLN Persero di  
Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok  
Utara)

Dengan ini saya menyatakan sesungguhnya bahwa skripsi ini benar-benar karya saya sendiri, sepanjang pengetahuan saya tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang telah lazim.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya tanpa ada paksaan dari siapapun juga dan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Mataram, 06 Juli 2019  
Yang Membuat Pernyataan



Zahratul Aini  
NIM. 21512A0145

## RIWAYAT HIDUP

Penulis berasal dari Desa Tanjung Dusun Lading-lading



Kecamatan Tanjung Kabupaten Lombok Utara dan lahir di Karang Ancak pada tanggal 26 februari 1997, sebagai putri pertama bersaudara dari pasangan Bapak Sahdianto dan Ibu Rapidah. Penulis menempuh pendidikan Sekolah Dasar di SDN 5 Jenggala Kecamatan Tanjung pada tahun 2003 dan lulus pada tahun 2009.

Penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di SMP 4 Tanjung lulus pada tahun 2012 Dan menempuh pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA 1 Tanjung lulus pada tahun 2015. Dan pada tahun 2015 penulis melanjutkan ke Perguruan Tinggi Swasta dan terdaftar sebagai Mahasiswa Strata 1 (S1) Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

## **PERSEMBAHAN**

Alhamdulillahirobbi'alaamiin rasa syukur yang tiada terhingganya kepada Allah SWT atas terselsaikannya skripsi ini. Dan Skripsi ini saya persembahkan untuk:

### **Bapak dan Ibu Tercinta**

Ibunda Rapidah tercinta dan Ayahanda Sahdi. Terimakasih atas segala dukungan kalian, baik dalam bentuk materi maupun moril. Apa yang saya dapatkan hari ini, belum mampu membayar semua kebaikan, keringat, dan air mata pengorbanan dan jerih payah yang engkau berikan untuku

### **Adik Tersayang**

Mutia Riski Pratiwi dan Zakira Asyifatu Zahra Terimakasih atas do'a dan dukungannya semoga Allah membalasnya dengan segala kebaikan dan keberkahan

### **Dosen Pembimbing Tugas Akhirku**

Ayahanda Drs. H. Mohammad Junaidi M.M dan Bunda Nurul Hidayati Indra Ninggsih, S.E, M.M selaku dosen pembimbing tugas akhir saya yang telah banyak membantu, memberikan motivasi, dan yang telah berkenan memberikan ilmunya kepada saya

## MOTTO

“Yakin Adalah Kunci Jawaban Dari Segala Permasalahan  
Dengan Bermodal Yakin Merupakan Obat Jawaban Penumbuh Semangat”





**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN  
PELANGGAN  
(Pada PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) Persero di Kecamatan Tanjung  
Lombok Utara)**

Oleh:  
**Zahratul Aini**  
**21512A0145**

**Pembimbing 1 : Drs. H. M . Junaidi, M.M**

**Pembimbing 2 : Nurul Hidayati Indra Ningsih, S.E, M.M**

**ABSTRAK**

PT. Perusahaan Milik Negara (PLN) Merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang memberikan jasa pelayanan terhadap masyarakat, baik masyarakat kalangan bawah sampai kalangan atas. PT. PLN (Persero) di Indonesia sudah lama ada dan berkembang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Yang mempunyai fungsi penting sebagai penerang dan energi dalam segala aktivitas karena pengguna listrik merupakan faktor yang penting baik disektor rumah tangga, penerangan, komunikasi dan bisnis.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh kualitas Pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Tanjung Kabupaten Lombok Utara. Penelitian ini menggunakan kuantitatif metode penelitian ini berlandaskan filsafat *Positivisme* dan menggunakan data primer yang diperoleh dari kuisioner, observasi dan data sekunder diperoleh dari PT. PLN (Persero) yaitu Kualitas Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan. Populasi pada penelitian ini adalah Seluruh pelanggan PT. PLN (Persero).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kuantitatif Teknik analisis yang digunakan meliputi Uji Validitas dan Uji Reabilitas, Analisis Regresi menggunakan Uji Regresi Linier Sederhana, pada Uji Hipotesis menggunakan Uji t (parsial) dan untuk mengetahui persentase menggunakan Uji  $R^2$  (Koefisien Determinasi). Hasil penelitian uji t menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki nilai signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dan nilai persentase  $R^2$  (Koefisien Determinasi) adalah variabel kepuasan pelanggan dijelaskan oleh kualitas pelayanan sebesar 97,7%.

**Kata Kunci: Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.**

***THE EFFECT OF SERVICE QUALITY ON CUSTOMER SATISFACTION  
(At the State Electricity Company (PLN) Persero in Tanjung Lombok Utara  
District)***

***By:  
Zahratul Aini  
21512A0145***

***Advisor 1: Drs. H. M. Junaidi, M.M***

***Advisor 2: Nurul Hidayati Indra Ningsih, S.E, M.M***

***ABSTRACT***

*PT. State-Owned Company (PLN) Is one of the State-Owned Enterprises (SOEs) that provide services to the community, both lower-class people to the upper class. PT. PLN (Persero) in Indonesia has long existed and developed to meet the needs of the community. Which has an important function as lighting and energy in all activities because electricity users are an important factor both in the household, information, communication and business sectors.*

*This study aims to determine the effect of service quality on customer satisfaction at PT. PLN (Persero) Rayon Tanjung North Lombok Regency. This research uses quantitative research methods based on Positivism philosophy and uses primary data obtained from questionnaires, observations and secondary data obtained from PT. PLN (Persero), namely Customer Quality and Customer Satisfaction. The population in this study were all customers of PT. PLN (Persero).*

*The method used in this study is a quantitative method The analysis technique used includes Validity Test and Reliability Test, Regression Analysis using a Simple Linear Regression Test, in the Hypothesis Test using the t test (partial) and to find out the percentage using R2 Test (Determination Coefficient).*

*The results of the t test show that service quality has a significant value on customer satisfaction. And the percentage value R2 (Determination Coefficient) is the variable customer satisfaction explained by service quality of 97.7%.*

***Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction.***

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran ALLAH SWT atas ramhmat dan karunia-Nya yang telah diberikan kepada penulis serta sholawat dan salam senantiasa tercurhat kepada baginda Nabi Besar Muhammad SAW karena berkat perjuangan dan pengorbanannya, sampai pada saat kita tetap berada pada jalan yang benar dan sehingga proposal dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Pada PT. PLN (Persero) Rayon Tanjung Kabupaten Lombok Utara)”** dapat terselsaikan sebagaimana mestinya, sebagai persyaratan untuk mendapat gelar Sarjana Administrasi Bisnis. Dalam penulisan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan dari berbagi pihak berupa bimbingan, saran-saran, informasi, tenaga, dan pikiran. Untuk itu, dalam kesempatan ini penulis mengucapkan banyak-banyak terimakasih, terutama kepada.

1. Bapak Drs. H. Arsyad Abd. Gani, M.Pd selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Mataram.
2. Bapak Drs. H. Mohamad Junaidi, M.M selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram sekaligus pembimbing utama.
3. Lalu Hendra Maniza, S.Sos, M.M selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.
4. Bunda Nurul Hidayati Indra Ningsih, SE, M.M selaku pembimbing yang telah banyak membantu, serta membimbing dengan penuh keikhlasan dan memotivasi kepada penulis sehingga skripsi ini bisa terselsaikan.

5. Untuk Ibu dan Bapakku yang tak lelah untuk mendo'akanku serta meridhoi langkah kaki ini untuk menuntut ilmu di Kampus tercinta Universitas Muhammadiyah Mataram.
6. Adikku tercinta Mutia Riski Pratiwi dan Zakira Asyifatu Zahra yang terus memberikan motivasi kepada penulis.
7. Teman-teman seperjuangan angkatan 2015 terutama kelas D Adm. Bisnis dan Kelas B Konsentrasi Perbankan.
8. Serta ucapan terima kasih kepada semua pihak yang tidak mampu penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa masih ada kekurangan dalam Skripsi ini. Oleh karena itu penulis meminta para pembaca untuk memberikan kritik maupun saran yang membangun guna untuk penyempurnaan proposal selanjutnya. Besar harapan penulis semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan skripsi ini.

*Wassalamu'alaikumwarohmatullahiwabarokatuh*

Mataram, 6 Juli 2019

Zahratul Aini  
21512A0145

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERSETUJUAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>iv</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b> .....	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>viii</b>
<b>MPTTO</b> .....	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Teori.....	8
2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan.....	8
2.2.1.1 Dimensi Kualitas Pelayanan .....	9
2.2.1.2 Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan .....	10
2.2.2 Pengertian Kepuasan Pelanggan .....	12
2.2.2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan .....	15
2.2.2.2 Metode Pengukuran Kepuasan.....	17
2.2.2.3 Manfaat Kepuasan Pelanggan .....	19
2.3 Kerangka Berfikir .....	20
2.4 Hipotesis.....	21
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
3.1 Jenis Penelitian.....	22
3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian .....	22
3.3 Jenis dan Sumber Data .....	22
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	23
3.5 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	23
3.6 Klasifikasi dan Operasional Variabel.....	25
3.6.1 Klasifikasi Variabel.....	25
3.6.2 Definisi Operasional Variabel.....	25
3.7 Teknik Analisis Data.....	27
3.7.1 Uji Instrumen Penelitian .....	27
3.7.1.1 Uji Validitas .....	27

3.7.1.2 Uji Reabilitas.....	28
3.7.1.3 Uji Regresi Linier Sederhana .....	28
3.8 Uji Hipotesis .....	29
3.8.1 Uji t.....	29
3.8.2 Koefesien Dertiminasi.....	30
<b>BAB IV HASIL DAN PEMAHASAN</b>	
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	31
4.1.1 Gambaran Umum PT. PLN Persero) Rayon Tanjung.....	31
4.1.2 Visi Dan Misi PT. PLN (Persero) Rayon Tanjung.....	32
4.1.3 Struktur Organisasi Dan Job Deacription .....	34
4.1.4 Makna Logo PT. PLN (Persero) .....	43
4.2 Karateristik Responden .....	45
4.2.1 Jenis Kelamin Responden .....	45
4.2.2 Usia Responden.....	46
4.3.3 Pendidikan Terakhir Responden .....	46
4.4.4 Pekerjaan Responden .....	47
4.3 Uji Instrumen .....	47
4.3.1 Uji Validitas.....	47
4.3.2 Uji Reabilitas .....	49
4.4 Uji Analisis Linier Sederhana .....	49
4.5 Uji Hipotesis.....	50
4.5.1 Uji t.....	50
4.6 Uji R <sup>2</sup> (Koefesien Determinasi).....	51
4.7 Pembahasan.....	52
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Kesimpulan .....	55
5.2 Saran.....	56
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	
<b>LAMPIRAN-LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 3.6 Bobot Kreteria Jawaban Skala Likert.....	25
Tabel 4.1 Karateristik Jenis Kelamin Responden.....	45
Tabel 4.2 Karateristik Usia Responden.....	46
Tabel 4.3 Karateristik Pendidikan Terakhir Responden.....	46
Tabel 4.4 Karateristik Pekerjaan Responden.....	47
Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas.....	48
Tabel 4.6 Hasil Uji Realibilitas.....	49
Tabel 4.7 Hasil Uji Analisis Linier Sederhana.....	50
Tabel 4.8 Hasil Uji t (Parsial).....	51
Tabel 4.9 Hasil Koefesien Determinasi.....	51



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1 Struktur Organisasi PT. Perusahaan Milik Negara (PLN) Rayon Tanjung..35





# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Listrik sebagai sumber kehidupan masyarakat, mempunyai fungsi penting sebagai penerang dan energi dalam segala aktivitas karena pengguna listrik merupakan faktor yang penting baik disektor rumah tangga, penerangan, komunikasi, bisnis dan industri sampai gadget yang biasa kita gunakan tentu tidak akan berfungsi tanpa adanya sumber energi listrik.

Seiring dengan perkembangan dan kemajuan teknologi, perkembangan teknologi industri sangat berkaitan erat dengan tenaga listrik yang merupakan salah satu faktor yang penting yang mendukung perkembangan pembangunan khususnya disektor industri. Dalam kehidupan modern tenaga listrik merupakan unsur mutlak yang harus dimiliki untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Oleh karena itu, energi listrik merupakan salah satu tolak ukur kemajuan masyarakat. Untuk itu penyediaan jasa pelayanan listrik perlu meningkatkan inovasi untuk menarik pelanggan baru dan memperluas hubungan pelanggan, yaitu dengan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada masyarakat untuk menciptakan kepuasan bagi konsumen, dengan cara mempertahankan kepuasan pelanggan akan tercipta penciptaan baik bagi suatu perusahaan dimana kepuasan pelanggan merupakan salah satu faktor keberhasilan suatu perusahaan.

Untuk itu PT. PLN merupakan salah satu badan usaha milik Negara (BUMN) yang memberikan jasa pelayanan terhadap masyarakat, baik masyarakat kalangan bawah sampai kalangan atas. PT. PLN (Persero) di Indonesia sudah lama ada dan berkembang untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. PT. PLN (Persero) di Indonesia memiliki dua program yaitu listrik pasca bayar dan listrik Prabayar. Kedua program tersebut sudah dinikmati masyarakat diseluruh Indonesia termasuk di Kabupaten Lombok Utara.

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

Pelayanan merupakan unsur yang sangat penting di dalam usaha meningkatkan kepuasan konsumen. Pada dasarnya posisi pelayanan ini merupakan faktor pendukung terhadap aktivitas pemasaran jasa PT. PLN (Persero). Dalam rangka meningkatkan pelayanan penyediaan tenaga listrik oleh PT. PLN (Persero) kepada masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya, maka berdasarkan UUD RI No.30 Tahun 2009 tentang ketenagalistrik bahwa, tenaga listrik mempunyai peran yang sangat penting dan strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional.

Usaha penyediaan tenaga listrik dikuasai oleh negara dan penyediaannya perlu terus ditingkatkan sejalan dengan perkembangan pembangunan agar tersedia tenaga listrik dalam jumlah yang cukup merata, dan bermutu. Untuk itu PT. PLN (Persero) memberikan perhatian khusus kepada kegiatan pelayanan dalam hal pemenuhan kebutuhan pelanggan agar dalam pelaksanaannya dapat memuaskan pelanggannya.

Kualitas pelayanan yaitu membandingkan persepsi para konsumen atas pelayanan yang nyata-nyata mereka terima atau peroleh dengan pelayanan yang sesungguhnya mereka harapkan jika jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima malampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Definisi kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh Lewis dan Booms yang dikutip oleh Tjiptono (2007:121) mengemukakan bahwa Kualitas pelayanan sebagai ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Konsep kualitas sendiri pada dasarnya bersifat *relative*, yaitu tergantung dari perspektif yang digunakan untuk menentukan ciri-ciri dan spesifikasi. Pada dasarnya terdapat tiga orientasi kualitas yang seharusnya konsisten satu sama lain, yaitu: persepsi konsumen, produk/jasa, dan proses.

Jika pelayanan yang diberikan memenuhi permintaan pelanggan, maka pelanggan akan merasa puas dan bila jasa pelayanan berada di bawah tingkat yang diharapkan, pelanggan akan merasa tidak puas. Pelanggan yang merasa tidak puas terhadap kualitas atau pelayanan yang diberikan, dengan sendirinya akan menceritakan kepada orang lain sebagai komplain atas ketidakpuasannya.

Kepuasan pelanggan merupakan kunci suksesnya suatu perusahaan. Semakin tinggi tingkat kepuasan pelanggan maka semakin tinggi pula citra atau keberhasilan perusahaan dimata pelanggan atau bahkan perusahaan bisa mendapat kepercayaan yang baik dimata pemerintah. Definisi kepuasan pelanggan menurut Lovelock dan Wirtz (2011:74) Kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan produk atau jasa, atau produk itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan konsumen berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan konsumsi konsumen.

PT. PLN (Persero) harus menempatkan diri seimbang di antara dua kepentingan yang dominan, yaitu :

1. Sebagai perusahaan, PT. PLN (Persero) secara kontinu perlu memperoleh keuntungan ekonomis untuk dapat dan mampu meningkatkan mutu dan jumlah pelayanan listrik untuk umum;
2. Sebagai salah satu komponen pembangunan nasional, PT. PLN (Persero) mengemban tugas untuk menyediakan pelayanan tenaga listrik di seluruh wilayah tanah air yang tidak selamanya memberikan keuntungan ekonomis.

Sejalan dengan hal di atas, PT. PLN (Persero) berupaya untuk berperan :

- a. sebagai pendorong, penggerak dan penunjang pembangunan nasional;
- b. sebagai sarana peningkatan produktivitas dan efisiensi;
- c. sebagai penunjang lancarnya kegiatan perekonomian dan pemerintahan.

Dalam memenuhi kebutuhan pelanggan yang merupakan tujuan penting bagi PT.PLN (Persero) di Kabupaten Lombok Utara dalam memenuhi kebutuhan, keinginan serta kepuasan pelanggan yang diberikan oleh PT.PLN (Persero) kepada pelanggan. Secara umum, pelayanan jasa listrik pada PT. PLN (Persero) didominasi oleh pelayanan pembayaran rekening listrik.

Oleh karena itu pengukuran kepuasan akan pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) pada masyarakat harus selalu dilakukan untuk mengetahui dan merencanakan strategi yang lebih baik di masa mendatang dan lebih meningkatkan kualitas pelayanannya agar dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen serta untuk meminimalisasikan masalah.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **：“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Tanjung Lombok Utara”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian serta penjelasan yang telah dikemukakan pada latarbelakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Tanjung Kabupaten Lombok Utara?”

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah maka tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Tanjung Kabupaten Lombok Utara.

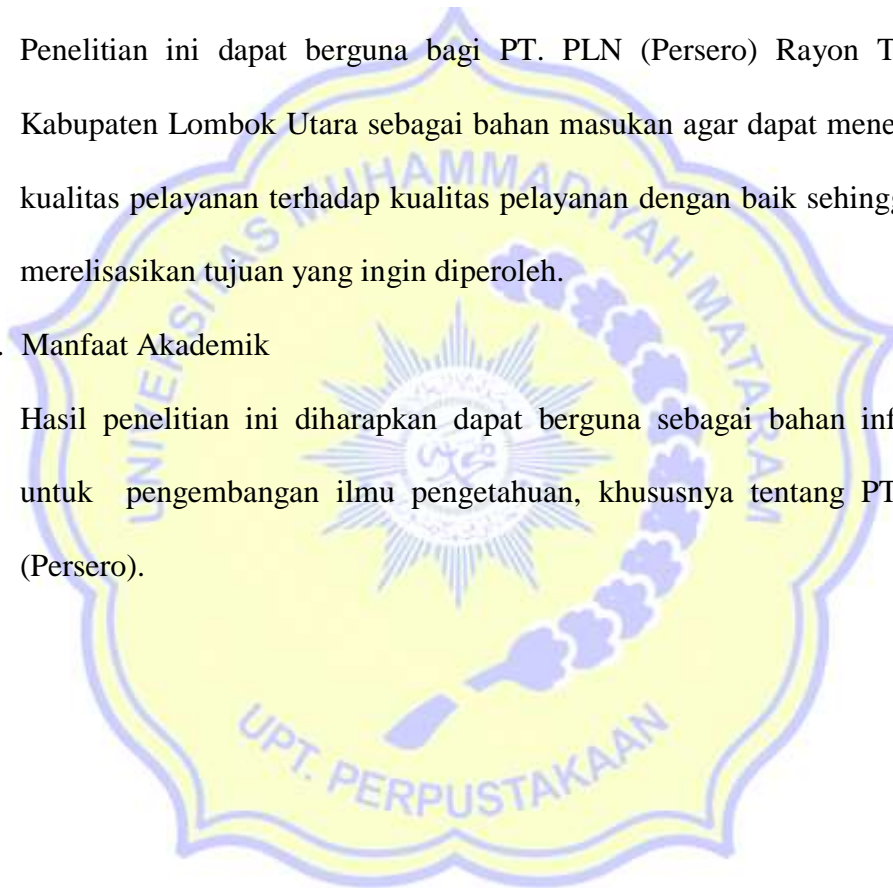
### 1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat berguna bagi PT. PLN (Persero) Rayon Tanjung Kabupaten Lombok Utara sebagai bahan masukan agar dapat menerapkan kualitas pelayanan terhadap kualitas pelayanan dengan baik sehingga bisa merelisasikan tujuan yang ingin diperoleh.

b. Manfaat Akademik

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai bahan informasi untuk pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya tentang PT. PLN (Persero).



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu diambil dari beberapa Skripsi dan Jurnal. Adapun penelitian terdahulu dijelaskan sebagai berikut:

Tabel 2.1  
Penelitian terdahulu

Nama Peneliti	Judul Penelitian	Variabel yang digunakan	Hasil Penelitian	Perbedaan Penelitian
Muh. Yunus	Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Rayon Makasar Barat.	<i>Reability, Responsivenss, Assurance, Emphaty, dan Tangible</i> Kualitas pelayanan dan Kepuasan pelanggan.	Kualitas pelayanan yang terdiri dari atas kelima deminsi variabel secara bersama memiliki pengaruh positif, dengan uji f bahwa kualitas pelayanan memiliki pengaruh signifikan dan uji parsial (t) semua variabel memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.	Penelitian ini menggunakan dua variabel Kualitas pelayanan dan Kepuasan pelanggan
Ida Manullang	Pengaruh kualitas pelayanan terhadap Kepuasan pelanggan jasa penerbangan PT. Garuda Indonesia Air Lines dibandara Polonia Medan.	<i>Reability, Responsivenss, Assurance, Emphaty, dan Tangible</i>	Pelayanan yang dilihat dari kelima dimensi menunjukkan bahwa secara simultan maupun parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelayanan.	Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu Kualitas pelayanan dan Kepuasan pelanggan Jasa Penerbangan secara parsial maupun simultan.
Ismerisa	Pengaruh kualitas pelayanan	<i>Reability, Responsivenss, Assurance,</i>	Dari lima dimensi menunjukkan bahwa Pengaruh	Fokus penelitian hanya

	terhadap Kepuasan pelanggan ( <i>survey</i> pada pelanggan listrik pintar PT. PLN (Persero) Area Yogyakarta).	<i>Emphaty, dan Tangible</i> dan secara parsial maupun simultan terhadap Kepuasan pelanggan.	kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ( <i>survey</i> pada pelanggan listrik pintar PT. PLN (Persero) Area Yogyakarta) berpengaruh signifikan.	menggunakan dua variabel .
--	---	--	---	----------------------------

## 2.2 Landasan Teori

### 2.2.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Persoalan kualitas kini sepertinya sudah menjadi “harga yang harus dibayar” oleh perusahaan agar tetap *survive* dalam bisnisnya. Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Nilai yang diberikan pelanggan, sangat kuat didasari oleh faktor kualitas jasa. Di mana kualitas suatu produk atau jasa memenuhi spesifikasi-spesifikasinya. Menurut *American Society for Quality Control*, kualitas adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik-karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan yang telah ditentukan atau bersifat laten.

Sedangkan Sinambela (2006:6) “Kualitas adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (*meeting the needs of customers*)”. Kualitas dalam definisi strategis adalah segala sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan, sedangkan definisi konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan



karakteristik langsung dari suatu produk, seperti: kinerja, keandalan, mudah dalam penggunaan, estetika.

Dari berbagai definisi kualitas yang dikemukakan oleh para ahli di atas, setidaknya ada beberapa hal yang menjadi indikator dari sebuah kualitas. Antara lain: kesesuaian untuk pemakaian, kesesuaian dengan standar, kesesuaian dengan kebutuhan pasar, kepuasan pelanggan, kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan. Berdasarkan beberapa indikator di atas kualitas didefinisikan sebagai kondisi dinamis mengenai produk, dan jasa yang menuntut untuk pemenuhan standar, kebutuhan, harapan, dan keinginan pelanggan yang cocok untuk digunakan dan menjadikan pelanggan merasa puas.

#### **2.2.1.1 Dimensi Kualitas Pelayanan**

Menilai kualitas jasa dapat dilihat dari seluruh dimensi yang ada pada jasaitu sendiri. Ada lima dimensi utama kualitas jasa menurut Parasuraman, Zeithaml dan Berry yang dikutip oleh Tjiptono dan Gregorius (2007:133), yaitu:

1. *Tangible*

yaitu berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

2. *Emphaty*

yaitu berkenaan mengenai perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta

memberi perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.

### 3. *Responsivness*

yaitu berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan saja akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

### 4. *Reliability*

yaitu berkaitan dengan kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyajikan jasanya sesuai dengan waktu yang telah disepakati.

### 5. *Assurance*

yaitu perilaku karyawan yang mampu menumbuhkan kepercayaan terhadap perusahaan, dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagipara karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan pengetahuan yang dibutuhkan untuk setiap pertanyaan atas masalah pelanggan.

## **2.2.1.2 Prinsip-prinsip Kualitas Pelayanan**

Setiap perusahaan harus mampu memenuhi enam prinsip utama kualitas pelayanan agar dapat menimbulkan *image* yang baik bagi perusahaan serta dapat melaksanakan kualitas yang baik dihadapan

konsumen. enam prinsip pokok kualitas pelayanan menurut Wolkin yang dikutip oleh Saleh (2010:105) yaitu:

a. Kepemimpinan

Strategi kualitas perusahaan harus merupakan inisiatif dan komitmen dari manajemen puncak. Manajemen puncak harus memimpin perusahaan untuk meningkatkan kinerja kualitasnya. Tanpa adanya kepemimpinan dari manajemen puncak, maka usaha untuk meningkatkan kualitas hanya berdampak kecil terhadap perusahaan.

b. Pendidikan

Semua personil perusahaan dari manajer puncak sampai karyawan operasional harus memperoleh pendidikan mengenai kualitas. Aspek-aspek yang perlu mendapatkan penekanan dalam pendidikan tersebut meliputi konsep kualitas sebagai strategi bisnis, alat dan teknik implementasi strategi kualitas, dan peranan eksekutif dalam implementasi strategi kualitas.

c. Perencanaan

Proses perencanaan strategi harus mencakup pengukuran dan tujuan kualitas yang dipergunakan dalam mengarahkan perusahaan untuk mencapai visinya.

d. Review

Proses review merupakan salah satu alat yang paling efektif bagi manajemen untuk mengubah perilaku organisasi. Proses ini

merupakan suatu mekanisme yang menjamin adanya perhatian yang konsisten dalam terus-menerus untuk mencapai tujuan kualitas.

e. Komunikasi

Implementasi strategi kualitas dalam organisasi dipengaruhi oleh proses komunikasi dalam perusahaan. Komunikasi harus dilakukan dengan karyawan, pelanggan dan *stakeholder* perusahaan lainnya seperti pemasok, pemegang saham, pemerintah, masyarakat umum, dan lain-lain.

f. Penghargaan dan pengakuan

Penghargaan dan pengakuan merupakan aspek yang penting dalam implementasi strategi kualitas. Setiap karyawan yang berprestasi baik perlu diberi penghargaan dan prestasinya tersebut diakui. Dengan demikian dapat meningkatkan motivasi, moral kerja, rasa bangga, dan rasa kepemilikan setiap orang dalam organisasi yang dapat memberikan kontribusi besar bagi perusahaan dan bagi pelanggan yang melayani.

### 2.2.2 Pengertian Kepuasan pelanggan

Kepuasan (*Satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika

kinerja memenuhi harapan maka pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas atau senang (Kotler 2006:177).

Jadi, kepuasan pelanggan merupakan fungsi dari persepsi atau kesan atas kinerja dan harapan. Jika kinerja berada dibawah harapan maka pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan akan amat puas atau senang.

Memuaskan kebutuhan pelanggan adalah keinginan setiap perusahaan. Selain faktor penting bagi kelangsungan hidup perusahaan, memuaskan kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan keunggulan dalam persaingan. Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali produk dan menggunakan kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali dikemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor kunci bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

Tjiptono (2008:225) mengungkapkan bahwa dalam mengevaluasi kepuasan terhadap produk, jasa, atau perusahaan tertentu, pelanggan umumnya mengacu pada berbagai faktor atau dimensi. Faktor yang sering digunakan dalam mengevaluasi kepuasan terhadap suatu produk antara lain meliputi:

1. Kinerja (*performance*) karakteristik operasi pokok dari produk inti (*coreproduct*) yang dibeli, misalnya kecepatan, konsumen bahan

bakar, jumlah penumpang yang dapat diangkut, kemudahan dan kenyamanan dalam mengemudi, dan sebagainya.

2. Ciri-ciri keistimewaan tambah (*features*) yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Keandalan (*reliability*) yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformance to specifications*) yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar – standar yang telah ditetapkan sebelumnya.
5. Daya tahan (*durability*) berkaitan dengan berapa lama produk tersebut dapat terus digunakan. Dimensi ini mencakup umur teknis maupun umur ekonomis penggunaan.
6. *Serviceability*, meliputi kecepatan, kompetensi, nyaman, mudah diperbaiki serta penanganan keluhan yang memuaskan. Pelayanan yang diberikan tidak hanya sebatas sebelum penjualan, tetapi juga selama proses penjualan hingga purna jual, yang mencakup pelayanan reparasi dan ketersediaan komponen yang dibutuhkan.
7. Estetika, yaitu daya tarik produk terhadap panca indera, misalnya bentuk fisik yang menarik, model atau desain, warna, dan sebagainya.
8. Kualitas yang dipersepsikan (*perceived quality*), yaitu citra dan reputasi produk serta tanggung jawab perusahaan terhadapnya.

### 2.2.2.1 Konsep Kepuasan Pelanggan

Persaingan yang semakin ketat, di mana semakin banyak produsen yang terlibat dalam pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen, menyebabkan setiap perusahaan harus menempatkan orientasi pada kepuasan pelanggan sebagai tujuan utama.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu tingkatan dimana kebutuhan, keinginan, dan harapan dari pelanggan dapat terpenuhi yang mengakibatkan terjadinya pembelian ulang atau kesetiaan yang berlanjut. Faktor yang paling penting untuk menciptakan kepuasan konsumen adalah kinerja dan kualitas dari layanan yang diberikan oleh organisasi.

Kualitas berkaitan erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan dorongan khusus bagi para pelanggan untuk menjalin ikatan relasi saling menguntungkan dalam jangka panjang dengan perusahaan. Menurut Gaspersz dalam (Nation,2005:50) Adapun Faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi dan harapan pelanggan adalah sebagai berikut:

- a. Kebutuhan dan keinginan yang berkaitan dengan hal-hal yang dirasakan pelanggan ketika pelanggan sedang mencoba melakukan transaksi dengan produsen atau pemasok produk (perusahaan). Jika pada saat itu kebutuhan dan keinginannya besar, harapan atau ekspektasi pelanggan akan tinggi, demikian pula sebaliknya.

- b. Pengalaman masa lalu ketika mengkonsumsi produk dari perusahaan maupun pesaing-pesaingnya.
- c. Pengalaman dari teman-teman, dimana mereka akan menceritakan kualitas produk yang akan dibeli oleh pelanggan itu. Hal ini jelas mempengaruhi persepsi pelanggan terutama pada produk-produk yang dirasakan berisiko tinggi.
- d. Komunikasi melalui iklan dan pemasaran juga mempengaruhi persepsi pelanggan.

Tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Dalam konteks kepuasan pelanggan umumnya harapan merupakan perkiraan atau keyakinan pelanggan tentang apa yang akan diterimanya. Tingkat kepuasan yang diperoleh para pelanggan sangat berkaitan erat dengan standar kualitas barang atau jasa yang mereka nikmati. Sifat kepuasan bersifat subjektif, namun dapat diukur melalui indeks kepuasan pelanggan masyarakat.

Kepuasan pelanggan dibangun atas dasar beberapa prinsip yang digunakan untuk menilai suatu organisasi dalam memberikan pelayanan: *tangibles* (bukti nyata), *reliability* (terpercaya, tahan uji), *responsiveness* (respon, cepat tanggap), *assurance* (kepastian), dan *empathy* (empati). Pelayanan yang baik terhadap konsumen merupakan salah satu bentuk tanggung jawab perusahaan. Namun,



tidak sedikit dari perusahaan yang belum memberikan pelayanan yang baik terhadap konsumennya.

#### **2.2.2.2 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan**

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk mengukur dan memantau kepuasan pelanggannya dan pelanggan perusahaan pesaing. (Kotler 2002:42), mengemukakan 4 metode untuk mengukur kepuasan pelanggan, yaitu:

a. Sistem keluhan dan saran

Sebuah perusahaan yang berfokus pada pelanggan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran, pendapat dan keluhan mereka. Media yang digunakan meliputi kotak saran yang di letakkan di tempat-tempat strategis, menyediakan kartu komentar, saluran telepon khusus dan sebagainya. Tetapi karena metode ini cenderung pasif, maka sulit mendapatkan gambaran lengkap mengenai kepuasan dan tidak kepuasan pelanggan. Tidak semua pelanggan yang tidak puas lantas akan menyampaikan keluhannya. Bisa saja mereka langsung beralih ke perusahaan lain dan tidak akan menjadi pelanggan perusahaan tersebut lagi.

b. Survei kepuasan pelanggan

Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan di lakukan dengan menggunakan metode survei baik melalui pos, telepon maupun wawancara pribadi. Pengukuran kepuasan

pelanggan melalui metode ini dapat dilakukan dengan berbagai cara, diantaranya:

1. *Directly Reported Satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung melalui pertanyaan.

2. *Derived Dissatisfaction*

Pertanyaan yang di ajukan menyangkut 2 hal utama, yaitu besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang telah mereka rasakan atau terima.

3. *Problem Analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden, diminta untuk mengungkapkan 2 hal pokok yaitu: masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari manajemen perusahaan dan saran-saran untuk melakukan perbaikan.

4. *Importance-Performance Analysis*

Dalam tehnik ini responden diminta meranking berbagai elemen dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu juga, responden diminta meranking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen tersebut.

### **2.2.2.3 Manfaat Kepuasan Pelanggan**

Menurut Tjiptono (2012:310-311), kepuasan pelanggan telah menjelma menjadi kewajiban bagi setiap organisasi bisnis, peneliti pemasaran, eksekutif bisnis, bahkan politisi. Kualitas jasa yang unggul

dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan konsumen dan akan memberikan berbagai manfaat seperti:

- a) Berdampak positif pada loyalitas pelanggan
- b) Berpotensi menjadi sumber pendapatan masa depan (terutama melalui pembelian ulang, *cross-selling*, dan *up-selling*).
- c) Menekan biaya transaksi pelanggan di masa depan (terutama biaya-biaya komunikasi pemasaran, penjualan, dan layanan pelanggan)
- d) Menekan volatilitas dan risiko berkenaan dengan prediksi aliran kas masa depan.
- e) Meningkatkan toleransi harga (terutama kesediaan pelanggan untuk membayar harga premium dan pelanggan cenderung tidak mudah tergoda untuk beralih pemasok).
- f) Rekomendasi gethok tular positif.
- g) Pelanggan cenderung lebih reseptif terhadap *product-line* (saluran produk), *extensions*(ekstansi), *brand extensions* (merek ekstansi), dan *new add-on services*(tambahan layanan baru) yang ditawarkan perusahaan.
- h) Meningkatkan *bargaining power* (*daya tawar*) relatif perusahaan terhadap jaringan pemasok, mitra bisnis, dan saluran distribusi.

### 2.3 Konsep Berfikir

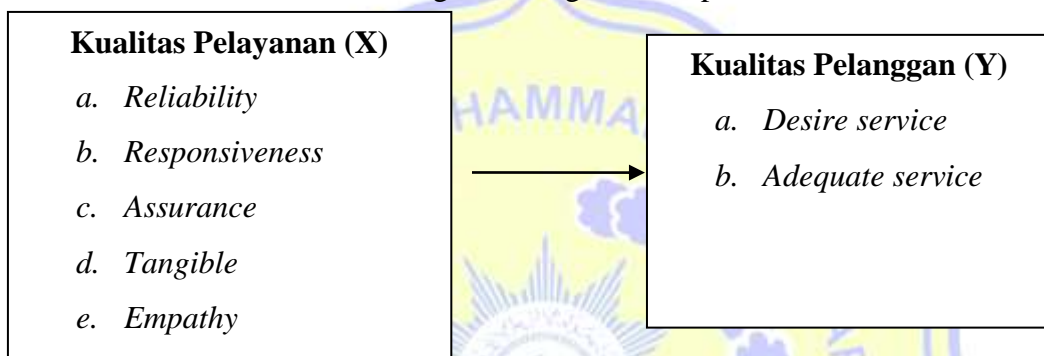
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan PT PLN (Persero) Rayon Tanjung terhadap kepuasan pelanggan di Kabupaten Lombok Utara. Secara empiris kepuasan pelanggan dapat

dipahami oleh perusahaan dengan meneliti 5 (Lima) dimensi kualitas pelayanan yaitu: *reability* (kehandalan), *assurance* (jaminan), *responsiveness* (daya tanggap), *tangibility* (bukti fisik), dan *emphaty* (empati).

Secara sistematis, kerangka berpikir dalam penulisan ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1

Bagan Kerangka Konsep



Keterangan:

—————> Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

#### 2.4 Hipotesis

Dalam penelitian ini hipotesis umum yang diajukan penulis adalah sebagai berikut:

$H_a$  : Diduga kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT.PLN (Persero) Rayon Tanjung Kabupaten Lombok Utara.

$H_o$  : Diduga kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT.PLN (Persero) Rayon Tanjung Kabupaten Lombok Utara.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif Menurut Sugiyono (2013:13) penelitian kuantitatif adalah sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti populasi atau sample tertentu, teknik pengambilan sample pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data yang bersifat kuantitatif dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

#### **3.2 Lokasi dan Waktu Penelitian**

Lokasi penelitian ini dilakukan di PT.PLN (Persero) Rayon Tanjung Jl. Raya Tanjung Km. 01 Tanjung Kabupaten Lombok Utara.

#### **3.3 Jenis dan Sumber Data**

Jenis data penelitian ini adalah:

- a. Data Primer, adalah data hasil kuisisioner responden, hasil observasi dan hasil wawancara.
- b. Data Sekunder bersumber dari dokumen laporan, peraturan-peraturan yang berkaitan dengan masalah yang diteliti dan hasil wawancara.

Sumber data penelitian ini adalah dari responden yang mengisi kuisisioner tentang pertanyaan yang diajukan oleh peneliti kepada responden.

### 3.4 Teknik Pengumpulan Data

Sebagai pelengkap dalam pembahasan ini maka diperlukan adanya data atau informasi baik dari dalam perusahaan maupun dari luar perusahaan. Penulis memperoleh data yang berhubungan dengan menggunakan metode sebagai berikut :

#### 1. Observasi lapangan

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

#### 2. Kuesioner

Kuesioner merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, untuk diisi oleh responden. Setelah diisi, angket dikembalikan kepada peneliti (Ardianto,2011:162).

### 3.5 Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel

#### 1. Populasi

Menurut Sugiyono, (2016:215) bahwa Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasinya adalah seluruh pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Tanjung Kabupaten Lombok Utara dari tahun 2015/2018 yaitu sebanyak 108.830 populasi.

## 2. Teknik Pengambilan Sample

Menurut Sugiyono, (2016:215) bahwa Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki dan dianggap bisa mewakili seluruh populasi.

Dalam penelitian ini untuk menentukan sampel populasi digunakan teknik *Sampling* yaitu teknik *Accidental Sampling* adalah teknik penentuan sample berdasarkan faktor-faktor spontanitas artinya siapa saja yang tidak disengaja bertemu dengan peneliti dan sesuai dengan karakteristik maka orang tersebut dapat digunakan sebagai sampel (responden). Adapun jumlah sample ditentukan dengan berdasarkan rumus Slovin:

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

Keterangan:

n= Jumlah sample

N= 108.830

e= 10%

Dengan menggunakan rumus slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = \frac{108.830}{1 + (108.830 \times 10\%^2)} = \frac{108.830}{108.84} = 99,99 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Dengan demikian, jumlah sample yang dibutuhkan adalah 100 orang responden.

## 3.6 Klasifikasi dan Operasional Variabel

### 3.6.1 Klasifikasi Variabel

Berdasarkan judul penelitian terdapat beberapa variabel dalam penelitian yaitu:

#### 1. Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel (terikat). Maka dalam penelitian ini yang menjadi variabel independen (variabel bebas) adalah Kualitas Pelayanan (X). yang terdiri dari sub variabel yaitu *Tangibel* (bukti fisik), *Realibility* (kendala), *Responsiveness* (Ketanggapan), *Assurance* (jaminan), *Emphaty* (empati).

#### 2. Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas sesuai dengan masalah yang akan diteliti. Maka yang menjadi variabel dependen (variabel terikat) adalah Kepuasan Pelanggan (Y) yang terdiri dari sub variabel yaitu: *Desiret Service* dan *Adequate Service*.

### 3.6.2 Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah:

#### 1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan salah satu bagian dari strategi manajemen pemasaran. Kualitas pelayanan telah



menjadi satu tahap faktor dominan terhadap keberhasilan suatu organisasi. Pengembangan kualitas sangat didorong oleh kondisi persaingan antara perusahaan, kemajuan teknologi, tahapan perekonomian dan sosial budaya masyarakat.

Menurut Goeth dan Davis yang dikutip oleh Tjiptono (2012:51) menyatakan bahwa kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan.

## 2. Kualitas Pelanggan

Kualitas pelanggan merupakan faktor terpenting dalam berbagai kegiatan bisnis. Kepuasan pelanggan adalah tanggapan konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan yang sebelumnya dengan kinerja produk yang dirasakan.

Menurut Kolter 2006:177 kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan.

Tabel 3.6

### Dimensi Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

Variable Penelitian	Sub variabel	Indikator	Skala
Kualitas Pelayanan (Variabel X)	a. <i>Tangible</i> (Bukti Fisik)	1. Penampilan petugas yang rapi. 2. Sarana dan prasarana lengkap 3. Kondisi lingkungan gedung yang bersih dan nyaman	Likert

	b. <i>Realibility</i> (Kendala)	1. Pelayanan pengaduan yang handal. 2. Kesalahan pencatatan secepatnya akan dicek ulang.	Likert
	c. <i>Responsiveness</i> (Ketanggapan)	1. Kesiapan petugas menghadapi pelanggan. 2. Petugas cepat merespon pelanggan. 3. Informasi yang jelas dan mudah dimengerti. 4. Kemauan untuk membantu pelanggan	Likert
	d. Assurance (Jaminan)	1. Memberikan kepercayaan kepada pelanggan. 2. Mampu menjawab setiap pertanyaan pelanggan 3. Antrian yang teratur.	Likert
	e. <i>Empaty</i> (empati)	1. Memahami kebutuhan pelanggan. 2. Memperlakukan pelanggan dengan penuh perhatian. 3. Mudah dihubungi pelanggan.	Likert
Kepuasan Pelanggan (Variabel Y)	a. <i>Desire Service</i>	1. Kebersihan dan kelengkapan ruangan 2. Mudah memperoleh informasi yang jelas. 3. Mutu pelayanan. 4. Bersikap ramah.	Likert
	b. <i>Adequate Service</i>	1. Sikap petKeramahan petugas. 3. Fasilitas lenugas menanggapi 2. gkap. 4. Cepat merespon pelanggan.	Likert

### 3.7 Teknik Analisis data

#### 3.7.1 Uji instrument penelitian

##### 3.7.1.1 Uji validitas

Menurut Eko (2009), Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuosioner. Suatu item dikatakan valid jika nilai *Corrected Item-Total Correlation* lebih besar dibandingkan 0,05. Menurut Sugiyono (2010) menyatakan bila korelasi tiap faktor positif dan besarnya 0,05 keatas maka faktor tersebut merupakan *constuct* yang

kuat.item kuesioner yang valid dapat dijadikan valid acuan untuk penelitian selanjutnya.

### **3.7.1.2 Uji Reliabilitas**

Uji realibilitas menurut Sugiyono (2010) dilakukan untuk mengetahui seberapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan dengan menggunakan alat ukur yang sama. Untuk melihat andal tidaknya suatu alat ukur digunakan pendekatan secara statistik, yaitu melalui koefisien reliabilitas dan apabila koefisien reliabililitasnya lebih besar dari 0,60 maka secara keseluruhan pernyataan tersebut dinyatakan andal (reliabel). Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan *Alpha Cronbach (a)*.

### **3.7.1.3 Analisis Regresi Linear Sederhana**

Alat analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linier sederhana.(Sugiyono,2012:243). Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menyatakan ada atau tidak adanya hubungan antara variable X dan Y dan jika hubungan bagaimanakah arah hubungan dan seberapa besar hubungan tersebut. Persamaan umum regresi liner sederhana adalah:

$$Y=a+ bX$$

Keterangan:

Y= Kepuasan pelanggan

a= Konstan

b = Koefesien regresi

X= Kualitas pelayanan

### 3.8 Uji Hipotesis

#### 3.8.1 Uji t (Parsial)

Uji t digunakan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) dengan asumsi lainnya. uji t digunakan untuk membandingkan nilai t *hitung* dengan nilai t *table*. Adapun hipotesis dalam pengambilan keputusan yang digunakan dalam penguji adalah sebagai berikut:

- a.  $H_0$  = Tidak terdapat pengaruh kualitas pelayanan(X) terhadap kepuasan pelanggan(Y).
- b.  $H_a$  = Terdapat pengaruh kualitas pelayanan(X) terhadap kepuasan pelanggan.

Kreteria dalam pengambilan keputusan yang digunakan dalam penelitian ini adalah: untuk menguji hipotesis apakah diterima atau ditolak yaitu dengan membandingkan nilai signifikan 0,05 yang dimana jika signifikan  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima. Jika signifikan  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak.

#### 3.8.2 Koefesien Determinasi

Koefesien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengetahui persentase variable independen secara bersama-sama dapat menjelaskan

variable dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 1, artinya variable independen memberikan informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variable-variabel independen jika koefisien determinasi ( $R^2$ ) = 0, artinya variable independen tidak mampu menjelaskan pengaruh variable-variabel yang diteliti.

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

Keterangan:

$K_d$  : Koefisien determinasi

$R^2$  : Koefisien korelasi

