

## PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RUMAH TANGGA PADA PT. PLN (Persero) RAYON JAYAPURA

Dani Melmambessy

Dosen Manajemen, Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Port Numbay Jayapura

### Abstract

*The results of this study indicate that service quality affects household customer satisfaction at PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura can be proven because the  $t$  value of the service quality variable ( $X$ ) is  $9.976 > t$  table value of  $1.644$  with a significance level of  $0.000 < \alpha 0.05$ . The regression equation in this study is  $Y = 0.677 + 0.854X$  which shows that the constant value is  $0.677$  which means that if you do not take into account the service quality variable ( $X$ ) then household customer satisfaction at PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura of  $0.677$  and the value of the regression coefficient ( $R$ ) of  $0.854$  indicates that if the quality of service increases by one, it will affect the increase in household customer satisfaction at PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura of  $0.854$ . The correlation coefficient ( $R$ ) of  $0.712$  indicates that there is a strong relationship between service quality and household customer satisfaction at PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura and the coefficient of determination  $R^2$  of  $0.506$  indicates that the independent variable service quality ( $X$ ) is able to influence or explain the dependent variable, namely household customer satisfaction ( $Y$ ) at PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura of  $0.506$  or  $50.6\%$  while the remaining  $0.494$  or  $49.4\%$  is influenced by other variables not examined in this study.*

*Keywords: Service Quality, Satisfaction*

### Abstrak

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan rumah tangga pada PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura dapat terbukti karena hasil nilai  $t_{hitung}$  variabel kualitas layanan ( $X$ ) sebesar  $9,976 > \text{nilai } t_{tabel} 1,644$  dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < \alpha 0,05$ . Persamaan regresi dalam penelitian ini yaitu  $Y = 0,677 + 0,854X$  yang menunjukkan bahwa nilai konstanta  $0,677$  yang berarti bahwa apabila tidak memperhitungkan variabel kualitas layanan ( $X$ ) maka kepuasan pelanggan rumah tangga pada PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura sebesar  $0,677$  dan nilai koefisien regresi ( $R$ ) sebesar  $0,854$  menunjukkan bahwa apabila kualitas layanan meningkat sebesar satu maka, akan berpengaruh terhadap meningkatnya kepuasan pelanggan rumah tangga pada PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura sebesar  $0,854$ . Nilai koefisien korelasi ( $R$ ) sebesar  $0,712$  menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan rumah tangga pada PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura dan nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar  $0,506$  menunjukkan bahwa variabel bebas kualitas layanan ( $X$ ) mampu mempengaruhi atau menerangkan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan rumah tangga ( $Y$ ) pada PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura sebesar  $0,506$  atau  $50,6\%$  sedangkan sisanya sebesar  $0,494$  atau  $49,4\%$  dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan

### PENDAHULUAN

Era globalisasi sekarang ini, menuntut Badan Usaha Milik Negara (BUMN) untuk meningkatkan pelayanan secara profesional sesuai dengan bidangnya masing-masing. Perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen, sehingga konsumen merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan. Banyak cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan

dan keinginan konsumen, salah satunya yaitu dengan memberikan kesan/citra yang baik dalam hal produk maupun pelayanan kepada konsumen.

Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang ada di Indonesia sangat berpengaruh dalam perkembangan dunia usaha dan masyarakat dalam menjalankan usahanya, karena kebanyakan dari perusahaan milik pemerintah tersebut telah memonopoli beberapa bidang usaha yang mengatur kehidupan dan kebutuhan hidup masyarakat banyak. Oleh karena itu, dalam mengatur dan menjalankan usahanya, BUMN diatur dan dikelola oleh pemerintah karena sangat berhubungan dengan nasib masyarakat Indonesia. Badan-badan Usaha, dunia usaha pada umumnya dan masyarakat pada khususnya harus dapat mempertahankan citra yang baik di mata masyarakat.

BUMN harus dapat memberikan kepuasan kepada masyarakat selaku konsumen dan memberikan citra yang baik di mata masyarakat dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas. Melihat keadaan tersebut, pemerintah berupaya agar BUMN berusaha dapat memperbaiki keadaan dengan memberikan pelayanan yang terbaik kepada masyarakat. Dengan pelayanan yang baik, diharapkan masyarakat sebagai pengguna atau pelanggan dari jasa yang ditawarkan oleh perusahaan milik pemerintah tersebut akan merasa puas.

PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) (Persero) merupakan salah satu Perusahaan Milik Negara yang memberikan pelayanan kepada calon pelanggan dan masyarakat dalam penyediaan jasa yang berhubungan dengan penjualan tenaga listrik satu-satunya di Indonesia. Peningkatan kebutuhan listrik melonjak dengan tinggi dan cepat, khususnya kebutuhan bagi industri dan diiringi pula dengan standar tingkat kepuasan masyarakat yang maju dan modern. Dagan melakukan kegiatannya (PT. PLN (Persero) menyediakan pelayanan pelanggan yang tugasnya memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh setiap pelanggan.

Salah satu persoalan yang sering dikeluhkan oleh masyarakat di Kota Jayapura yaitu walaupun dari pihak PT. PLN (Persero) Jayapura terus menjanjikan untuk memberikan pelayanan terbaik kepada masyarakat dengan berupaya mengurangi pemadaman lampu, namun masih sering terjadi pemadaman lampu yang meresahkan masyarakat. Akibat dari sering terjadinya pemadaman lampu membuat masyarakat terganggu dalam menjalankan pekerjaannya dan kegiatan bisnisnya sehingga mereka mengalami kerugian.

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

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

PT. PLN (Persero) cabang Jayapura merupakan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang melayani kepentingan umum dan bergerak di bidang pelayanan pembayaran rekening

listrik, pelayanan pemasangan baru dan perubahan daya, pelayanan keluhan pelanggan mengenai pembacaan meter, dan sebagainya. Demi terselenggaranya penyaluran aliran listrik, dibutuhkan sarana penghubung berupa saluran transmisi, sedangkan jasa yang disalurkan berupa tenaga listrik. PT. PLN (Persero) melaksanakan kegiatan pembangunan di segala bidang dalam upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat, terutama dalam bidang kelistrikan. Pembangunan PT. PLN (Persero) tetap berjalan walaupun menggunakan biaya yang sangat mahal. Hal ini disebabkan oleh adanya karakteristik pembangunan listrik yang memiliki daya dorong ke belakang (*backward Linkage*) dan daya dorong ke depan (*Forward Linkage*) yang relatif besar.

PT. PLN (Persero) 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 : (1) sebagai pendorong, penggerak dan penunjang pembangunan nasional, (2) sebagai sarana peningkatan produktivitas dan efisiensi; (3) sebagai penunjang lancarnya kegiatan perekonomian dan pemerintahan.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul;” Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura.

## **RUMUSAN MASALAH**

Berdasarkan uraian serta penjelasan yang telah dikemukakan pada latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu Apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan rumah tangga pada PT. PLN (Pesero) Rayon Jayapura?

## **Pengertian Pelayanan Publik**

Pelayanan public dapat diartikan sebagai pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.

Pelayanan public (*public sevices*) oleh birokrasi public tadi adalah merupakan salah satu perwujudan dari fungsi aparaturnegara sebagai abdi masyarakat disamping sebagai abdi negara. Pelayanan public (public service) oleh birokrasi public dimaksudkan untuk mensejahterakan masyarakat (warga negara) dari suatu negara kesejahteraan (*welfare state*). Pelayanan umum oleh Lembaga Administrasi Negara (1998) diartikan sebagai segala bentuk kegiatan pelayanan umum yang dilaksanakan oleh Instansi Pemerintah di Pusat, di Daerah dan dilingkungan Badan Usaha Milik /Daerah dalam bentuk barang dan atau jasa baik dalam rangka upaya kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Pelayanan public dengan demikian dapat diartikan sebagai pemberian layanan (melayani) keperluan orang atau masyarakat yang mempunyai kepentingan pada organisasi itu sesuai dengan aturan pokok dan tata cara yang telah ditetapkan.

Sementara itu, kondisi masyarakat saat ini telah terjadi suatu perkembangan yang sangat dinamis, tingkat kehidupan masyarakat yang semakin baik, merupakan indikasi dari *empowering* yang dialami oleh masyarakat (Thoha dalam Widodo, 2001). Hal ini berarti masyarakat semakin sadar akan apa yang menjadi hak dan kewajibannya sebagai warga negara dalam hidup bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Masyarakat semakin berani untuk mengajukan tuntutan, keinginan dan aspirasinya kepada pemerintah. Masyarakat semakin kritis dan semakin berani untuk melaksanakan control terhadap apa yang dilakukan oleh pemerintahnya.

Dalam kondisi masyarakat seperti digambarkan diatas, birokrasi public harus dapat memberikan layanan public yang lebih professional, efektif, sederhana, transparan, terbuka,

tepat waktu, responsive dan adaptif serta sekaligus dapat membangun kualitas manusia dalam arti meningkatkan kapasitas individu dan masyarakat untuk secara aktif menentukan kualitas manusia tadi adalah memberdayakan kapasitas manusia dalam arti menciptakan kondisi yang memungkinkan setiap anggota masyarakat mengembangkan kemampuan dan kreativitasnya untuk mengatur dan menentukan masa depannya sendiri.

Pelayanan public yang professional, artinya pelayanan public yang dicirikan oleh adanya akuntabilitas dan responsibilitas dari pemberi layanan (aparatur pemerintah ). Dengan ciri sebagai berikut

1. Efektif, lebih mengutamakan pada pencapaian apa yang menjadi tujuan dan sasaran.
2. Sederhana, mengandung arti prosedur/tata cara pelayanan diselenggarakan secara mudah, cepat, tepat, tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan oleh masyarakat yang meminta pelayanan;
3. Kejelasan dan kepastian (transparan), mengandung akan arti adanya kejelasan dan kepastian mengenai :
  - a. Prosedur/ tata cara pelayanan;
  - b. Persyaratan pelayanan, baik persyaratan teknis maupun persyaratan administrative;
  - c. Unit kerja dan atau pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan.
  - d. Rincian biaya/tariff pelayanan dan tata cara pembayarannya;
  - e. Jadwal waktu penyelesaian pelayanan.
4. Keterbukaan, mengandung arti prosedur/tata cara persyaratan, satuan kerja/pejabat penanggungjawab pemberi pelayanan, waktu penyelesaian, rincian waktu/tariff serta hal-hal lain yang berkaitan dengan proses pelayanan wajib diinformasikan secara terbuka agar mudah diketahui dan dipahami oleh masyarakat, baik diminta maupun tidak diminta ;
5. Efisiensi, mengandung arti ;
  - a. Peryaratan pelayanan hanya dibatasi pada hal-hal berkaitan langsung dengan pencapaian sasaran pelayanan dengan tetap memperhatikan keterpaduan antara persyaratan dengan produk pelayanan yang berkaitan;
  - b. Dicegah adanya pengulangan pemenuhan persyaratan, dalam hal proses pelayanan masyarakat yang bersangkutan memperyaratkan adanya kelengkapan persyaratan dari satuan kerja/ instansi pemerintah lain yang terkait.
6. Ketepatan waktu, kriteria ini mengandung arti pelaksanaan pelayanan masyarakat dapat diselesaikan dalam kurun waktu yang telah ditentukan.
7. Responsif, lebih mengarah pada daya tanggap dan cepat menanggapi apa yang menjadi masalahm kebutuhan dan aspirasi masyarakat yang dilayani;
8. Adaptif, cepat menyesuaikan terhadap apa yang menjadi tuntutan, keinginan dan aspirasi masyarakat yang dilayani yang senantiasa mengalami tumbuh kembang.

### **Kualitas Pelayanan Publik**

Pada dasarnya dalam memberikan pelayanan harus memperhatikan aspek kualitas untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Menurut Goetsh dan Davis (dalam Tjiptono, 2003): kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan.

Sementara itu Collier (dalam Zulian Yarnit, 2004) memiliki pandangan lain dari kualitas jasa pelayanan ini, yaitu lebih menekankan pada kata pelanggan, pelayanan kualitas dan level atau tingkat. Pelayanan terbaik kepada pelanggan (*excellent*) dan tingkat kualitas pelayanan merupakan cara terbaik yang konsisten untuk dapat mempertemukan harapan konsumen (standar pelayanan eksternal dan biaya) dan sistem kinerja cara pelayanan (standar pelayanan internal, biaya dan keuntungan).

Kualitas atau mutu dalam industri jasa pelayanan adalah suatu penyajian produk atau jasa sesuai ukuran yang berlaku di tempat produk tersebut diadakan dan diharapkan oleh konsumen (Endar Sugiarto, 1999).

Suatu Mutu atau kualitas disebut sangat baik jika penyedia jasa memberikan pelayanan yang melebihi harapan pelanggan atau setara dengan yang diharapkan pelanggan. Sedangkan mutu disebut jelek jika pelanggan memperoleh pelayanan yang lebih rendah dari harapannya. Dengan demikian, pencapaian kepuasan pelanggan memerlukan keseimbangan antara kebutuhan dan keinginan (*need & want*) dan apa yang diberikan (*given*).

Dalam melaksanakan pelayanan kepada masyarakat terdapat dua pihak yang berperan. Pertama, adalah Pihak yang melayani atau organisasi yang memberikan pelayanan, dalam hal ini pelayanan administrasi public disebut birokrasi.

Kedua, pihak yang dilayani atau pihak yang menerima pelayanan (bisa individu, bisa badan). Pihak yang dilayani mempunyai persepsi atau yang dijanjikan (berupa kinerja pelayanan) sedangkan pihak yang dilayani mempunyai persepsi atau ekspektasi yaitu harapan. Kedua belah pihak ini saling berhubungan dan besar kemungkinan timbul perbedaan persepsi yang mengakibatkan timbulnya kesenjangan (*gaps*) yang dampaknya akan mengganggu kualitas pelayanan.

Persepsi konsumen merupakan penilaian subyektif terhadap pelayanan yang diperolehnya. Harapan konsumen merupakan referensi standar kinerja pelayanan, dan seringkali diformulasikan berdasarkan keyakinan konsumen tentang apa yang akan terjadi.

Seiring dengan tingginya persaingan pelayanan pada saat ini, pelayanan public dituntut untuk dapat meningkatkan kualitas pelayanan dengan pelayanan yang prima. Tuntutan masyarakat, pelayanan public yang prima, secara umum diartikan sebagai sikap dan kemampuan karyawan dalam melayani masyarakat secara maksimal. Menurut Tjipto (2003), berapa cara atau pedoman untuk mencapai pelayanan prima (*service excellence*), yaitu : "Setiap karyawan harus memiliki keterampilan tertentu, diantaranya berpenampilan baik dan rapi, bersikap ramah, memperlihatkan gairah kerja dan sikap selalu siap untuk melayani, tenang dalam bekerja, tidak tinggi hati karena merasa dibutuhkan, menguasai pekerjaan baik tugas yang berkaitan pada bagian atau departemennya, maupun bagian lainnya, mampu berkomunikasi dengan baik, bisa memahami bahasa isyarat pelanggan, dan memiliki kemampuan menangani keluhan pelanggan secara professional.

Pelayanan prima (*service excellence*), menurut Brata (2003) adalah "Kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka loyal kepada organisasi/perusahaan". Suatu produk pelayanan atau jasa yang dihasilkan dapat dikatakan berkualitas apabila didesain dan diproduksi sesuai dengan keinginan masyarakat pengguna, dan didistribusikan melalui pelayanan, melalui cara yang baik, dan dapat dimanfaatkan dengan baik dalam upaya memenuhi kebutuhan masyarakat.

Tjiptono (1996) mengemukakan ada "empat unsure Pokok yang terkandung di dalam pelayanan yang prima (*service excellence*) yaitu kecepatan, ketepatan, keramahan, dan kenyamanan". Keempat komponen ini merupakan satu kesatuan yang terintegrasi, dalam artian jika ada salah satu komponen yang kurang, maka pelayanan tidak akan *excellence*. Pada umumnya pelanggan menginginkan produk jasa layanan yang memiliki karakteristik lebih cepat, lebih murah, dan lebih baik. Dengan demikian perlu diperhatikan dimensi waktu, dimensi biaya, maupun dimensi kualitas baik produk maupun kualitas sikap. Pelayanan yang terbaik adalah melayani setiap saat, secara cepat dan memuaskan, berlaku sopan, ramah dan menolong, serta professional.

Menurunnya kualitas pelayanan tersebut akan membawa dampak buruk pada citra organisasi public tersebut, karena masyarakat yang menerima pelayanan buruk tersebut akan menyampaikan kepada pihak lain dan hal ini akan membentuk pendapat umum tentang organisasi publik tersebut. Oleh karena itu untuk menjaga agar organisasi public tetap memiliki citra baik dalam pandangan masyarakat, maka perlu dilakukan peningkatan kualitas pelayanan. Gesperz (1997) menyebutkan adanya beberapa dimensi atau atribut yang harus diperhatikan dalam perbaikan kualitas jasa/layanan, yaitu :

1. Ketetapan waktu pelayanan
2. Akurasi pelayanan, yang berkaitan dengan *reliabilitas*

3. Kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan
4. Tanggung jawab yang berkaitan dengan penerimaan pesanan, maupun penanganan keluhan
5. Kelengkapan, menyangkut ketersediaan sarana pendukung
6. Kemudahan dalam mendapatkan pelayanan
7. Variasi model pelayanan, berkaitan dengan inovasi
8. Pelayanan pribadi, berkaitan dengan fleksibilitas/penanganan permintaan khusus
9. Kenyamanan dalam memperoleh pelayanan, berkaitan dengan lokasi, ruang, kemudahan Informasi.
10. Atribut yaitu pendukung pelayanan lainnya, seperti kebersihan lingkungan, AC, fasilitas ruang tunggu, fasilitas music atau TV, dan sebagainya.

Konsep kualitas pelayanan merupakan factor penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi spesifik dari kinerja layanan. Parasuraman et al, 1990 (dalam kotler, 2007:56) menyimpulkan bahwa ada lima dimensi SerQual (*service Quality*) yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan yaitu :

1. *Tangibles*, atau bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa
2. *Reability*, atau keandalan yaitu Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.
3. *Responsiveness* atau ketanggapan yaitu suatu kemampuan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (*responsive*) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas
4. *Assurance*, atau jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan.
5. *Emphaty*, yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Untuk lebih menjelaskan pembahasan mengenai dimensi Ser Qual (*Service Quality*) maka di bawah ini dijabarkan secara mendetail mengenai kelima dimensi konsep *Service Quality*.Antara lain :

1. *Tangible* (hal-hal yang terlihat) Adalah bukti fisik suatu perusahaan dalam menunjukan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadilan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa
2. *Reliability* (kehandalan)

Dalam unsur ini, pemasaran dituntut untuk menyediakan produk/jasa yang handal. Produk/jasa jangan sampai mengalami kerusakan/kegagalan. Dengan kata lain produk/jasa tersebut selalu baik. Para anggota perusahaan juga harus jujur dalam menyelesaikan masalah sehingga pelanggan tidak merasa di tipu. Selain itu, pemasar juga harus tepat janji jika menjanjikan sesuatu kepada pelanggan. Sekali lagi perlu diperhatikan bahwa janji bukan sekedar janji, namun janji harus ditepati. Oleh karena itu, *time schedule* perlu disusun dengan teliti. Indikator yang dapat diukur dari

3. *Responsiveness* (ketanggapan)

Restoran cepat saji *Mc. Donald's* menggunakan jam pengukuran sebagai komitmen untuk melayani pelanggan dengan pelayanan cepat. Bila satu menit berlalu dan pelanggan belum menerima menu lain. Para anggota perusahaan juga harus memerhatikan janji spesifik kepada pelanggan. Unsur lain yang juga penting dalam hal cepat tanggap ini adalah anggota perusahaan selalu siap membantu pelanggan. Apapun posisi seseorang dalam perusahaan hendaknya selalu memperhatikan pelanggan yang menghubungi perusahaan.

4. *Assurance* (Jaminan)

Pada saat persaingan semakin kompetitif, anggota perusahaan harus tampil lebih kompeten, artinya memiliki pengetahuan dan keahlian di bidang masing-masing. *Factor security*, yaitu memberikan rasa aman dan terjamin kepada pelanggan merupakan hal yang penting pula. Dalam situasi banyak pesaing, sangatlah berisiko bila menipu pelanggan. Selain itu anggota perusahaan harus bersikap ramah dengan menyapa pelanggan yang datang.

5. *Emphaty* (Empati)

Untuk mewujudkan sikap empati, setiap anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah di hubungi, baik melalui telepon ataupun bertemu langsung. Dering telepon usahakan maksimum tiga kali, lalu segera dijawab. Ingat, waktu yang dimiliki pelanggan sangat terbatas sehingga tidak mungkin menunggu terlalu lama. Usahakan pula untuk melakukan komunikasi individu agar hubungan dengan pelanggan lebih akrab. Anggota perusahaan juga harus memahami pelanggan, artinya pelanggan terkadang seperti orang tua yang cerewet.

### Konsep Kepuasan Pelanggan

Kotler (2007:177) mendefinisikan kepuasan pelanggan perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang di pikirkan terhadap kinerja (atau hasil) yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan, pelanggan amat puas atau senang

Dari definisi di atas dapat di tarik kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan di tinjau dari sisi pelanggan yaitu mengenai apa yang telah dirasakan pelanggan atas pelayanan yang telah diberikan dibandingkan dengan apa yang mereka inginkan.

Sedangkan definisi kepuasan pelanggan menurut Rangkuti (2004:56) "bahwa yang dimaksud dengan kepuasan konsumen adalah perbedaan antara tingkat kepentingan dan kinerja atau hasil yang dirasakan".

Pelanggan akan merasa puas bila keinginan pelanggan telah terpenuhi oleh perusahaan sesuai dengan yang diharapkan. Dengan adanya nilai tambah dari suatu produk, maka pelanggan menjadi lebih puas dan kemungkinan untuk menjadi pelanggan suatu produk tersebut dalam waktu lama akan sangat besar. Kepuasan pelanggan dapat dipengaruhi oleh berbagai macam faktor, antara lain kualitas produk, pelayanan, aktifitas penjualan, dan nilai-nilai perusahaan.

Untuk menghadapi persaingan dan perubahan perilaku konsumen tersebut maka banyak perusahaan yang berpusat pada pelanggan yang dapat memberikan Nilai *superior* kepada mereka, dan menangkan persaingan. Perusahaan akan terus berusaha dengan sekuat tenaga untuk mempertahankan pelanggannya karena biaya yang dikeluarkan untuk menarik pelanggan baru akan lebih tinggi di bandingkan biaya untuk mempertahankan pelanggan yang ada.

Oleh karena itu, mempertahankan pelanggan selalu lebih penting dilakukan dibandingkan dengan menarik pelanggan baru. Kunci untuk mempertahankan pelanggan adalah dengan memberikan kepuasan pelanggan yang tinggi. Pelanggan yang merasa puas akan bersedia datang kembali mengulangi pembeliannya dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli.

### Faktor-Faktor Kepuasan Pelanggan

Menurut Kuswadi (2004:17) kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh beberapa yaitu :

a. *Mutu produk atau jasa*

Yaitu mengenai mutu produk atau jasa yang lebih bermutu dilihat dari fisiknya. Contohnya jaringan listrik PT. PLN (Persero) yang cukup luas dan terjangkau.

b. *Mutu pelayanan*

Berbagai jenis pelayanan akan selalu dikritik oleh pelanggan, tetapi bila pelayanan memenuhi harapan pelanggan maka secara tidak langsung pelayanan dikatakan

bermutu. Contohnya pelayanan pengaduan pelanggan yang segera diatasi atau diperbaiki bila ada yang rusak.

c. *Harga*

Harga adalah hal yang paling sensitive untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Pelanggan akan cenderung memilih produk atau jasa yang memberikan penawaran harga lebih rendah dari yang lain. Contohnya bila PT.PLN (Persero) tidak menaikkan tariff listrik maka pelanggan akan memberikan nilai yang baik atau harga yang ditetapkan sesuai dengan fasilitas yang disediakan.

d. *Waktu penyerahan*

Maksudnya bahwa baik pendistribusikan maupun penyerahan produk atau jasa dari perusahaan bisa tepat waktu dan sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati.

e. *Keamanan*

Pelanggan akan merasa puas bila produk atau jasa yang digunakan ada jaminan keamanannya yang tidak membahayakan pelanggan tersebut.

### Mengukur Kepuasan Pelanggan

Menurut Fandy Tjiptono dan Gregorius Chandra (2006:130) ada empat metode untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu :

1. *Sistem keluhan dan saran*

Industry yang berwawasan pelanggan akan menyediakan formulir bagi pelanggan untuk melaporkan kesukaan dan keluhannya. Selain itu dapat berupa kotak saran dan telepon pengaduan bagi pelanggan. Alur informasi ini memberikan banyak gagasan baik dan industry dapat bergerak lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.

2. *Survey kepuasan pelanggan*

Industry tidak dapat menggunakan tingkat keluhan sebagai ukuran kepuasan pelanggan. Industry yang responsive mengukur kepuasan pelanggan dengan mengadakan survey berkala, yaitu dengan mengirimkan daftar pertanyaan atau menelpon secara acak dari pelanggan untuk mengetahui perasaan mereka terhadap berbagai kinerja industry. Selain itu ditanyakan tentang kinerja industry saingannya.

3. *Ghost shopping (Pelanggan Bayangan)*

Pelanggan bayangan adalah menyuruh orang berpura-pura menjadi pelanggan dan melaporkan titik-titik kuat maupun titik-titik lemah yang dialami waktu membeli produk dari industry sendiri maupun industry saingannya. Selain itu pelanggan bayangan melaporkan apakah wiraniaga tersebut menanganinya dengan baik atau tidak.

4. *Analisa pelanggan yang beralih*

Industry dapat menghubungi pelanggan yang tidak membeli lagi atau berganti pemasok untuk mengetahui penyebabnya (apakah harganya tinggi, pelayanan kurang baik, produknya kurang dapat diandalkan dan seterusnya, sehingga dapat diketahui tingkat kehilangan pelanggan).

### Metode Analisa Data

Untuk menganalisis permasalahan dalam penelitian ini maka digunakan metode analisis data sebagai berikut :

- a. *Analisa Kuantitatif* yaitu analisis yang menggabungkan informasi yang diperoleh dari pelanggan serta menginterpretasikan hasil dalam bentuk penjelasan secara deskriptif untuk analisa data secara kualitatif menggunakan skala likert pengukuran yang digunakan untuk mengukur pendapat ataupun persepsi responden terhadap kualitas pelayanan yang diberikan terhadap kepuasan pelanggan dengan kategori jawaban sebagai berikut :

Sangat Setuju	: Nilai/skor 5
Setuju	: Nilai/skor 4
Kurang Setuju	: Nilai/skor 3
Tidak setuju	: Nilai/skor 2
Sangat Tidak Setuju	: Nilai/skor 1

- b. Analisis Kuantitatif yaitu analisa yang memberikan jawaban terhadap pertanyaan-pertanyaan yang hasilnya dalam bentuk angka-angka yang yang diperoleh dari tanggapan responden melalui kuesioner yang disebarakan dan selanjutnya menggunakan pendekatan analisis statistik dengan alat bantu program SPSS dengan metode analisis regresi linear sederhana yang formulasinya menurut Sugiono (2003:234)

$$Y = a + bX$$

Dimana : Y :Kepuasan Pelanggan  
 a : Konstanta  
 b : Koefisien regresi  
 X : Kualitas Layanan

**Diskripsi Variabel Penelitian**

Berdasarkan hasil olah data dengan menggunakan SPSS maka dapat diketahui tanggapan responden terhadap kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan rumah tangga pada PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura dapat dilihat pada diskripsi variabel sebagai berikut:

**a. Kualitas Layanan (X)**

Tanggapan responden terhadap kualitas layanan PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tanggapan Responden Terhadap Kaulitas Layanan pada PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	7	7,1	7,1	7,1
3,00	19	19,2	19,2	26,3
4,00	53	53,5	53,5	79,8
5,00	20	20,2	20,2	100,0
Total	99	100,0	100,0	

Sumber data : dioleh 2015

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui tanggapan terhadap kualitas layanan pada PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura berbeda-beda. Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 orang atau 20,2%, yang menyatakan setuju sebanyak 53 orang atau 53,5%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 19 orang atau 19,2% dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 7 orang atau 7,1%.

Dari tanggapan responden diatas maka dapat dikatakan bahwa sebanyak 20 orang menyatakan setuju dan 53 orang menyatakan setuju, berarti sebanyak 73 orang menyatakan setuju terhadap pelayanan PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura.

**b. Kepuasan Pelanggan (Y)**

Tanggapan responden terhadap kepuasan pelanggan rumah tangga pada PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura dapat dilihat pada tabel berikut ini

Tanggapan Responden terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Tangga  
 Pada PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,00	11	11,1	11,1	11,1
3,00	15	15,2	15,2	26,3
4,00	38	38,4	38,4	64,6
5,00	35	35,4	35,4	100,0
Total	99	100,0	100,0	

Sumber data : diolah 2015

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui tanggapan responden terhadap dampak dari layanan terhadap kepuasan yang pelanggan rasakan pada PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura berbeda-beda. Responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 35 orang atau 35,4%, yang menyatakan setuju sebanyak 38 orang atau 38,4%, yang menyatakan kurang setuju sebanyak 15 orang atau 15,2% dan yang menyatakan tidak setuju sebanyak 11 orang atau 11,1%.

Dari tanggapan responden diatas dapat dikatakan bahwa sebanyak 35 orang menyatakan setuju dan 38 orang menyatakan setuju, berarti sebanyak 73 orang menyatakan puas kepada pelayanan PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura.

### Uji Hipotesis

Untuk membuktikan apakah kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan rumah tangga pada PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura, maka digunakan uji t. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan program SPSS maka dapat diketahui hasil uji t pada tabel berikut ini

Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,677	,338		2,002	,048
	Kualitas Layanan	,854	,086	,712	9,976	,000

a Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber data : diolah, 2015

Berdasarkan hasil olah data pada table di atas maka dapat diketahui nilai  $t_{hitung}$  untuk variabel kualitas layanan (X) sebesar 9,976 dengan tingkat *signivicant level* ditetapkan sebesar  $\alpha = 5\% = 0,05$ , dengan derajat bebas  $N-k = 99 - 2 = 97$  sehingga  $df = 97 = 1,644$ . Hasil ini menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  variabel kualitas layanan (X) sebesar 9,976 >  $t_{tabel}$  1,644 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < \alpha 0,05$ . Dengan demikian hipotesis penelitian yaitu diduga bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura dapat terbukti.

### Persamaan Regresi

Berdasarkan hasil olah data pada tabel di atas maka, persamaan regresi dalam penelitian ini sebagai berikut:  $Y = 0,677 + 0,854X$

Dari persamaan regresi linear sederhana tersebut menunjukkan bahwa

- 1) Nilai konstanta 0,677 yang berarti bahwa apabila tidak memperhitungkan variabel kualitas layanan (X) maka kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura sebesar 0,677.
- 2) Nilai koefisien regresi (R) sebesar 0,854 menunjukkan bahwa apabila kualitas layanan meningkat sebesar satu maka, akan berpengaruh terhadap meningkatnya kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura sebesar 0,854.

**Koefisien Korelasi (R)**

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,712(a)	,506	,501	,69147

a Predictors: (Constant), Kualitas Layanan

Sumber, Data diolah, 2015

Berdasarkan hasil pengolahan data pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,712 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura.

**Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

Berdasarkan hasil analisis pada tabel 4.9 di atas terdapat nilai koefisien determinasi R<sup>2</sup> sebesar 0,506 menunjukkan bahwa variabel bebas kualitas layanan (X) mampu mempengaruhi atau menerangkan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) pada PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura sebesar 0,506 atau 50,6% sedangkan sisanya sebesar 0,494 atau 49,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis diatas menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas terhadap kualitas layanan PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura. Hal ini terbukti bahwa sebanyak sebanyak 73 responden menyatakan setuju dan merasa puas terhadap kualitas layanan PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura .

Selanjutnya berdasarkan hasil uji t menunjukan bahwa nilai t<sub>hitung</sub> variabel kualitas layanan (X) sebesar 9,976 > t<sub>tabel</sub> 1,644 dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000 < α 0,05. Dengan demikian hipotesis penelitian yaitu diduga bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura dapat terbukti. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,712 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN Rayon (Persero) Jayapura. Nilai koefisien determinasi R<sup>2</sup> sebesar 0,506 menunjukkan bahwa variabel bebas kualitas layanan (X) mampu mempengaruhi atau menerangkan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) pada PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura sebesar 0,506 atau 50,6% sedangkan sisanya sebesar 0,494 atau 49,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Jika hasil penelitian dibandingkan dengan penelitian yang dilakukan oleh Dicky Pratama, 2012, Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan pada Graha Spesialis RSUP Dr. Mohamad Hoesin Palembang. Kesamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Dicky Pratama yaitu:

- 1) Mempunyai tujuan yang sama yaitu untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel kualitas layanan terhadap kepuasan
  - 2) Menggunakan indikator yang sama yaitu 5 dimensi kualitas layanan
  - 3) Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan dan pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan
- Sedangkan perbedaannya yaitu:

- 1) Objek penelitian penelitian ini yaitu terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN Rayon Jayapura sedangkan objek penelitian terdahulu yaitu melihat kepuasan pasien rawat jalan pada Graha Spesialis RSMH Palembang.
- 2) Penelitian ini menggunakan alat analisis yaitu regresi linear sederhana sedangkan penelitian terdahulu menggunakan alat analisis regresi linear berganda.

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis pada bab sebelumnya maka dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura. Hal ini dibuktikan dengan hasil analisis yang menyatakan bahwa:

- a. kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan rumah tangga pada PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura dapat terbukti karena hasil nilai  $t_{hitung}$  variabel kualitas layanan (X) sebesar 9,976 > nilai  $t_{tabel}$  1,644 dengan tingkat signifikansi sebesar  $0,000 < \alpha 0,05$ .
- b. Persamaan regresi dalam penelitian ini yaitu  $Y = 0,677 + 0,854X$  yang menunjukkan bahwa nilai konstanta 0,677 yang berarti bahwa apabila tidak memperhitungkan variabel kualitas layanan (X) maka kepuasan pelanggan rumah tangga pada PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura sebesar 0,677 dan nilai koefisien regresi (R) sebesar 0,854 menunjukkan bahwa apabila kualitas layanan meningkat sebesar satu maka, akan berpengaruh terhadap meningkatnya kepuasan pelanggan rumah tangga PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura sebesar 0,854.
- c. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,712 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura dan nilai koefisien determinasi  $R^2$  sebesar 0,506 menunjukkan bahwa variabel bebas kualitas layanan (X) mampu mempengaruhi atau menerangkan variabel terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y) pada PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura sebesar 0,506 atau 50,6% sedangkan sisanya sebesar 0,494 atau 49,4% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### **Saran**

Berdasarkan kesimpulan diatas maka saran atau masukan dari penelitian kepada pihak manajemen PT. PLN (Persero) Rayon Jayapura yaitu Hendaknya tetap memprioritaskan kualitas layanan yang bermutu sesuai dengan indikator penelitian yaitu 5 dimensi kualitas layanan agar pelanggan dapat merasakan kepuasan yang diharapkan.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Alian Nurbiaty Lubis dan Marthina, 2009, *Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Deli Medan*.
- Admawati dan Wahyudin, 2007. *Analisis pengaruh harga dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan Pasien Rawat Inap di RSUD Deli Medan*, Universitas Sumatra Utara, Medan.
- Barata, 2003. *Strategi Pemasaran Jasa*, Erlangga Jakarta.
- Dadang Juliantara. 2005. *Pelayanan Public*. Salemba Empat Jakarta.
- Dicky Pratama, 2012. *Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan pada Graha Spesialis RSUP Dr. Mohamad Hoesin Palembang..*
- Dwiyanto, 2005. *Manajemen Pemasaran*, Liberty, Jakarta.
- Endar Sugiarto, 1999. *Manajemen Pemasaran*, Liberty, Jakarta.
- Johns, 2003. *Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Kuswadi, 2004. *Strategi emasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran*, Buku 1, Erlangga Jakarta
- Lupiyoadi. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*, Salemba Empat, Jakarta
- Lupiyoadi. 2006. *Manajemen Pemasaran*, Salemba Empat, Jakarta
- Ndraha, 2003. *Pelayanan Publik*, Salemba Empat, Jakarta.
- Rasid,1998. *Manajemen Pelayanan Jasa*, Bumi Aksara Jakarta.

- Rati Hardiyati 2010. *Analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen*. Universitas Diponegoro, Semarang
- Sianipar, 1999. *Manajemen Pemasaran*, Alfabeta, Bandung.
- Suharyadi Purwanto, 2004. *Statistik untuk Ekonomi & Keuangan Modern*, Buku 2, Salemba Empat, Jakarta
- Sugiono. 2003. *Statistik untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung
- Sugiono. 2008. *Statistik untuk Penelitian*, Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, . 1996. *Manajemen Jasa*, ANDI Ofiset, Yogyakarta.
- Usein Umar, 2001. *Riset Pemasaran*, Liberty, Jakarta
- Tjiptono, Fandy. 2003. *Manajemen Jasa*, ANDI Ofiset, Yogyakarta.
- Widodo, 2001. *Manajemen Pelayanan Publik*. Penerbit Ghalia Indonesia.
- Winarsih, 2007. *Manajemen Pemasaran*. Andi Galia, Yokyakarta
- Zulian Y, 2004, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Penerbit Ghalia Indonesia