

PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
(Survey pada Pelanggan Listrik Pintar PT PLN (Persero) Area Yogyakarta)



SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Disusun Oleh:

ISMERISA

09730075

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

2013

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Ismerisa

Nomor Induk : 09730075

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Kosentrasi : *Public Relations*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 19 April 2013

Yang menyatakan



Ismerisa

NIM. 09730075



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. 519571 Yogyakarta 55281



PENGESAHAN SKRIPSI

Nomor : UIN.02/DSH/PP.00.9/0560-a /2013

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN (Survey pada Pelanggan Listrik Pintar
PT PLN (Persero) Area Yogyakarta)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Ismerisa
NIM : 09730075

Telah dimunaqsyahkan pada : Senin, tanggal: 06 Mei 2013
dengan nilai : 88,3 (A/B)

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga

PANITIA UJIAN MUNAQSYAH :

Ketua Sidang

Fatma Dian Pratiwi, S.Sos.,M.Si
NIP. 19750307 200604 2 001

Penguji I

Drs. Siantari Rihartono, M.Si
NIP.19600323 199103 1 002

Penguji II

Alip Kunandar, S.Sos.,M.Si
NIP. 19760626 200901 1 010

Yogyakarta, 28-5-2013

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

DEKAN



Dendung Abdurahman, M.Hum
NIP. 196306 198903 1 010

NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Skripsi
Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara/i :

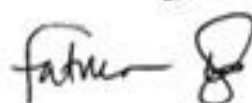
Nama : Ismerisa
NIM : 09730075
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan
Pelanggan (Survey pada Pelanggan Listrik Pintar PT.PLN
(Persero) Area Yogyakarta)

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata 1 Ilmu Komunikasi. Harapan saya semoga saudara tersebut dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatiannya saya capkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 19 April 2013
Pembimbing,



Fatma Dian Pratiwi, M.Si
NIP. 19750307 200604 2 001

MOTTO

Someone will always be prettier. Someone will always be smarter.

Someone will always be younger. But they will never be me...

Belajar dari seorang BALITA, berapa kalipun ia terjatuh, ia selalu punya seribu alasan untuk bangkit kembali...

PERSEMBAHAN

Karya ini saya persembahkan untuk almamater tercinta,

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Dengan rahmat dan segala hidayah dari Allah SWT, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Yang berjudul: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey pada Pelanggan Listrik Pintar PT.PLN (Persero) Area Yogyakarta). Dalam penyusunan skripsi ini banyak tantangan dan hambatan sehingga penyusun membutuhkan waktu cukup lama untuk mencapai hasil yang maksimal. Oleh karna itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada semua pihak yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini diantaranya adalah:

1. Prof. Dr. Dudung Abdurahman, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Drs. H. Bono Setyo, M,Si, selaku ketua Program Studi Ilmu Komunikasi.
3. Drs. Siantari Rihartono, M.Si, selaku Pembimbing Akademik yang telah sabar membimbing saya selama masa perkuliahan.
4. Bu Fatma Dian Pratiwi S.Sos. M.Si, selaku Pembimbing Skripsi, yang telah banyak membantu dan membimbing saya selama penyelesaian skripsi.
5. Segenap Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi dan Karyawan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Seluruh staf dan pegawai PT.PLN (Persero), terutama untuk mas Novi dan pak Eko yang sudah banyak membantu dan mempermudah saya selama penelitian di PLN.
7. Ayah dan mama tercinta, kedua orang tuaku yang hebat, yang tidak pernah lelah untuk mendo'akanku dan memotifasi serta memenuhi seluruh kebutuhanku. *You are my everything....!!*
8. KakakQ tersayang Ismerita Elfaiha, adikku Hendrizal Saputra dan Selfia Nurul Sakinah, serta abang iparku Ahmad Ali Husein, dan keponakanku yang terlucu Muhammmad Samir Zein. Terimakasih untuk keluarga

kecilQ yang luar biasa. Mendukungku dan mendoakan aku dalam segala hal. *I love u all.....!!*

9. Sahabat-sahabatku yang luar biasa, menemaniku dari pertama menjejakkan kaki ke kampus tercinta, *Three Idiot's*. Ryrlyn, Reny, Fia dan almarhumah Adelia. *Thank's for our adventure...!!* Serta teman-teman *Colorfull 2009* yang tak bisa ku sebutkan satu persatu.
10. Teman-teman di BEM PS Ilmu Komunikasi, Perhumas Muda Yogyakarta, Ikom UIN Radio, dan JCM.... Terimakasih untuk banyak pengalaman baru didunia organisasi...
11. Teman2 KKN di Nomporejo 3 k'nurul, tika, widi, hanif, wian, zulfa, anjas, hurun, dan yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
12. Sahabat-sahabatQ GIAS CLUB, ambar, sulis, ningrum, devi, titi, asih, ika, meyrina. Persahabatan dari masa putih abu-abu sampai kapanpun. Terimakasih untuk hari2 indah yg luar biasa bersama kalian sobat. Sampai jumpa di kota Pontianak tercinta yg super panas hahahaha
13. Sahabat-sahabat angkatan 2009 di Asrama Dara Djuanti ahta, wiwik, een, angah, arif, cemik, ipit, dian, k'lala. Dan adik kamar saya yang gokil-gokil uci dan nisma. Dan kakak-kakak serta adek-adek yang tinggal di asrama dara djuanti dan rahadi oesman 1. Terimakasih untuk banyak hal yang luar biasa yang kita lewati selama di istana kecil kita..
14. Buat bang Andik yang udah suka rela dan banyak meluangkan waktu untukku serta membantu sehingga jadilah skripsi ini. Dan sahabat-sahabat dari asrama galaherang b'uul, b'robi, b'munawir, kiki, dan erik. Kalian luar biasa.....!!
15. Buat mas Agung dan teman-temannya yang udah banyak bantu selama penelitian skripsi, mencari 180 responden dan terjun kelapangan. Dan mbak Djo yang suka rela menemaniku refresing selama skripsi.
16. Buat seseorang yang selalu menasehatiku, memotifasi dan dengan tenang mendengarkan keluhanku, yang selalu ku sebut namanya disetiap do'aku, dan semoga suatu saat nanti Allah menjadikanmu sebagai ImamQ di masa depan. Amiin

17. Para responden yang bersedia mengisi koesioner yang saya sebarakan sehingga penelitian berjalan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih sangat jauh dari yang diharapkan apalagi kata sempurna serta tak luput dari kesalahan dan kekurangan sebagaimana hakiki manusia. Oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari semua belah pihak akan sangat berguna bagi penulis dan semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua.

Yogyakarta, 19 April 2013

Ismerisa

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	ii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR BAGAN	xix
ABSTRACT	xx
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5

D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Tinjauan Pustaka.....	6
F. Landasan Teori.....	8
G. Hipotesis.....	14
H. Metode Penelitian.....	15
1. Desain Penelitian.....	15
2. Definisi Konseptual.....	16
3. Definisi Operasional.....	17
4. Kerangka Pemikiran.....	21
5. Populasi Dan Sampel.....	22
6. Metode dan Instrumen Pengumpulan Data.....	24
7. Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas.....	37
8. Metode Analisis Data.....	30
BAB II GAMBARAN UMUM PT. PLN (Persero).....	32
A. Sejarah PT. PLN (Persero)	32
B. Visi dan Misi PT.PLN (Persero).....	37
C. Dasar Hukum Perusahaan.....	32
D. Logo dan Makna Logo PT.PLN (Persero)	43
E. Struktur Organisasi PT.PLN (Persero).....	44
F. Kondisi PT.PLN (Persero)	49
G. Listrik Pintar.....	54
H. Deskripsi Pelayanan Unit Pelayanan Listrik Pintar	59

BAB III ANALISA HASIL DAN PEMBAHASAN.....	64
A. Deskripsi Karakteristik Responden.....	64
B. Uji Instrumen.....	70
1. Uji Validitas.....	70
2. Uji Reliabilitas.....	72
C. Deskripsi Hasil Tanggapan Responden	74
1. Kualitas Pelayanan (Variabel X).....	74
2. Kepuasan Pelanggan (Variabel Y).....	96
D. Uji Asumsi.....	105
1. Uji Normalitas.....	105
2. Uji Linierita.....	106
E. Analisis regresi Sederhana.....	107
F. Uji Hipotesis.....	108
G. Pembahasan.....	111
 BAB IV KESIMPULAND DAN SARAN.....	 114
A. Kesimpulan.....	114
B. Saran	115

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR GAMBAR

BAB II :

Gambar 1 Logo PT.PLN (Persero).....	43
Gambar 2 Gedung PT.PLN (Persero).....	59
Gambar 3 Peta Wilayah Kerja PT.PLN (Persero).....	50

BAB III:

Gambar 4 Jumlah Pemakaian Listrik.....	65
Gambar 5 Jumlah Penghuni Rumah.....	66
Gambar 6 Tempat Pembelian Token.....	68
Gambar 7 Jumlah Voucher yang Sering Dibeli.....	69
Gambar 8 Tanggapan Responden.....	75
Gambar 9 Tanggapan Responden.....	76
Gambar 10 Tanggapan Responden.....	77
Gambar 11 Tanggapan Responden.....	79
Gambar 12 Tanggapan Responden.....	81
Gambar 13 Tanggapan Responden.....	82

Gambar 14 Tanggapan Responden.....	84
Gambar 15 Tanggapan Responden.....	85
Gambar 16 Tanggapan Responden.....	87
Gambar 17 Tanggapan Responden.....	88
Gambar 18 Tanggapan Responden.....	89
Gambar 19 Tanggapan Responden.....	91
Gambar 20 Tanggapan Responden.....	93
Gambar 21 Tanggapan Responden.....	94
Gambar 22 Tanggapan Responden.....	95
Gambar 23 Tanggapan Responden.....	97
Gambar 24 Tanggapan Responden.....	98
Gambar 25 Tanggapan Responden.....	100
Gambar 26 Tanggapan Responden.....	101
Gambar 27 Tanggapan Responden.....	103
Gambar 28 Tanggapan Responden.....	104
Gambar 29 Grafik Normal Probability Plot.....	105

DAFTAR TABEL

BAB II

Tabel 1 Luas Daerah dan Jumlah Penduduk Rumah Tangga DIY	55
Tabel 2 Jumlah Desa Pelanggan PT.PLN (Persero)	56
Tabel 3 Pegawai PT.PLN (Persero).....	57

BAB III

Tabel 4 Jumlah Pemakaian Listrik.....	65
Tabel 5 Jumlah Penghuni Rumah.....	66
Tabel 6 Tempat Pembelian Token.....	67
Tabel 7 Jumlah Voucher yang Sering Dibeli.....	69
Tabel 8 Hasil Uji Validitas.....	71
Tabel 9 Hasil Analisis Reliabilitas.....	73
Tabel 10 Tanggapan Responden.....	74
Tabel 11 Tanggapan Responden.....	75
Tabel 12 Tanggapan Responden.....	77
Tabel 13 Tanggapan Responden.....	78
Tabel 14 Tanggapan Responden.....	80

Tabel 15 Tanggapan Responden.....	81
Tabel 16 Tanggapan Responden.....	83
Tabel 17 Tanggapan Responden.....	84
Tabel 18 Tanggapan Responden.....	86
Tabel 19 Tanggapan Responden.....	87
Tabel 20 Tanggapan Responden.....	89
Tabel 21 Tanggapan Responden.....	90
Tabel 22 Tanggapan Responden.....	92
Tabel 23 Tanggapan Responden.....	93
Tabel 24 Tanggapan Responden.....	95
Tabel 25 Tanggapan Responden.....	96
Tabel 26 Tanggapan Responden.....	98
Tabel 27 Tanggapan Responden.....	99
Tabel 28 Tanggapan Responden.....	100
Tabel 29 Tanggapan Responden.....	102
Tabel 30 Tanggapan Responden.....	103
Tabel 31 Anova.....	106

Tabel 32 Coefficients.....	107
----------------------------	-----

DAFTAR BAGAN

BAB I

Bagan 1.....	13
Bagan 2.....	21

ABSTRACT

This study aims to examine the effect of Quality service level at Smart Electricity PT.PLN (Persero) Yogyakarta Area on Customer Satisfaction. Customer satisfactions is the customer response to the discrepancy between the previous interest rate and actual performance had felt after the use. One of the factors that determine customer satisfactions is the customer perception of service quality which focuses on five dimensions of service quality, namely reliability, assurance, tangible, responsiveness, and empathy.

This research is intended to know influence of service quality (reliability, assurance, tangible, responsiveness, and empathy) either partially or simultaneously to the consumers satisfaction. The theory used in this research is marketing management theory related to the service quality. It uses descriptive quantitative and case study using survey. This is also explanatory. The technique of data collection is distributing the questionnaire to the sample for 150 respondents from . The sampling technique's using simple random sampling method, that selecting anymore whose during the research. The data was collected through questionnaires which have been tested for validity and reliability, where as the quantitative analysis was using Pearson correlations. To test the hypothesis, it uses simple regression by using t-test.

The result of study shows that service quality can be seen from 5 dimensions: reliability, assurance, tangible, responsiveness, and empathy are partial . significant influence to the satisfaction of customers of Smart Electricity PT. PLN (Persero) Yogyakarta area.

Keywords: Quality service level at Smart Electricity PT.PLN (Persero), Satisfaction, Smart Electricity, reliability, assurance, tangible, responsiveness, empathy.

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Era globalisasi saat ini, menuntut organisasi ataupun perusahaan untuk senantiasa meningkatkan pelayanan secara profesional sesuai dengan bidangnya masing-masing. 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 meningkatkan kualitas pelayanan. Begitu pula dengan Perusahaan Listrik Negara (PLN), haruslah bisa membuat inovasi baru. Apalagi PLN bertugas menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum yang kebutuhannya meningkat setiap tahunnya. Industri di Indonesia semakin berkembang, sehingga membutuhkan tenaga listrik yang lebih banyak. Oleh karena itu diperlukan adanya peningkatan inovasi untuk menarik pelanggan baru dan memperluas hubungan pelanggan.

Listrik sebagai sumber kehidupan masyarakat, mempunyai fungsi sebagai penerang dan energi dalam mengembangkan segala bentuk usaha dan aktivitas sehari-hari. Dan tidak dapat dipungkiri bahwa listrik memang sangat dibutuhkan oleh masyarakat.

Demikian pula di Yogyakarta kebutuhan jasa listrik dari tahun ke tahun semakin menunjukkan peningkatan. Seperti yang dikatakan oleh bagian unit pelayanan listrik pintar PT.PLN (Persero) Area Yogyakarta

bahwa hingga saat ini sudah mencapai 99.145 rumah warga yang menggunakan listrik pintar. Peningkatan akan dibutuhkannya jasa listrik ini merupakan dampak yang positif untuk menunjang tersalurnya potensi yang dimiliki PLN dalam upaya menciptakan inovasi yang dapat meningkatkan kualitas pelayanan tersebut.

Dalam konsep Islam mengajarkan bahwa dalam kita sebagai umat muslim harus berbuat baik kepada sesama. Hal ini tampak dalam Al-Quran surat An-nisa' ayat 36, yang menyatakan bahwa:

﴿وَأَعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَبِذِي
الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ
الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَابْنِ السَّبِيلِ وَمَا مَلَكَتْ
أَيْمَانُكُمْ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ مَن كَانَ مُخْتَالًا فَخُورًا ﴿٣٦﴾

Artinya:

“Sembahlah Allah dan janganlah kamu mempersekutukan-Nya dengan sesuatupun. Dan berbuat baiklah kepada dua orang ibu-bapak, karib kerabat, anak-anak yatim, orang-orang miskin, tetangga yang dekat dan tetangga yang jauh, teman sejawat, ibnu sabil, dan hamba sahayamu. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang sombong dan membangga-banggakan diri.” (An-Nisa` : 36)

Dari ayat diatas kita mengajarkan kepada kita untuk berbuat baik kepada sesama manusia dengan tidak melihat pangkat, keturunan, ataupun hartanya. Dapat juga disamakan dengan berbuat baik dalam pelayanan yang diberikan. Begitu pula sudah seharusnya unit pelayanan listrik pintar

PT.PLN (Persero) memberikan pelayanan yang baik kepada konsumennya.

Di Indonesia sendiri PT. Perusahaan Listrik Milik Negara (PLN) sudah lama ada dan berkembang untuk memenuhi kebutuhan rakyat akan energi listrik. PT. PLN (Persero) di Indonesia memiliki dua program unggulan yaitu listrik pasca bayar dan listrik pra bayar (listrik pintar). Kedua program tersebut dapat dinikmati masyarakat di seluruh Indonesia termasuk Area Yogyakarta.

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, Voucher Listrik Prabayar diharapkan mampu menjangkau masyarakat lebih luas. Layanan listrik Prabayar ini menggunakan alat khusus yang berbeda dengan layanan listrik pasca bayar/biasa. Alat khusus ini dinamakan kWhMeter (Meteran Listrik) PraBayar, atau lebih dikenal sebagai Meter Prabayar. (www.pln.co.id)

Dengan listrik pintar, setiap pelanggan bisa mengendalikan sendiri penggunaan listriknya sesuai kebutuhan dan kemampuannya. Seperti halnya pulsa isi ulang pada telepon seluler, maka pada sistem listrik pintar,

pelanggan juga terlebih dahulu membeli pulsa (voucher/token listrik isi ulang) yang terdiri dari 20 digit nomor yang bisa diperoleh melalui gerai ATM sejumlah Bank atau melalui loket-loket pembayaran tagihan listrik online. 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 :

1. Informasi jumlah energi listrik (kWH) yang dimasukkan (diinput).
2. Jumlah energi listrik (kWH)) yang sudah terpakai selama ini
3. Jumlah energi listrik yang sedang terpakai saat ini (*real time*).
4. Jumlah energi listrik yang masih tersisa. (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).

Pelayanan pada unit pelayanan listrik pintar memiliki keterkaitan yang erat dengan kepuasan pelanggan listrik pintar. Pelayanan pada unit pelayanan listrik pintar memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Oleh karena itu peneliti

merasa tertarik untuk meneliti seberapa besar pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan (survey pada pelanggan listrik pintar PT. PLN (Persero) area Yogyakarta).

B. Rumusan Masalah

Seberapa besar pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada program listrik pintar PT PLN (Persero) Area Yogyakarta?

C. Tujuan Penelitian

Mengetahui seberapa besar pengaruh signifikan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada program listrik pintar PT PLN (Persero) Area Yogyakarta.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

- a. Memberikan kontribusi terhadap berkembangnya ilmu-ilmu sosial, khususnya ilmu komunikasi
- b. Dapat dipakai sebagai acuan bagi penelitian-penelitian sejenis untuk tahap selanjutnya.

2. Manfaat Praktis

- a. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam memahami tentang seberapa besar pengaruh pelayanan terhadap kepuasan

pelanggan pada program listrik pintar PT PLN (Persero) Area Yogyakarta.

- b. Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan tentang pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada program listrik pintar PT PLN (Persero) Area Yogyakarta.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi kepada unit pelayanan listrik pintar PT PLN (Persero) Area Yogyakarta agar dapat mengetahui seberapa besar kepuasan konsumennya.

E. Tinjauan Pustaka

Sebagai salah satu bahan acuan dari penelitian ini adalah penelitian yang telah dilaksanakan sebelumnya. Dengan harapan agar tidak terjadi pengulangan atau kesamaan penelitian yang telah ada serta untuk mengetahui dan membandingkan penelitian ini dengan penelitian yang sebelumnya. Adapun penelitian yang menjadi referensi peneliti adalah sebagai berikut:

Penelitian yang menjadi landasan lainnya adalah Strategi Humas Dalam Menjalin *Customer Relations* dan Menangani Keluhan Pelanggan (Study Deskriptif kualitatif pada PT. Perusahaan Listrik Negara Area Pelayanan dan Jaringan Yogyakarta) yang ditulis oleh Dwi Utari Rahayu seorang mahasiswi dari Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dalam penelitiannya ia menjelaskan bagaimana strategi

Humas PLN dalam menjalin *customer relations* dan menangani keluhan masyarakat yang sering mati lampu. Kesamaan penelitian ini adalah sama-sama tempat penelitiannya di PLN. Sedangkan perbedaannya pada jenis metode yang diambil, karena Dwi menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan teori-teori dari *customer relations* dan strategi humas dalam menjalin *customer relations* sedangkan peneliti menggunakan metode kuantitatif (Survei) dengan menggunakan teori yang berhubungan dengan pelayanan publik dan kepuasan pelanggan.

Pengaruh kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen di Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta yang disusun oleh Tamitania, Mahasiswi Ilmu Komunikasi Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta. Tamitania menjelaskan bahwa adanya pengaruh kualitas pelayanan yang dijalankan oleh intern perusahaan, sehingga menumbuhkan loyalitas konsumen dari Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta. Kesamaan penelitian ini adalah sama-sama ingin mengetahui kualitas pelayanan di suatu instansi atau perusahaan. Namun perbedaannya penelitian Tami berfokus pada loyalitas konsumen di Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta dengan memasukkan teori komunikasi pemasaran, strategi meningkatkan kepuasan pelanggan, dan teori loyalitas, sedangkan yang ingin peneliti teliti adalah kepuasan konsumen di PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Yogyakarta dengan menggunakan teori pelayanan publik dan kepuasan konsumen.

F. Landasan Teori

1. Pelayanan

Pelayanan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (2005: 646) dinyatakan: “Pelayanan adalah perihal dan memudahkan yang diberikan sehubungan dengan jual beli barang dan jasa.”

Sedangkan definisi yang lebih rinci diberikan oleh Gronroos (dalam Ratminto dan Atik, 2005: 2): “Pelayanan adalah suatu aktifitas 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.”

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

Selain itu Moenir 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 haknya” (Moenir, 2008: 27).

Hal ini menjelaskan bahwa pelayanan adalah bentuk sistem, prosedur atau metode tertentu yang diberikan kepada orang lain dalam hal 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.

Menurut Zeithaml, Parasuraman & Berry (dalam Ratminto & Atik, 2012: 175-176) ada lima dimensi layanan yang harus dipenuhi dalam pelayanan, yaitu:

1. *Tangible* yaitu ketampakan fisik, artinya petampakan fisik dari gedung, peralatan pegawai dan fasilitas-fasilitas lain yang dimiliki oleh *providers*.
2. *Responsiveness* adalah kerelaan untuk menolong konsumen dan menyelenggarakan pelayanan secara ikhlas.
3. *Reliability* adalah kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.
4. *Assurance* adalah pengetahuan dan kesopanan para pekerja dan kemampuan mereka dalam memberikan kepercayaan kepada konsumen.
5. *Empathy* adalah perilaku atau perhatian pribadi yang diberikan oleh *providers* kepada konsumen

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

- a) *Intangibility* (tidak terwujud); 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.
- b) *Inseparability* (tidak dipisahkan); dijual lalu diproduksi dan dikonsumsi secara bersama 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 pelayanan.
- c) *Variability* (berubah-ubah dan bervariasi); Jasa beragam, selalu mengalami perubahan, tidak selalu sama kualitasnya bergantung pada siapa yang menyediakan dan kapan serta dimana disediakan.
- d) *Perishability* (cepat hilang, tidak tahan lama); jasa tidak dapat disimpan dan permintaannya berfluktuasi. Daya tahan suatu jasa layanan tergantung kepada situasi yang diciptakan oleh berbagai faktor.

2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan merupakan tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan kinerja (hasil) yang dirasakan dibandingkan dengan

hasil sebelumnya. Tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Apalagi kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas (Barnes, 2001:72).

Mengukur tingkat kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi melalui dua komponen, antara lain (Rangkuti, 2002: 23):

- 1) *Desire Service*: suatu pelayanan yang diharapkan akan diterima.
Berupa tanggapan pelanggan sebelum menerima pelayanan.
- 2) *Adequate service* suatu pelayanan yang cukup dapat diterima.
Berupa tanggapan pelanggan setelah menerima pelayanan.

Kepuasan konsumen jangka panjang menjadi tujuan dari semua aktivitas pemasaran bagi semua organisasi atau perusahaan. Fokus dari pendekatan berbasis hubungan untuk berbisnis adalah pemahaman tentang apa yang diinginkan dan dibutuhkan konsumen dan memandang konsumen sebagai aset jangka panjang yang akan memberikan pemasukan yang terus menerus selama kebutuhan konsumen terpenuhi (Barnes, 2001: 11).

Secara umum dapat dikatakan bahwa kepuasan pelanggan merupakan *profit generated* dalam dunia bisnis. Secara lebih jelas, manfaat dari kepuasan pelanggan adalah sebagai berikut (Kancana, 2005: 34-35):

- 1) Pelanggan yang puas akan menciptakan pengalamannya kepada teman, saudara, atau orang lain. Artinya, dengan terjadi

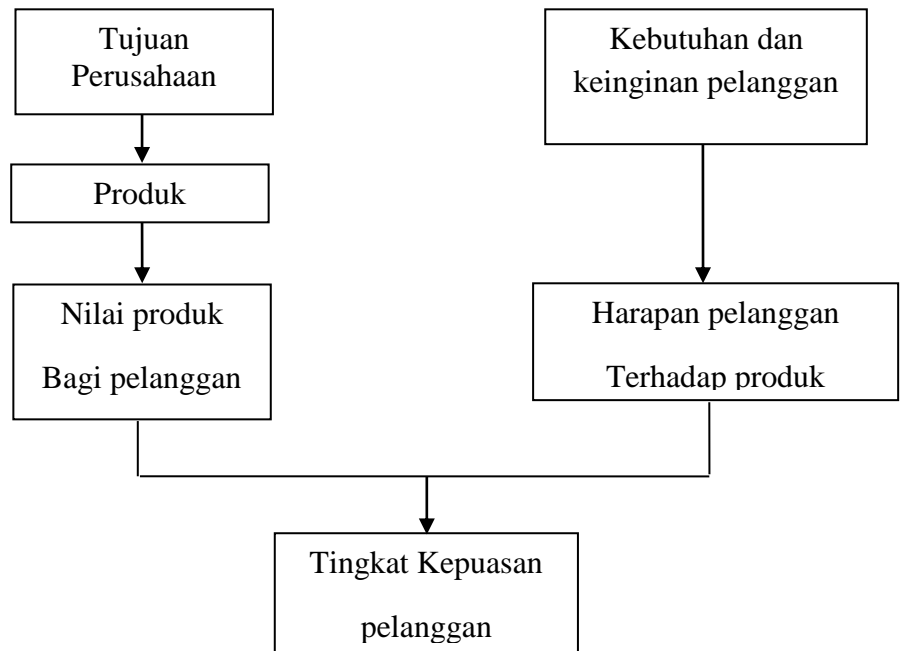
word-of mouth positif, dengan demikian pelanggan tersebut merupakan pengiklan yang baik bagi perusahaan, dan perusahaan tidak perlu membayarnya.

- 2) Pelanggan yang puas tidak segan-segan untuk membayar produk/jasa yang dikonsumsi dengan harga yang lebih tinggi. Logikanya, pelanggan tidak ingin beresiko mendapatkan pengalaman yang tidak memuaskan apabila pindah mengkonsumsi produk/jasa.
- 3) Perusahaan yang mempunyai peringkat kepuasan yang tinggi terlihat lebih mampu menahan tekanan kompetisi harga.
- 4) Pelanggan yang puas biasanya tidak segan-segan menawarkan ide-ide kreatif kepada perusahaan. Rasionalitasnya, ide tersebut kalau dilaksanakan oleh perusahaan, maka yang merasa paling beruntung adalah pelanggan itu sendiri.
- 5) Pelanggan yang puas akan melakukan pembelian ulang. Jadi, omset penjualan dari pelanggan yang puas relatif bisa diperhitungkan.
- 6) Pelanggan yang puas menjadi lebih waspada terhadap iklan produk sejenis dari perusahaan yang berbeda. Pelanggan yang puas tidak mudah tergoda untuk melakukan *switching* (perpindahan).

Dari keterangan di atas dapat disimpulkan bahwa pelanggan yang puas akan memberikan manfaat besar bagi perusahaan, disamping

dapat menambah profit tetapi juga dapat membentuk citra yang baik bagi perusahaan itu sendiri.

Bagan 1



Konsep Kepuasan Pelanggan

(sumber: Tjiptono, 1997: 74)

Suatu perusahaan dalam memasarkan produknya pastinya mempunyai alasan mengapa meluncurkan produk tersebut. Pada dasarnya, perusahaan menginginkan produknya disukai konsumen yang memenuhi kebutuhan serta mewujudkan harapan sehingga serasa puas. Secara idealnya, perusahaan menciptakan produk berkualitas yang sejalan dengan kebutuhan dan keinginan konsumen agar terwujud harapan konsumen terhadap produk perusahaan sehingga menumbuhkan tingkat kepuasan konsumen

yang akhirnya dapat menciptakan konsumen yang dapat menguntungkan perusahaan.

G. Hipotesis

Hipotesis penelitian merupakan saran penelitian ilmiah yang penting karena merupakan instrumental saran penelitian kerja teori. Hipotesis adalah jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, di mana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena, jawaban yang diberi baru didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiono, 2012: 70).

Berdasarkan latar belakang masalah serta kerangka pemikiran yang telah disampaikan diatas, maka hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini adalah

1. Hipotesis kerja (H^a), hipotesis alternatif/ kerja mengatakan adanya hubungan antara variabel X dan Y. dengan keterangan jika variabel X naik, maka variabel Y pun naik.
2. Hipotesis Nol (H^0), hipotesis nol/statistik, adalah hipotesis yang diuji dengan perhitungan statistik hipotesis nol tidak ada hubungan antara dua variabel atau tidak adanya pengaruh variabel X dan variabel Y.

Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H^a: Terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara penerapan pelayanan di unit pelayanan listrik pintar terhadap kepuasan konsumen di PT PLN (Persero).

H^o: Tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara penerapan pelayanan di unit pelayanan listrik pintar terhadap kepuasan konsumen di PT PLN (Persero).

H. Metodologi Penelitian

1. Desain Penelitian

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

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey, dengan meneliti populasi yang relatif luas dengan cara menentukan sampel yang mewakili (representatif) dari populasi yang diteliti (Sugiyono, 2011:7). Metode survey ini dilakukan dengan menyebarkan kuisioner/angket, dokumentasi, dan wawancara. Penelitian ini menghubungkan dua variabel saja yaitu pelayanan PLN Yogyakarta

dan kepuasan pelanggan sehingga kolerasinya disebut kolerasi sederhana.

Subjek dari penelitian ini adalah pelanggan listrik pintar PT.PLN (Persero) area Yogyakarta. Sedangkan objek dari penelitian ini adalah pelayanan dari unit pelayanan listrik pintar PT.PLN (Persero). kemudian akan dianalisis secara cermat sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan.

2. Definisi Konseptual

a. Pelayanan

Pelayanan merupakan upaya yang dilakukan perusahaan untuk memberikan pelayanan secara nyata kepada para konsumen sesuai dengan harapan para konsumen. lima dimensi layanan yang harus dipenuhi dalam pelayanan (Ratminto & Atik, 2012: 175-176):

- 1) *Tangible* yaitu ketampakan fisik , artinya petampakan fisik dari gedung, peralatan pegawai dan fasilitas-fasilitas lain yang dimiliki oleh *providers*.
- 2) *Responsivines* adalah kerelaan untuk menolong konsumen dan menyelenggarakan pelayanan secara ikhlas.
- 3) *Realibility* adalah kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan.

- 4) *Assurance* adalah pengetahuan dan kesopanan para pekerja dan kemampuan mereka dalam memberikan kepercayaan kepada konsumen.
- 5) *Emphaty* adalah prilaku atau perhatian pribadi yang diberikan oleh providers kepada konsumen.

b. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler, 2005: 70). Mengukur tingkat kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh (Rangkuti, 2002: 23):

- 1) *Desire Service*: suatu pelayanan yang diharapkan akan diterima.
Berupa tanggapan pelanggan sebelum menerima pelayanan.
- 2) *Adequate service* suatu pelayanan yang cukup dapat diterima.
Berupa tanggapan pelanggan setelah menerima pelayanan.

3. Definisi 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:

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

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

1) Bukti Fisik

Bukti fisik merupakan fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi (Tjiptono, 2006: 70). Selanjutnya variabel bukti fisik (*tangible*) diukur dengan indikator sebagai berikut (Assegaff, 2009: 176):

- a) Ketersediaan perlengkapan kerja
- b) Layanan informasi yang mendukung
- c) Teknologi yang digunakan

2) 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) :

- a) Ketepatan waktu bila berjanji
- b) Jujur dalam pelayanan
- c) Berusaha menghindari kesalahan

3) 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) :

- a) Siap membantu pelanggan
- b) Kecepatan dalam pelayanan
- c) Komunikasi yang lancar

4) 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) :

- a) Pelayanan sopan
- b) Trampil dalam melaksanakan tugas
- c) Pengetahuan memadai

5) 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) :

- a) Perhatian kepada pelanggan
- b) Tanggungjawab keamanan dan kenyamanan
- c) Mengutamakan kepentingan pelanggan.

b. Variabel terikat (*dependent*), yaitu : Kepuasan Pelanggan

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

1) *Desire Service*

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

- a) Kemudahan memperoleh informasi
- b) Kemudahan untuk melakukan transaksi
- c) Mutu pelayanan

2) *Adequate Service*

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

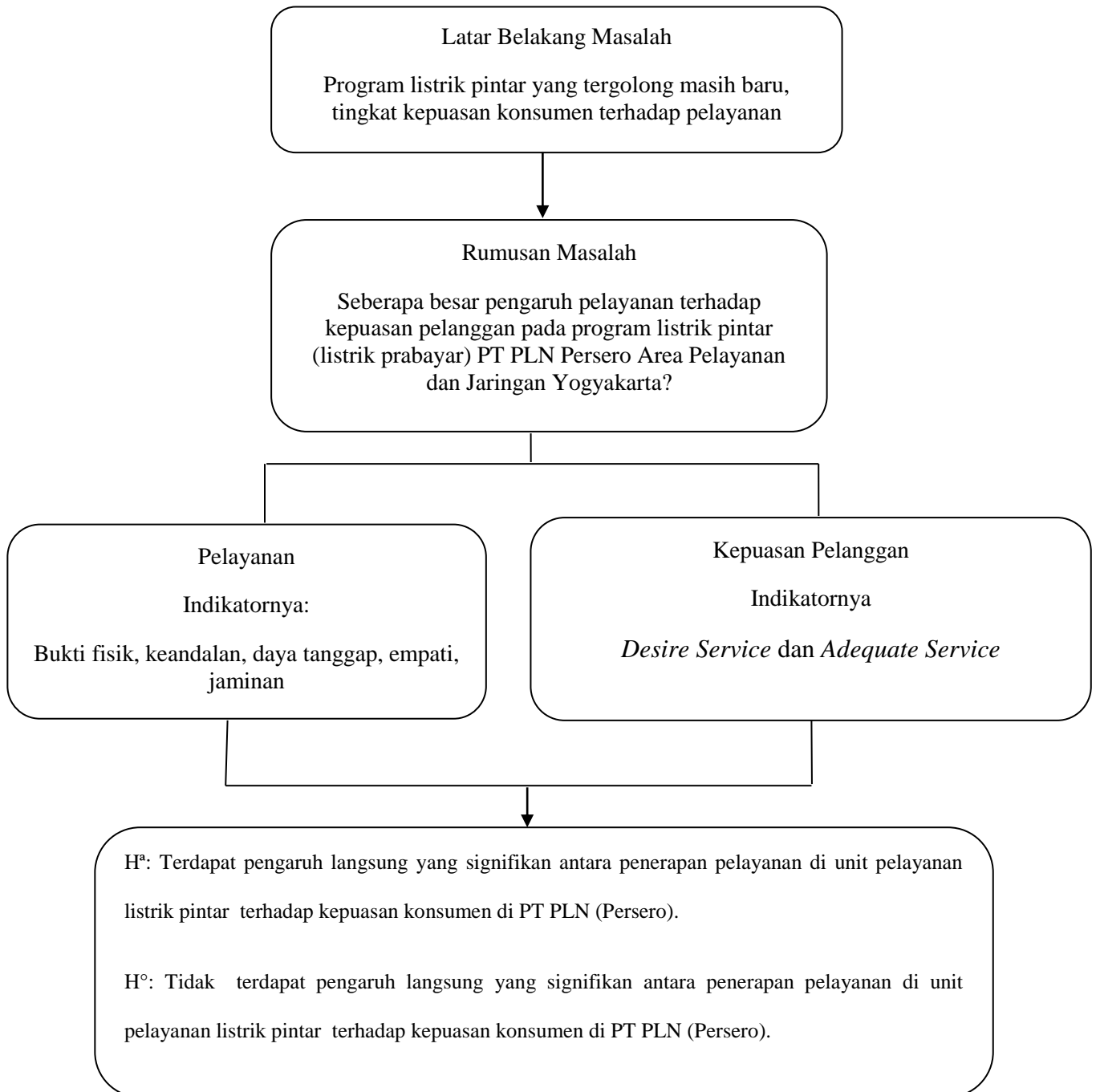
Indikator untuk mengukurnya:

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

4. Kerangka Pemikiran

Bagan 2

Kerangka Berfikir



Sumber: Diolah oleh peneliti

5. Populasi dan Sampel

a. 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 Yogyakarta. Populasi yang di ketahui sebanyak 10.691 kepala rumah tangga yang menggunakan layanan listrik prabayar.

b. 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 Yogyakarta. Karena dari data yang di berikan PT. PLN (Persero) Kota Yogyakarta adalah kota yang pelanggannya terbanyak dari kabupaten-kabupaten lainnya yang ada di DI Yogyakarta. 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 Yogyakarta adalah 10.691 pelanggan. Dengan demikian dapat diketahui bahwa sampel merupakan bagian dari populasi dan dapat mewakili populasi secara keseluruhan. Besarnya sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin (Prasetyo, 2010: 137-138)

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

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel dalam penelitian ini diambil nilai e = 10%

Diketahui:

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

$$n = 10.691$$

$$n = \frac{10.691}{1+10.691 \cdot 10\%^2}$$

$$n = \frac{10.691}{1+10.691 (0.01)}$$

$$n = \frac{10.691}{1+106.91}$$

$$n = \frac{10.691}{107,91}$$

$$n = 99,07$$

$$n = 99 \text{ orang}$$

Berdasarkan perhitungan di atas maka peneliti menetapkan sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini adalah 99 orang responden. Akan tetapi mengingat jumlah populasi yang cukup banyak, sehingga peneliti menambah 51 orang responden. jadi jumlah sampel yang akan digunakan adalah sebanyak 150 responden yang akan disebar di Kota Yogyakarta.

6. Metode dan Instrumen Pengumpulan Data

a. Jenis Data

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

1) Data primer

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

2) 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.

b. Metode Pengumpulan data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan adalah

1) Survey

Kerlinger mengemukakan bahwa, penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distributif, dan hubungan-hubungan antara variabel. (Sugiyono, 2012: 7).

2) 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.

3) Observasi Lapangan

Observasi lapangan atau pengamatan lapangan (*Field Observation*) adalah kegiatan yang setiap saat

dilakukan, dengan kelengkapan panca indra yang dimiliki.

(Ardianto, 2011: 179)

c. Instrumen Pengumpulan data

Instrumen pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan kuesioner tertutup. Pertanyaan pada angket berpedoman pada indikator-indikator variabel, pengerjaannya dengan memilih salah satu alternative jawaban yang disesuaikan.

Pengukuran kuesioner diukur dengan menggunakan Skala Likert (*Likert Scarle*), dimana variabel yang diukur di jabarkan menjadi indikator variabel. Metode ini digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau kelompok orang tentang fenomena sosial (Sugiyono 2012: 107).

1. SS : sangat setuju diberi bobot 5
2. S : setuju di beri bobot 4
3. N : Ragu-Ragu atau netral di beri bobot 3
4. TS : Tidak setuju diberi bobot 2
5. STS : sangat tidak setuju diberi bobot 1

7. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas berdasarkan kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana suatu alat ukur itu mengukur sesuatu (Ardianto, 2011: 188). Dengan kata lain, validitas digunakan untuk melihat sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Validitas dibatasi sebagai tingkat kemampuan suatu alat ukur untuk mengungkapkan sesuatu yang menjadi sasaran pokok pengukuran yang dilakukan alat ukur tersebut.

Uji validitas dilakukan untuk mengungkapkan apakah pertanyaan pada kuesioner tersebut sah atau tidak. Uji validitas penting untuk mengukur seberapa cermat suatu tes melakukan fungsi ukur atau telah benar-benar dapat mencerminkan variabel yang dapat diukur. Teknik korelasi yang digunakan adalah Korelasi *Product Moment*, yaitu membandingkan hasil probabilitas koefisien korelasi $r(xy)$ dengan taraf signifikan 5 % atau (0,05). Dengan formula validitas instrumen sebagai berikut: (Sutrisno dalam Bawono, 2006: 179).

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

Keterangan:

$r(xy)$: Koefisien korelasi setiap pertanyaan per item

x : Skor total dari semua sampel

y : Skor Total dari setiap item

n : Jumlah sampel

instrumen di uji coba pada sampel dari populasi yang diambil jumlah anggota sampel yang digunakan sebanyak 30 orang. Untuk melakukan uji coba validitas, peneliti melakukan penyebaran angket kepada 30 responden, untuk memastikan apakah terdapat item pertanyaan yang valid, atau tidak valid dari masing-masing sub variabel, dengan menggunakan program SPSS 17 for Windows Evaluation Version.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menguji data yang kita peroleh ataupun dari kuesioner yang dibagikan. Jawaban dari kuesioner dikatakan reliabilitas atau handal jika jawaban responden tersebut konsisten dari waktu ke waktu. Teknik yang digunakan pada pengukuran reliabilitas ini adalah menggunakan teknik *Cronbach Alpha* yaitu uji koefisien terhadap skor jawaban responden yang dihasilkan dari penggunaan instrument penelitian. Jika varian dan kovarian dari komponen-komponen tidak sama maka tidak dapat

menghilangkan satu dengan yang lainnya (Yogiyanto, 2005: 136)

Pada penelitian uji reliabilitas yang digunakan yaitu menggunakan alat ukur dengan teknik *Alpha Cronbach* dari Arikunto (2002:171)

Rumus :

$$R = \frac{k}{k - 1 \times [1 - \sum(\{\sigma_i^2/\sigma^2\})]}$$

Keterangan :

R = Koefisien reliabilitas yang dicari

K = Jumlah butir pertanyaan

σ_i^2 = Variasi butir-butir pertanyaan

σ^2 = Variasi Skor

Penelitian ini menggunakan teknik *Alpha Cronbach* ini untuk menguji setiap butiran pertanyaan agar dapat dipercaya dan digunakan dalam angket. Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila hasil $\alpha > 0,60$ = reliabel dan hasil $\alpha < 0,60$ = tidak reliabel. (Nurgiyantoro, 2004: 352)

Adapun taraf signifikannya adalah 95% maka butiran pertanyaan dinyatakan reliabel, maksudnya yaitu untuk mencari data yang benar, maka penulis menggunakan taraf

kesalahan sebesar 5% dengan bantuan program SPSS 16 *for Windows Evaluation Version*.

8. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana dilandaskan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel dependen (Sugiyono, 2012:243). Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk menyatakan ada atau tidaknya hubungan antara variabel X dan Y, dan jika ada hubungan bagaimanakah arah hubungan dan seberapa besar hubungan tersebut. Persamaan umum regresi linear sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Subjek dalam variabel dependen

a = Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, dan bila (-) maka terjadi penurunan.

X = Subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.

Pada penelitian ini, analisis regresi linear sederhana dilakukan dengan menggunakan bantuan komputer yaitu dengan menggunakan bantuan program SPSS V.16 *for windows*.

BAB IV

KESIMPULAN dan SARAN

A. KESIMPULAN

Hasil penelitian mengenai pengaruh pelayanan unit pelayanan listrik pintar terhadap kepuasan pelanggan PT.PLN (Persero) area Yogyakarta, dapat dibuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Didapatkan bahwa besarnya pengaruh variabel pelayanan terhadap variabel kepuasan konsumen dapat dilihat dari besarnya korelasi seluruh butir pernyataan variabel mempunyai r hitung $>$ r tabel dengan r tabel = 0,361 dan dinyatakan reliabel jika mempunyai r hitung $>$ r tabel dengan koefisien reliabilitas r tabel = 0,60. Dari seluruh item dinyatakan valid dan reliabel.
2. Didapatkan persamaan regresi $Y = 30.688 + 1.170X$ artinya sedua variabel independen berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Apabila variabel independen naik, maka variabel dependen juga meningkat dan jika variabel independen, menurun maka variabel dependen juga menurun.
3. Kualitas pelayanan unit pelayanan listrik pintar berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, artinya apabila naik atau semakin tinggi tingkat kualitas pelayanan maka akan semakin naik atau semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan listrik pintar PT.PLN (Persero) area Yogyakarta.

4. Pengujian variabel pelayanan dengan indikator bukt fisik (*tangible*), keandalan (*reliability*), daya tanggap (*responsiveness*), jaminan (*assurance*) dan empati (*empathy*) dinyatakan berpengaruh terhadap variabel kepuasan konsumen *Desire Service* dan *Adequate service*. Dari kelima indikator tadi terbukti mempunyai pengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Dengan meningkatnya pelayanan diharapkan akan menumbuhkan kesadaran kepada masyarakat untuk memillih menggunakan listrik pintar, dan berusaha untuk hidup hemat, sehingga akan berdampak positif untuk masyarakat Yogyakarta

B. SARAN

Adapun saran yang diajukan oleh penulis yaitu sebagai berikut:

1. Bagi pihak manajemen unit pelayanan listrik pintar PT.PLN (Persero) hendaknya mempertahankan pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan. Dan terus berupaya meningkatkan pelayanan agar lebih baik lagi. Sehingga pelanggan tetap merasa puas dan dapat menjadikan pelanggan agar memiliki loyalitas tinggi terhadap produk listrik pintar.
2. Bagi unit pelayanan listrik pintar PT.PLN (Persero) hendaknya masih tetap terbuka menerima kritik dan saran dari berbagai pihak, agar dapat menampung dan memperbaiki hal-hal yang dikomplainkan pelanggan, demi memberikan kepuasan sesuai dengan apa yang diharapkan para pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Departemen Agama RI.1995. *AL-Qur'an dan Terjemahannya*. Semarang: Toha Putra.
- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metodologi Penelitian untuk Public Relations kualitataif dan kuantitaif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, Suharsimi. 1993. *Manajemen Penelitian*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Barnes, James G. 2001. *Secret Of Costomer Relationship Management*. yogyakarta: Andi
- Hardjoseodarmo, Soewarso. 1996. *Dasar-Dasar Total Quality Management*. Yogyakarta: Andi
- Indrianto, Nur, Bambang Supomo. 1999. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta : BPFE
- Iriantara, Yosan. 2008. *Community relation*. Bandung: simbiosis Rekatama media.
- Kancana, Sauprika. 2005. *Kualitas, Value dan Kepuasan Pelanggan (Dalam Perspektif Industri jasa)*, Jurnal AB UPN “Veteran” Yogyakarta.
- Kotler, Philip. Alih Bahasa: Benyamin Molan. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kesebelas. Jilid 2. Jakarta: PT. Intan Sejati Klaten.
- Mas'ud, Fuad. 2004. *Survai Diagnosis Organisasional : Konsep dan Aplikasi*. Semarang: UNDIP.
- Moenir, A.S. 2006. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Bandung: PT Bumi Aksara
- Napitulu, Paimin. 2007. *Pelayanan Publik & Costomer Satisfaction*. Bandung: PT Alumni.
- Nurgiyantoro, Burhan, Gunawan dan Marzuki. 2004. *Statistik Terapan : Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial*. Cetakan Ketiga (Revisi). Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Prasetyo, dkk. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif teori dan aplikasi*. Jakarta: Raja Wali Pers
- Ratminto, Atik Septi Winarsih. 2005. *Manajemen Pelayanan*. Jakarta: Pustaka pelajar
- Rangkuti, Freddy. 2002. *Measuring Costomer Satisfaction*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama

Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Administrasi dengan Metode R&D*. Bandung: CV Alfabeta.

Singarimbun & Effendy. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES

Soehardi Sigit. 2001. *Pengantar Metodologi Penelitian Sosial Bisnis Manajemen*. Yogyakarta: BPFE Universitas Sarjanawiyata Taman Siswa.

Tiptono, Fandy. 1997. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi Offset

Tjiptono, Fandy. 2006. *Manajemen Jasa. Edisi Keempat*. Yogyakarta: Andi.

Skripsi:

Dwi Utari Rahayu. 2012. *Strategi Humas Dalam Menjalin Customer Relations dan Menangani Keluhan Pelanggan (Study Deskriptif kualitatif pada PT. Perusahaan Listrik Negara Area Pelayanan dan Jaringan Yogyakarta)*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

Tamitani. 2009. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Konsumen di Suzuki Medan Jaya Group Yogyakarta*. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Pembangunan Nasional “Veteran”, Yogyakarta.

Internet:

<http://www.pln.co.id>

<http://hizbut-tahrir.or.id/2012/10/31/kuasai-kembali-migas-milik-rakyat>

NILAI-NILAI r PRODUCT MOMENT

N	Tarf Signif		N	Tarf Signif		N	Tarf Signif	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0.997	0.999	27	0.381	0.487	55	0.266	0.345
4	0.950	0.990	28	0.374	0.478	60	0.254	0.330
5	0.878	0.959	29	0.367	0.470	65	0.244	0.317
6	0.811	0.917	30	0.361	0.463	70	0.235	0.306
7	0.754	0.874	31	0.355	0.456	75	0.227	0.296
8	0.707	0.834	32	0.349	0.449	80	0.220	0.286
9	0.666	0.798	33	0.344	0.442	85	0.213	0.278
10	0.632	0.765	34	0.339	0.436	90	0.207	0.270
11	0.602	0.735	35	0.334	0.430	95	0.202	0.263
12	0.576	0.708	36	0.329	0.424	100	0.195	0.256
13	0.553	0.684	37	0.325	0.418	125	0.176	0.230
14	0.532	0.661	38	0.320	0.413	150	0.159	0.210
15	0.514	0.641	39	0.316	0.408	175	0.148	0.194
16	0.497	0.623	40	0.312	0.403	200	0.138	0.181
17	0.482	0.606	41	0.308	0.398	300	0.113	0.148
18	0.468	0.590	42	0.304	0.393	400	0.098	0.128
19	0.456	0.575	43	0.301	0.389	500	0.088	0.115
20	0.444	0.561	44	0.297	0.384	600	0.080	0.105
21	0.433	0.549	45	0.294	0.380	700	0.074	0.097
22	0.423	0.537	46	0.291	0.376	800	0.070	0.091
23	0.413	0.526	47	0.288	0.372	900	0.065	0.086
24	0.404	0.515	48	0.284	0.368	1000	0.062	0.081
25	0.396	0.505	49	0.281	0.364			
26	0.388	0.496	50	0.279	0.361			

Koesioner Penelitian

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN

(Survey pada Pelanggan Listrik Pintar PT PLN (Persero) Area Yogyakarta)

Kepada Yth

Bapak/Ibu/ Sdr/i

Di Tempat

1. Dengan segala kerendahan hati dan harapan, penulis mohon kesediaan Bapak/Ibu/ Sdr/i untuk mengisi daftar pertanyaan ini dengan sejujurnya sesuai dengan kenyataan yang ada.
2. Kuesioner ini dibuat untuk memperoleh data yang kami butuhkan dalam rangka menyusun skripsi yang merupakan salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Program sarjana, Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Dengan judul: Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey pada Pelanggan Listrik Pintar PT PLN (Persero) Area Yogyakarta)
3. Untuk mencapai maksud tersebut, kami memohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi kuesioner ini dengan memilih jawaban yang telah disediakan.
4. Oleh karna penelitian ini semata-mata hanya untuk kepentingan akademik, untuk menemukan kebenaran yang ilmiah, maka kami menjamin seluruh jawaban yang Bapak/Ibu/Sdr/i berikan terjaga kerahasiaannya sesuai kode etik penelitian.
5. Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i meluangkan waktu membantu kami mengisi koesioner ini kami mengucapkan terimakasih.

Identitas Responden

Jawablah pertanyaan ini dengan memberikan tanda X pada jawaban yang dipilih.

1. 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. 500.000

2. Jumlah penghuni rumah a. 1-2 orang
 b. 3-4 orang
 c. 5-6 orang
 d. \geq 7 orang

3. Tempat pembelian token a. Loker Pembayaran PLN
 b. ATM
 c. Bank
 d. Kantor Pos
 e. Lainnya, sebutkan.....

4. Jumlah voucher yang sering dibeli a. 20.000
 b. 50.000
 c. 100.000
 d. \geq 250.000

Petunjuk

Aspek-aspek penilaian yang mengukur Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. PLN (Persero) di wilayah Yogyakarta Kota dengan menggunakan skala Likert, yaitu:

- SS : Sangat Setuju
- S : Setuju
- RG : Ragu-ragu/ Netral
- TS : Tidak Setuju
- STS : Sangaat Tidak Setuju

Pilihan dengan memberikan tanda benar (X) 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 kepentingan ilmiah dan akademis.

DAFTAR PERTANYAAN

A. Kualitas Pelayanan

NO	PERNYATAAN	SS	S	RG	TS	STS
I. Tangible (Kualitas Produk)						
1	Ketersediaan perlengkapan kerja petugas PLN sudah memadai sesuai dengan kebutuhan dalam melaksanakan tugas pelayanan Listrik Pintar (Listrik Prabayar)					
2	Sudah tersedia layanan informasi yang mendukung dalam pemasangan listrik prabayar					
3	Sistem sarana teknologi yang digunakan unit pelayanan pelanggan listrik prabayar dianggap sudah canggih					
II. Reabilitas (Kehandalan dalam melayani)						
4	Petugas Unit Pelayanan Listrik Prabayar selalu tepat apabila berjanji pada pelanggan					
5	Petugas Unit Pelayanan Listrik Prabayar jujur bila memberikan keterangan kepada pelanggan					
6	Petugas Unit Pelayanan Listrik Prabayar berusaha menghindari kesalahan pada saat melayani pelanggan.					
III. Responsiviness (Sikap Tanggap dan Peduli)						
7	Petugas Unit Pelayanan Listrik Prabayar siap membantu pelanggan bila mengalami kesulitan					
8	Petugas Unit Pelayanan Listrik Prabayar cepat tanggap dalam melayani kepentingan pelanggan					
9	Petugas menjalin komunikasi yang lancar dengan pelanggan					
IV. Assurance (Jaminan Kepastian)						
10	Petugas Unit Pelayanan Listrik Prabayar sopan dalam melayani pelanggan					
11	Petugas dan mekanik Unit Pelayanan Listrik Prabayar trampil dalam melayani pelanggan					
12	Petugas dan mekanik Unit Pelayanan Listrik Prabayar memiliki pengetahuan yang luas mengenai Listrik Prabayar					
V. Emphaty (Memahami Kebutuhan Nasabah)						
13	Petugas Unit Pelayanan Listrik Prabayar mengutamakan kepentingan pelanggan					
14	Petugas Unit Pelayanan Listrik Prabayar menjamin keamanan dan kenyamanan pelanggan pada saat melakukan transaksi					
15	Petugas Unit Pelayanan Listrik Prabayar mengutamakan kepentingan pelanggan.					

B. Kepuasan Pelanggan

A. <i>Desire Service</i> (pelayanan yang diharapkan pelanggan)					
16	Pelanggan merasa mudah memperoleh informasi dari Petugas Unit Pelayanan Listrik Prabayar				
17	Pelanggan merasa mudah dalam melakukan transaksi pembelian token atau pulsa				
18	Pelanggan merasa puas dengan mutu pelayanan yang diberikan Petugas Unit Pelayanan Listrik Prabayar				
B. <i>Adequate Service</i> (tanggapan pelanggan menerima pelayanan)					
19	Petugas Unit Pelayanan Listrik Prabayar sigap dan tanggap terhadap penanganan komplain pelanggan				
20	Petugas Unit Pelayanan Listrik Prabayar ramah saat memberikan pelayanan				
21	Pelanggan merasa nyaman dengan fasilitas-fasilitas yang diberikan PT. PLN (Persero)				

**DATA HASIL UJI COBA INSTRUMEN PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN
DI AREA KOTA YOGYAKARTA**

No	SKOR BUTIR KUESIONER UNTUK ITEM NOMOR :																				
	<i>Tangible</i>			<i>Realibilitas</i>			<i>Responsiviness</i>			<i>Assurance</i>			<i>Empathy</i>			<i>Desire Service</i>			<i>Adequate Service</i>		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
1	3	3	3	4	4	3	3	4	5	5	4	5	4	3	3	4	5	4	4	3	5
2	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5
3	4	5	4	4	3	3	4	4	5	5	4	5	4	3	4	3	5	3	4	4	4
4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4
5	4	4	5	3	3	3	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5
7	5	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3
8	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4
9	3	4	3	4	4	4	5	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	3
10	4	4	3	4	5	3	4	5	3	5	4	5	5	3	4	3	4	4	5	5	3
11	4	4	4	3	3	3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
12	2	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4
13	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3	3	5	5	5	5	4	4

15	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	4
16	4	5	3	4	5	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4
17	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3
18	4	2	4	3	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5
19	5	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	5	3
20	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	5	3	4	4	4
21	5	4	3	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
22	4	4	4	5	5	5	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4
23	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4
26	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5
27	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
28	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
30	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5

Data Responden

NO Repts	Nama	Jumlah pemakaian listrik	Jumlah penghuni rumah	Tempat pembelian token	Jumlah voucher yang sering dibeli
1	Lena	6	4	1	4
2	Ny L	4	2	4	3
3	Heru Purnama	5	2	1	4
4	Andri Priyanto	4	2	1	2
5	Karyono	5	3	5	4
6	Renny Andini	4	3	4	3
7	Tuti	4	2	4	2
8	Septiana Aurelia	6	4	1	4
9	Ucha	6	4	1	4
10	Hariyanto	4	3	4	3
11	Wahyu	4	3	4	2
12	Aditia	4	2	5	3
13	Nur fadzilawati	4	3	1	4
14	Nurul Qomariah	6	4	1	4
15	Lila	4	3	4	3
16	Umay	4	2	1	4
17	Maria	4	3	4	3
18	Ratri Ari Wiraningtias	6	4	1	4
19	Elvi	6	4	1	4
20	H Karmanto	5	2	1	4
21	Tugino	4	3	4	4
22	Darmi	4	2	4	3
23	Neny Prihatin	6	4	1	4
24	Ribatul Musafirin	4	2	4	4
25	Jumini	4	2	5	4
26	Suyadi	5	3	4	4
27	Jiyo	3	2	2	4

28	Siti Qomariah	6	4	1	4
29	Ningrum Maryani	3	2	5	4
30	Rumiyem	4	3	1	3
31	Bambang	4	2	1	4
32	Wartin	6	4	1	4
33	Karyadi	4	3	2	4
34	Bandiyah	4	3	3	3
35	Teguh	3	2	1	2
36	Ayu Windasari	6	4	1	4
37	Nouvie	6	4	1	4
38	Raden Handowo	4	2	1	3
39	Sujarman	4	3	5	4
40	Verayani	6	4	1	4
41	Eka	4	1	1	3
42	Noer	3	2	2	4
43	Wita Wahyuni	4	2	2	3
44	Dewi Saputri	6	4	1	4
45	Sholina	6	4	1	4
46	Shuriansyah Syaifullah	2	2	5	4
47	Nurdin	3	2	5	4
48	Sumiran	2	2	5	4
49	Ari Sata Nugroho	2	2	5	4
50	Sudaryono	2	2	1	4
51	Kartini	3	2	5	3
52	Arif Hidayatin	6	4	1	4
53	Suparwo	3	2	1	3
54	Suharjo	4	2	4	4
55	Riski	4	2	5	4
56	Mona Avri Sanur	4	3	1	4
57	Rasmi	4	3	1	3
58	M Rasif	3	2	3	3
59	Sarminem	4	2	4	3
60	Rita Maya Sari	4	2	1	3
61	Sri Slameta	4	3	1	4
62	S Muhajir	3	2	1	3
63	Tia Septiana	3	2	5	4

64	Indri Tri Handayani	3	2	5	3
65	Desi Winda Sari	6	3	1	3
66	HJ Endang Sulastri	6	4	1	4
67	Venty Handayanti	4	3	1	4
68	Yusup	3	2	3	2
69	Ariesta Hapsari	4	3	1	4
70	Mugiono	3	2	3	3
71	Johannes Boedyarto	3	2	1	4
72	Prima Yuanti	4	3	1	4
73	Didie Prasetya	3	2	1	3
74	Sidik Purmono	2	2	1	4
75	Santri	6	4	1	4
76	Subekti Baliningtias	4	2	3	4
77	Ganiman	4	2	4	3
78	Sukanan	4	2	4	4
79	Sudirman	4	2	3	3
80	Subejo wibowo	4	2	4	3
81	Dian Isnaria	6	4	1	4
82	Ny Tyastitiek M	4	2	4	4
83	Burhan Albar,SH	4	2	3	4
84	Soeharjo Sardjono	4	2	4	3
85	Edy Susanto,SH	4	2	4	4
86	F.Karsono	4	2	3	3
87	Yuswan Aefian Prastyanto	3	2	3	3
88	Riyadi	3	2	3	2
89	Suharni	3	2	3	3
90	Nur Ahta	6	4	1	4
91	Diningtias	4	2	4	3
92	Tika S	3	2	4	4
93	Suprpto	4	2	4	3
94	Wasiyadi	5	3	1	4
95	Sudarno	4	2	5	3
96	Ariviyanto Saputra	4	2	4	3
97	Utami Wahyuningsih	4	3	4	3
98	Alis Gesti Ridawati	3	2	4	4
99	Yoni Herwanto	4	2	5	3

100	Febri Reviana Wijayanti	3	2	4	4
101	Sri Wantini	4	3	3	3
102	Yeyen Surani	4	3	4	3
103	Ali Rusyadi	4	2	4	4
104	Ngadimin	4	2	3	4
105	Sugiman	4	2	4	4
106	Rachmat Hidayat, SE	4	2	4	4
107	Wagiana	4	2	3	4
108	Jiyono	4	2	4	3
109	Suharno	5	3	2	4
110	Sumirahwati	2	2	4	3
111	Pawiro	1	1	5	2
112	Ari Nur Rahmat	5	2	4	4
113	Asep	4	3	4	3
114	Uud Ema Azizah	5	3	5	3
115	Tami	4	3	5	3
116	Asruwah	4	2	4	4
117	Irvan Syarif	4	3	4	4
118	Ikey	3	2	5	3
119	Dian Retnowati	6	4	1	4
120	Suprpta	3	3	5	3
121	Sujito	5	2	2	4
122	Donita	5	1	2	4
123	Bambang	3	1	4	4
124	Siska	3	1	4	4
125	Titaz H Herfian	6	4	1	4
126	Budiono	4	2	4	4
127	Sumarlan	5	2	5	4
128	Sumadi	4	2	2	4
129	Haryono	5	3	5	4
130	Elin	6	4	1	4
131	Anggrek	6	4	1	4
132	Agung	2	1	4	3
133	Musdiyah	4	2	1	4
134	Wasinem	4	3	1	3
135	Tondo Subismo	5	2	1	4

136	Icha	4	3	4	3
137	Farida Oktafiana	4	2	5	3
138	Aula Purnama	4	2	4	4
139	Arul	4	2	1	4
140	Agathon	5	3	5	3
141	Fandio	5	2	4	4
142	Winayu	3	2	5	3
143	Erpan Anudin	4	2	4	4
144	Jayadi Kasari	4	2	3	4
145	Tulus Wardoyo	4	2	4	3
146	Partiyem	4	2	4	4
147	Chairil Widayat	4	2	3	3
148	Kurniawan Hestu	5	3	5	3
149	Morak	5	3	5	4
150	Nuriyah Alfiati	4	3	4	2

DATA HASIL PENELITIAN PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN

PT.PLN (PERSERO) AREA YOGYAKARTA

No	SKOR BUTIR KUESIONER UNTUK ITEM NOMOR :																				
	<i>Tangible</i>			<i>Realibilitas</i>			<i>Responsiviness</i>			<i>Assurance</i>			<i>Empathy</i>			<i>Desire Service</i>			<i>Adequate Service</i>		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
1	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4
2	3	2	4	2	3	2	1	2	3	3	2	2	4	1	3	3	1	3	3	3	4
3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	5	3	3	4	5
4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	3	4	3
5	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	5	4	4	5
6	4	4	3	4	3	5	4	3	3	3	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4
7	4	5	3	4	3	4	4	5	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	5	3
8	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
9	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	5
11	4	5	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	3	4	5	3	4	4
12	5	4	3	3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	3	3	4
13	5	3	3	4	3	5	5	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	5	5
14	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
15	4	3	5	4	3	3	4	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	3
16	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
17	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	3	5	4	5	3

18	2	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	2	3	3	4	4	3	4
19	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4
20	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	5	5	4	5
21	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
22	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5
23	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	5	4
24	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	5	3	3	4	5	4	4	4
25	4	4	4	5	5	3	3	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
26	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5
27	4	4	4	4	3	3	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
28	3	4	4	2	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	2	2	2	3	3	2
29	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4
30	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4
31	4	4	3	4	5	3	4	5	3	4	4	4	4	5	3	4	5	3	4	5	5
32	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	5	3	3	4	5	4	4	4
33	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
34	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	3	4	4	4	5
35	5	4	3	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4
36	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4
37	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
38	3	4	4	5	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	3	3	4	5	4	5	5
39	4	4	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5
40	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	3
41	4	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	3	3	4	5
42	4	4	3	4	5	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	5	5	4

43	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4	5	5	5
44	4	5	4	5	5	5	3	4	3	4	4	5	4	3	3	4	3	3	4	4	4
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	4	5	4	3	3	3	4	4	5	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5
47	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	5	3	4	5	4
48	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	
49	4	3	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	4	3	4	
50	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	3	4	5	3	5	3	5	4	4	
51	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	5	3	4	4	
52	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
54	5	4	5	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	
55	4	4	3	5	3	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	5	4	
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
57	4	5	5	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	
58	4	3	5	4	3	5	4	3	5	4	4	3	4	4	3	4	5	3	3	3	
59	4	3	5	4	5	4	4	5	3	4	4	4	5	4	3	3	4	5	4	4	
60	4	3	5	4	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	4	
61	3	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	5	3	4	5	4	
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
63	4	3	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	4	3	4	
64	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	3	4	5	3	5	3	5	4	4	
65	4	4	5	4	4	4	5	3	3	4	3	4	5	4	3	4	5	4	3	3	
66	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	
67	4	5	5	4	4	4	5	5	5	3	3	3	4	4	4	5	5	5	4	4	

68	4	4	3	4	5	3	4	5	3	4	4	4	4	5	3	4	5	3	4	5	5
69	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	5	3	3	4	5	4	4	4
70	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
71	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	3	4	4	4	5
72	5	4	3	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5
73	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
74	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	2	3	4	4	4	2	5	3	4
76	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4
77	4	3	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5
78	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	3	4	5	3	5	3	5	4	4	5
79	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	5	3	4	4	5
80	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4
81	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
82	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4
83	4	3	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	4	3	4	4
84	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	3	4	5	3	5	3	5	4	4	5
85	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	5	3	4	4	5
86	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4
87	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4
88	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5	3	4	3	3
89	3	4	4	3	4	5	3	4	3	5	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	5
90	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
91	3	4	3	4	4	3	4	5	3	4	4	5	3	4	4	3	4	3	3	3	5
92	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	5	4

93	4	3	5	5	4	3	3	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5
94	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5
95	4	3	3	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	5	5	5	5
96	4	4	4	4	5	4	3	3	4	5	5	4	5	4	3	3	4	4	4	5	5
97	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	5	3	3	4	5	4	4	4
98	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4
99	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	5	4	3	4	4	4	5
100	5	4	3	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5
101	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
102	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
103	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	2	3	4	4	4	2	5	3	4
104	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4
105	4	3	5	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	3	4	5	4	3	4	5
106	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	3	4	5	3	5	3	5	4	4	5
107	4	3	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	5	3	4	4	5
108	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4
109	5	4	5	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4
110	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3
111	5	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4
112	4	3	5	4	5	3	4	5	3	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5
113	4	3	5	4	4	3	4	3	5	5	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	3
114	4	3	5	4	4	3	3	4	5	4	4	3	5	4	3	5	4	4	4	5	4
115	3	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	3	3	4	3	5
116	4	3	5	4	3	4	4	5	3	4	4	5	4	3	4	4	5	3	4	5	5
117	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4

118	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5
119	4	3	4	2	3	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4
120	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	3	3	3	3	3	4
121	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4
122	5	3	5	3	4	5	5	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5
123	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
124	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
125	4	4	4	3	3	3	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
126	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5
127	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4
128	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
129	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
130	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4
131	4	4	4	5	4	5	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	5
132	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
133	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
134	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5
136	4	3	4	4	5	3	4	4	3	4	4	3	4	5	3	4	4	3	5	4	5
137	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4
138	3	4	3	4	5	3	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4
139	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5
140	4	3	5	4	3	5	3	4	5	4	4	4	4	5	3	4	3	5	3	4	5
141	4	3	5	3	4	5	4	3	4	4	5	3	4	3	5	3	4	3	3	4	5
142	4	3	4	4	5	3	4	5	3	4	3	5	3	4	4	5	5	3	4	5	3

143	5	3	5	3	4	5	5	4	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5
144	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
145	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
146	4	3	4	4	5	3	4	4	3	4	4	3	4	5	3	4	4	3	5	4	5
147	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4
148	3	4	3	4	5	3	4	3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4
149	3	4	3	4	4	5	3	4	5	3	2	5	2	4	5	4	5	3	4	5	5
150	4	5	4	4	4	3	4	5	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4

Analisis Data Regresi

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepuasan Pelanggan ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Pelayanan Publik

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.596 ^a	.355	.350	3.50114

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan

b. Dependent Variable: Pelayanan Publik

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	997.154	1	997.154	81.347	.000 ^a
	Residual	1814.179	148	12.258		
	Total	2811.333	149			

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Pelanggan

b. Dependent Variable: Pelayanan Publik

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	30.688	3.145		9.759	.000
	Kepuasan Pelanggan	1.170	.130	.596	9.019	.000

a. Dependent Variable: Pelayanan Publik

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

