

**ANALISIS PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PT. PLN (PERSERO)
BARAS MAMUJU UTARA**



Diajukan Oleh:

**ABD. R A H M A N
45 05 012 035**

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu persyaratan
Guna memperoleh gelar
Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS "45"
MAKASSAR
2011**

HALAMAN PENERIMAAN

Hari / Tanggal : Kamis, 31 Maret 2011

Skripsi Atas Nama : Abd. Rahman

No. Stambuk : 45 05 012 035

Telah diterima oleh Panitia Ujian Skripsi Sarjana pada Fakultas Ekonomi Universitas "45" Makassar untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program studi Manajemen

PANITIA UJIAN SKRIPSI

Pengawas Umum : Prof. DR. Ir. Mir Alam, M.Si.
(Rektor Univ. "45" Makassar)

Ketua : Muhlis Ruslan, SE., M.Si.
(Dekan Fak. Ekonomi Univ. "45")

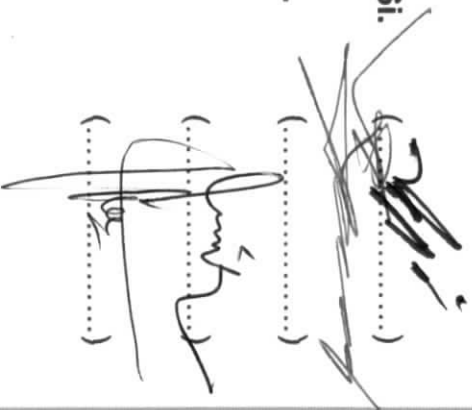
Sekretaris : Miah Said, SE., M.Si.

Anggota Penguji : 1. Drs. Palipada Palisuri, M.Si.

2. Thamrin Abduh, SE., M.Si.

3. Muhlis Ruslan, SE., M.Si.

4. Herminawaty A., SE., MM.



Handwritten signatures of the members of the Examination Panel, corresponding to the names listed above. The signatures are written in black ink on a white background.

HALAMAN PENGESAHAN

JUDUL SKRIPSI : ANALISIS PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PLN (PERSERO) BARAS MAMUJU UTARA

NAMA MAHASISWA : ABD. RAHMAN

NOMOR STAMBUK : 45 05 012 035

FAKULTAS : EKONOMI

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN

TELAH DISETUJUI :

PEMBIMBING I

PEMBIMBING II


(DRS. PALIPAZA PALISURI, M.Si.)


(HERMINAWATY A., SE., MM.)

MENGETAHUI DAN MENGENSAHKAN


Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas "45" Makassar

DEKAN FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS "45"



(MUHLIS RUSLAN, SE., M.Si.)

KETUA PROGRAM STUDI
MANAJEMEN



(HERMINAWATY A., SE., MM.)

Tanggal Pengesahan : 2011

PRAKATA

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang maha Esa atas berkat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini merupakan tugas akhir untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi (SE) pada Fakultas Ekonomi Universitas "45" Makassar.

Penulis mengucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu terselesainya skripsi ini. Pertama-tama, ucapan terima kasih penulis berikan kepada Bapak Drs. Palipada Palisuri, M.Si. dan Ibu Herminawaty A., SE., MM. sebagai dosen pembimbing atas waktu yang telah diuangkan untuk membimbing, member motivasi, dan member bantuan literature, serta diskusi-diskusi yang dilakukan dengan penulis.

Ucapan terima kasih juga penulis tujukan kepada Pimpinan PT. PLN (Persero) baras Mamuju Utara atas pemberian izin kepada penulis untuk melakukan penelitian diperusahaan beliau. Hal yang sama juga penulis sampaikan kepada seluruh staf PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara yang telah memberikan andil yang sangat besar dalam pelaksanaan penelitian ini. Terakhir, ucapan terima kasih penulis berikan kepada ayah dan ibu beserta saudara-saudara penulis atas bantuan, nasihat dan motivasi yang diberikan selama penulisan skripsi ini.

Semoga segala bantuan yang diberikan oleh semua pihak mendapat balasan dari Tuhan Yang Maha Esa.

Skripsi ini masih jauh dari sempurna walaupun telah menerima bantuan dari berbagai pihak. Apabila terdapat kesalahan-kesalahan dalam skripsi ini sepenuhnya menjadi tanggung jawab penulis dan bukan pula para pemberi bantuan. Kritik dan saran yang membangun akan lebih menyempurnakan skripsi ini.

Makassar, Maret 2011

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENERIMAAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PRAKATA.....	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
BAB I. PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
1.3.1 Tujuan Penelitian.....	7
1.3.2. Manfaat Penelitian	7
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pengertian Konsep Pelayanan	8
2.1.2 Konsep Manajemen Kualitas	11
2.1.3 Pengukuran Kualitas Pelayanan.....	12
2.1.4 Model Kualitas Pelayanan	14
2.1.5 Penerapan Konsep Manajemen Kualitas.....	18
2.1.6 Pengertian dan Teori Kepuasan Pelanggan.....	23
2.1.7 Proses Mengetahui Harapan Pelanggan.....	25

2.1.8 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan	26
2.2 Kerangka Pikir	28
2.3 Hipotesis.....	29
BAB III. METODE PENELITIAN	30
3.1. Daerah dan Waktu Penelitian.....	30
3.2. Populasi dan Sampel	30
3.3. Jenis Dan Sumber Data	31
3.4. Teknik Analisa Data	32
3.5. Definisi Operasional	33
BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	35
4.1. Gambaran Umum PLN Baras.....	35
4.1.1 Sejahter Singkat dan Gambaran Perusahaan.....	35
4.1.2 Struktur Organisasi.....	36
4.1.3 Fungsi dan Tugas.....	38
4.2. Hasil Penelitian.....	40
BAB V. SIMPULAN DAN SARAN	72
DAFTAR PUSTAKA	74

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Data Laporan Realisasi Tagihan Rekening Listrik Kabupaten Mamuju Utara	40
Tabel 4.1	Jumlah Pelanggan PLN tahun 2006-2010.....	40
Tabel 4.2	Pasang Baru PLN tahun 2006-2010.....	42
Tabel 4.3	Tunggakan Listrik PLN Tahun 2006-2010.....	44
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Menurut Usia.....	46
Tabel 4.5	Karakteristik responden Menurut Jenis Kelamin.....	47
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Mengenai PEKERJAAN.....	48
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Mengenai Pendidikan.....	48
Tabel 4.8	Frekuensi dan persentase Tanggapan Responden Mengenai Kepuasan pelanggan.....	50
Tabel 4.9	Frekuensi dan persentase Tanggapan Responden Mengenai Bukti Fisik.....	51
Tabel 4.10	Frekuensi dan Persentase Tanggapan Responden Mengenai Kehandalan.....	52
Tabel 4.11	Frekuensi dan Persentase Tanggapan Responden Mengenai Daya Tanggap.....	53
Tabel 4.12	Frekuensi dan Persentase Tanggapan Responden Mengenai Jaminan.....	54

Tabel 4. 13	Frekuensi dan Persentase Tanggapan Responden Mengenai Empati.....	56
Tabel 4. 14	Bukti Fisik Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	57
Tabel 4. 15	Kehandalan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	58
Tabel 4. 16	Daya Tanggap Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	59
Tabel 4. 17	Jaminan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	61
Tabel 4. 18	Empati Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	62

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Model Kualitas Pelayanan.....	16
Gambar 2.2 Kerangka Pikir.....	28
Gambar 4.1 Baglan Struktur Organisasi PT. PLN Baras.....	37
Gambar 4.2 Grafik Persentase Pertumbuhan Pelanggan PLN.....	41
Gambar 4.3 Grafik Persentase Pasang Baru PLN.....	43
Gambar 4.4 Grafik PersentasePertumbuhan Tunggakan PLN.....	45

BAB I PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Di era pelaksanaan Otonomi Daerah, PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara selain misi utamanya adalah memberikan pelayanan listrik yang terbaik kepada masyarakat Kabupaten Mamuju Utara dan juga sangat diharapkan untuk menunjang pelaksanaan pembangunan dan pelayanan perkotaan serta mewujudkan profesionalisme pengelolaan perusahaan di bidang penyediaan listrik untuk peningkatan kepuasan para pelanggan.

PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara dituntut untuk selalu memberikan pelayanan yang memuaskan kepada konsumennya. Hal ini sejalan dengan konsep untuk menggalakkan pelayanan prima, sehingga diharapkan adanya pembenahan system pelayanan baik secara teknis maupun administrasi yang menunjang tercapainya pelaksanaan pelayanan prima.

Listrik bersih merupakan kebutuhan manusia yang sangat vital di dalam berbagai keperluan hidupnya, baik untuk penerangan, penggerakkan mesin-mesin industri ataupun untuk keperluan hidup lainnya (Dharma, 1998). Dapat diketahui bahwa masalah listrik adalah masalah yang tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia khususnya bagi masyarakat perkotaan, listrik sangat berguna untuk berbagai kegiatan termasuk kegiatan

olah raga, industri, kebersihan, perikanan, pertanian, pertambangan dan sebagainya.

PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara sebagai badan yang bertugas untuk melayani masyarakat terhadap pemerataan kebutuhan listrik dan dapat pula diharapkan untuk terus-menerus meningkatkan pelayanan listrik kepada masyarakat baik dari segi kualitas, kuantitas dan kontinuitas.

Untuk mencapai sasaran diatas, sebagai wadah penyedia listrik harus meningkatkan kinerjanya dengan menciptakan suatu rangkaian kerja sama yang baik diantara satu fungsi dengan fungsi lainnya yang saling berhubungan. Hal ini dilakukan mengingat kebutuhan masyarakat akan listrik merupakan suatu hal yang sangat urgen. Undang-Undang Nomor 1 Tahun 1974 dan aturan pelaksanaannya, dalam Peraturan Pemerintah Nomor 22 Tahun 1982 pada pasal 13 ayat (1) menetapkan bahwa : "Listrik untuk keperluan lain" (Dharma, 1998).

Dalam upaya peningkatan pelayanan listrik, pihak PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara seringkali mengalami kesulitan untuk mempertahankan produksinya sehingga kontinuitas pelayanan kepada masyarakat menjadi terganggu karena ketidakstabilan listrik kepada konsumen terganggu. Dan juga dapat disebabkan dengan adanya perubahan musim yang terjadi" tidak jarang mengganggu kestabilan produksi listrik yang berdampak pada kurangnya kapasitas produksi listrik ke pelanggan.

Untuk mendukung program pemerintah menuju "Dasa Warsa Listrik dan Penyehatan Lingkungan Pemukiman" (Dharma, 1998), maka PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara yang telah didirikan dan bertujuan untuk melaksanakan pembangunan daerah di bidang listrik, dalam rangka memenuhi kebutuhan dan kesejahteraan rakyat serta ketenagakerjaan dalam perusahaan menuju masyarakat adil dan makmur berdasarkan Pancasila dan Undang-Undang Dasar 1945.

Upaya yang dilakukan PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara khususnya di Kabupaten Mamuju Utara baik berupa penyambungan jaringan instalasi, dan pelayanan listrik yang dilakukan melalui jaringan kabel bagi masyarakat yang belum terjangkau jaringan kabel distribusi. Hal ini merupakan wujud nyata kepedulian PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara. Namun dibalik upaya yang telah dilakukan masih terdapat berbagai macam persoalan yang harus diperhatikan dan dibenahi. Selain kendala pengelolaan, tuntutan terhadap peningkatan pelayanan berupa : kualitas listrik, kuantitas listrik, dan kontinuitas listrik, pelayanan perbaikan dan perawatan, pembacaan meter yang belum akurat serta keluhan-keluhan lainnya, harus ditanggapi dalam rangka memberikan solusi yang terbaik bagi pihak pelanggan.

Mencermati situasi moneter dan ekonomi yang masih labil, pelayanan listrik kepada masyarakat mengalami penurunan. Hal ini dirasakan sangat berat pada pertengahan tahun 1997. PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara

mengalami kenaikan biaya operasional yang disebabkan kenaikan biaya impor yang tinggi dan lemahnya nilai tukar rupiah serta menguatnya tingkat inflasi pada akhir tahun 1998, yang memicu naiknya bahan baku dan perlengkapan lainnya yang cukup signifikan. Sementara itu, kenaikan tarif listrik tidak dapat dilaksanakan karena kemampuan pelanggan membayar mengalami penurunan.

Akibat kendala-kendala yang dialami oleh perusahaan, menyebabkan terhambatnya pencapaian tingkat pelayanan listrik kepada masyarakat. Namun demikian, dengan kondisi perekonomian yang semakin membaik saat ini, pihak manajemen PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara berupaya menjawab harapan-harapan pelanggan dengan memberi pelayanan prima untuk meningkatkan kepuasan pelanggan khususnya di Kabupaten Mamuju Utara .

Peningkatan tersebut sangat ditentukan oleh manajemen pelayanan yang berkembang untuk meraih dan mempertahankan pelanggan. Seperti yang dikemukakan oleh Kotler dalam Hermawan (1995: 56), bahwa perusahaan harus menyadari pentingnya mempertahankan pelanggan yang ada dengan memberikan kepuasan yang tinggi. Namun demikian, menurut Chatib dari ITB (1997:87) bahwa untuk memberikan pelayanan kepada pelanggan listrik menghadapi beragam kendala, termasuk didalamnya, kurangnya kesadaran dan pengalaman, belum memadainya metode teknis, serta terbatasnya material dan peralatan.

Pada saat ini, penerapan manajemen pelayanan dalam industri barang dan jasa telah menjadi kebutuhan pokok apabila ingin berkompetisi dalam pasar domestic maupun pasar global. Tuntutan konsumen Indonesia terhadap tingkat pelayanan yang diberikan produsen industri barang dan jasa telah meningkat. Hal ini dapat pula ditunjukkan melalui hasil riset kepuasan pelanggan, digunakan skor dari 1 sampai 7 merupakan skor paling ideal untuk kualitas pelayanan, sedangkan 1 merupakan skor paling rendah untuk kualitas pelayanan. Rata-rata tuntutan konsumen terhadap kualitas pelayanan berada pada skor 6,41 sampai 6,66.

Dari hasil riset diatas, menunjukkan bagaimana kepedulian pelanggan terhadap kepuasan, sekaligus memberi gambaran bahwa kepuasan pelanggan di Indonesia belum mencapai 100 %, sehingga manajemen industri ditantang untuk mengembangkan sistem manajemen pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Berdasarkan uraian diatas, untuk mengetahui kemampuan pelayanan yang telah dilakukan PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara terhadap peningkatan kepuasan pelanggan di Kabupaten Mamuju Utara, penulis termotivasi untuk melakukan penelitian tentang "**Analisis Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara** "

TABEL 1.1
DATA LAPORAN REALISASI PENJUJALAN REKENING LISTRIK
KABUPATEN MAMUJU UTARA
TAHUN 2010

Tahun	Rencana	Realisasi	Naik (Penurunan)	(%)
2006	101.236.570.632,00	97.053.456.704,00	4.183.113.928,00	4,13%
2007	106.729.314.551,00	99.164.756.136,00	7.564.558.415,00	7,09%
2008	108.017.112.075,00	103.577.350.078,00	4.439.761.997,00	4,11%
2009	110.417.373.349,15	106.079.067.253,79	4.338.306.095,36	3,93%
2010	118.997,547.132,00	110.618.381.868,00	8.379.165.264,00	7,04%

Sumber : PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara, Tahun 2011

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas. maka rumusan masalah yang ditemukan dalam penelitian adalah sebagai berikut :

"Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara "

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1. Tujuan Penelitian

Adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui gambaran kemampuan PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara dalam memberikan pelayanan yang memuaskan kepada para pelanggannya.
2. Untuk mengetahui Faktor-Faktor yang berpengaruh dalam Pemberian Pelayanan Yang Memuaskan Kepada Pelanggan.
3. Untuk mengetahui strategi pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

1.3.2. Manfaat Penelitian

1. Sebagai bahan masukan bagi pemerintah daerah dalam upaya meningkatkan kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara di Kabupaten Mamuju Utara.
2. Diharapkan dapat memperkaya teori pelayanan terutama yang ingin/mendalami pengetahuan tentang pelayanan untuk meningkatkan kepuasan pelayanan.
3. Manfaat bagi peneliti merupakan tambahan wawasan pengetahuan tentang manajemen pelayanan yang sangat relevan dengan kondisi kerja di lingkungan PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1 Pengertian Konsep Pelayanan

Pengertian Pelayanan dalam kamus umum Bahasa Indonesia dinyatakan bahwa Pelayanan adalah suatu usaha untuk membantu menyiapkan (mengurus) apa yang diperlukan orang lain. (Poerwadarmita, 1989: 128).

Selanjutnya Moenir (1992: 16) mengemukakan pengertian pelayanan sebagai berikut:

"Untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, manusia berusaha baik melalui aktifitas sendiri maupun secara tidak langsung melalui aktifitas orang lain. Aktifitas adalah suatu proses penggunaan akal pikiran, panca indera dan anggota badan tanpa alat Bantu yang dilakukan oleh seseorang untuk mendapatkan sesuatu yang diinginkan baik dalam bentuk barang lain yang langsung, yang langsung itulah yang dinamakan pelayanan".

Berarti Pelayanan adalah rangkaian kegiatan untuk atau aktivitas dari suatu instansi atau organisasi yang memberikan jasa terhadap orang lain/pegawai yang membutuhkan dan untuk mencapai tujuan-tujuannya.

Sedangkan dalam Keputusan Menteri Negara Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 81 Tahun 1993, dikatakan bahwa :

"Pelayanan adalah suatu bentuk kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintahan baik di pusat, daerah, BUMN, dan BUMD dalam bentuk barang maupun jasa dalam rangka

memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai peraturan perundang-undangan".

Yun Yong and Loh (1998) dalam karyanya "The Quest For Global Quality" seperti yang dikutip Soedarsono, ET.AL., (2000: 5) menyatakan bahwa pelayanan adalah " penghubung pertama dalam rantai aktivitas untuk sistem total quality management yang akan datang". Sejalan dengan hal tersebut, Cristopher (1992) seperti yang dikutip Soerdarsono H, et, antara lain., (2000: 5), mengemukakan bahwa:

"Pelayanan pelanggan dapat diartikan sebagai suatu sistem manajemen, diorganisir untuk menyediakan hubungan pelayanan yang berkesinambungan antara waktu pemesanan dan waktu barang atau jasa itu diterima dan digunakan dengan tujuan memuaskan pelanggan dalam jangka panjang".

Sehingga dalam memberikan pelayanan yang baik perlu adanya layanan dan dukungan kepada pelanggan agar kepuasan pelanggan dapat terpenuhi. Layanan dan dukungan pelanggan dapat diartikan sebagai bentuk layanan memberikan kepuasan bagi pelanggan, selalu diingat oleh para pelanggannya, memberikan citra positif di mata pelanggannya, pelayanan dengan biaya terkendali/terjangkau sehingga pada gilirannya pelanggan dapat bekerja sama / berperan aktif dalam pelaksanaan pelayanan yang prima.

Tuntutan pemberian pelayanan yang lebih transparan, lebih baik, lebih adil, dan ekonomis, semakin mengemuka seiring dengan implementasi otonomi daerah. Pelayanan yang lebih baik pada dasarnya harus diakui sebagai terminology bisnis, artinya untuk dapat memberikan pelayanan yang

lebih baik maka pilihan-pilihan yang dimiliki oleh pihak PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara adalah mengadopsi konsepsi bisnis dalam pemberian pelayanan atau secara terbuka melakukan *contracting out* dengan swasta dalam pemberian pelayanan terhadap urusan umum.

Pemberian pelayanan itu sendiri menurut Zithami, et. All., (1990) seperti dikutip Fattah (2001: 19) dalam *Jurnal Administrasi Negara*, Vol. 7. No.4/2001, memiliki lima dimensi kualitas pelayanan, yaitu :

1. Kebutuhan pelanggan yang berfokus pada penampilan barang/jasa.
2. Pemenuhan janji pelayanan segera dan memuaskan dari perusahaan (*reliability*).
3. Pemberian pelayanan secara cepat dan tanggap (*responsiveness*).
4. Jaminan kepada pelanggan (*assurance*) yang mencakup kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki oleh para staf, bebas dari bahaya resiko atau keragu-raguan.
5. Adanya kemudahan dalam melakukan hubungan para pelanggan.

Dari uraian diatas, beberapa hal masih sulit untuk ditemukan dalam praktek pemberian pelayanan oleh PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara. Sebagai perusahaan pemerintah masih memposisikan diri sebagai pengusaha sehingga tidak dapat membangun komunikasi yang baik dengan masyarakatnya. Kekurangan yang diperoleh dari hal ini adalah ketidakmampuan untuk menemukan apa yang menjadi kebutuhan dan harapan masyarakat yang mengusulkan perbaikan pelayanan yang prima.

Demikian halnya dengan pelayanan yang diberikan pegawai kepada masyarakat khususnya dalam pemberian listrik, bahwa pelayanan yang diberikan kepada pegawai, merupakan salah satu factor yang banyak mendapat sorotan dari semua unsur pemerintah maupun masyarakat luas. Namun dapat dilihat masih terdapatnya pelayanan yang kurang efektif diberikan, sehingga tidak memuaskan bagi yang dilayani karena berbagai masalah/kendala yang dihadapi baik bersifat internal maupun eksternal.

2.1.2 Konsep Manajemen Kualitas

Pada dasarnya pengertian manajemen kualitas secara operasional adalah serangkaian aktivitas dari fungsi manajemen secara keseluruhan yang memerlukan kebijaksanaan kualitas, tujuan-tujuan dan , tanggungjawab serta mengimplementasikannya melalui alat-alat seperti perencanaan kualitas, pengendalian kualitas, jaminan kualitas dan peningkatan kualitas. Dari defenisi diatas, dapat disimpulkan bahwa manajemen kualitas berorientasi pada proses yang mengintegrasikan semua sumber daya manusia, pemasok-pemasok (supplier) dan para pelanggan (customer) dilindungi perusahaan (corporate environment). Pada prinsipnya untuk menciptakan pelayanan yang berorientasi pada pelanggan diperlukan kerangka atau acuan melaksanakan "manajemen mutu terfokus" yang memiliki 4 tahapan yaitu :

1. Tahap penyiapan adalah suatu tahapan dimana manajer dan tim kepemimpinan diorganisasikan dengan mengembangkan pernyataan visi, misi dan nilai.
2. Tahap perencanaan adalah tahapan dimana rencana yang nyata dibuat untuk memperbaiki proses bisnis kunci dan organisasi secara keseluruhan.
3. Tahap penyebaran adalah tim perbaikan proses untuk melaksanakan proses perbaikan.
4. Tahap pemantapan adalah menjadikan manajemen mutu terfokus sebagai cara menjalankan bisnis setiap hari.

2.1.3 Pengukuran Kualitas Pelayanan

Mengukur kualitas pelayanan merupakan suatu tantangan karena kepuasan konsumen ditentukan oleh banyak faktor yang tak benyujud.

Menurut Parasuraman (1990:16) ada tiga hal yang patut diperhatikan dalam mengukur kualitas pelayanan, yaitu:

- a. Kualitas suatu pelayanan lebih sulit untuk dievaluasi oleh konsumen daripada kualitas barang. Oleh karena itu, peneliti pemasaran relatif lebih sulit dalam memahami kriteria yang digunakan oleh konsumen untuk mengevaluasi suatu pelayanan.

- b. Pengevaluasian kualitas pelayanan, konsumen tidak semata-mata melihat dari hasil suatu pelayanan (*outcome*), tetapi juga mempertimbangkan bagaimana proses pemberian pelayanan.
- c. Kriteria kualitas pelayanan yang relevan ialah kriteria yang ditetapkan oleh konsumen. Kualitas pelayanan hanya dapat diukur dari sudut pandang konsumen dan bukan dari sudut pandang perusahaan.

Menurut Parasuraman (1990:23) suatu instrumen/alat ukur yang sering digunakan untuk mengukur secara kuantitatif multidimensi dari kualitas pelayanan ialah instrumen SERVQUAL. Dengan SERVQUAL dapat dilakukan survei kualitas pelayanan sekaligus kepuasan konsumen berdasarkan Model Kesenjangan Kualitas Pelayanan. SERVQUAL merupakan skala *multi-item* yang dipergunakan untuk mengukur lima dimensi dari kualitas pelayanan, yaitu: kehandalan (*reliability*), koresponsipan (*responsiveness*), keyakinan (*assurance*), empati (*empathy*) dan bukti fisik (*tangibles*). Instrumen SERVQUAL terdiri dari dua bagian, masing-masing terdiri dari beberapa pernyataan (*statements*) yang mempunyai kehandalan (*reliability*) dan kesahihan (*validity*) tinggi. Bagian pertama mengukur harapan konsumen atas suatu pelayanan, sedangkan bagian kedua mengukur persepsi konsumen terhadap suatu pelayanan yang telah diberikan oleh suatu perusahaan jasa tertentu yang menjadi obyek penelitian. Beberapa peneliti telah menggunakan instrumen SERVQUAL untuk mengukur kualitas pelayanan. Pertimbangan dalam SERVQUAL adalah:

- a. SERVQUAL dibuat untuk dapat dipakai sebagai alat ukur kualitas pelayanan diberbagai perusahaan jasa secara luas.
- b. Kerangka dasar SERVQUAL dapat disesuaikan dengan kebutuhan riset yang spesifik bagi perusahaan dengan cara menambah item yang sesuai dengan karakteristik pelayanan yang diberikan perusahaan pada masing-masing dimensi kualitas pelayanan.
- c. Dari hasil pengujian para peneliti, item-item SERVQUAL menunjukkan kehandalan (*reliability*) dan kesahihan (*validity*) yang tinggi.
- d. SERVQUAL dapat digunakan secara periodik untuk memonitor kecenderungan (*trend*) kualitas pelayanan bersama-sama dengan alat ukur kualitas pelayanan lainnya.

2.1.4 Model Kualitas Pelayanan

Parasuraman (1990:46) mengemukakan suatu model kualitas pelayanan yang sangat populer dan banyak dianut oleh para ahli pemasaran.

Model kualitas pelayanan ini menyoroti syarat-syarat utama pemberian pelayanan yang diharapkan oleh konsumen dan mengidentifikasi lima kesenjangan (*gap*) yang mengakibatkan kegagalan pemberian pelayanan.

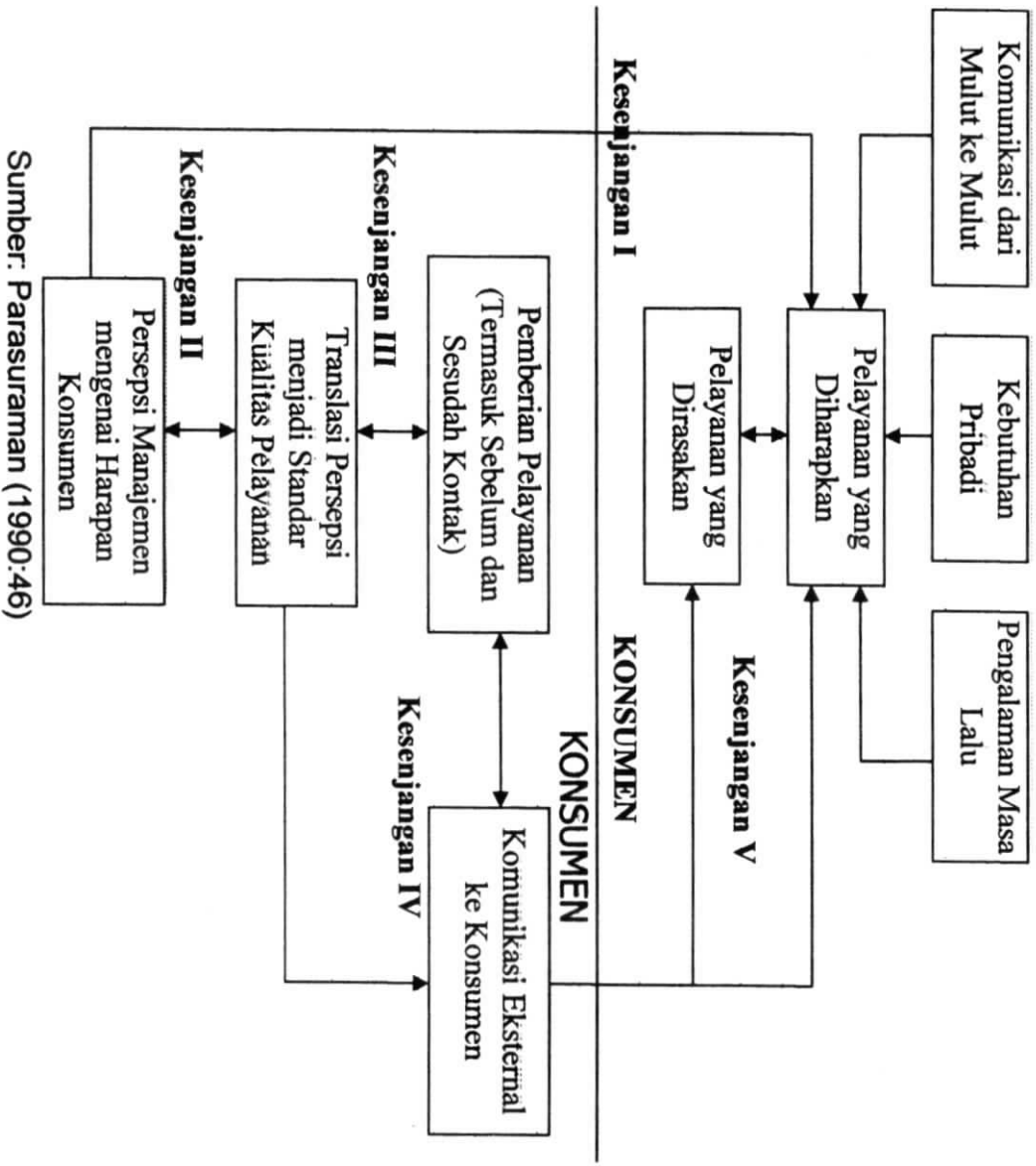
Model kualitas pelayanan selengkapnya terlihat pada Gambar 6.

Menurut Parasuraman (1990:47) kelima kesenjangan dalam pemberian pelayanan dan kemungkinan faktor penyebabnya adalah sebagai berikut:

1. Kesenjangan I: Kesenjangan antara harapan konsumen dan persepsi manajemen perusahaan.
Kesenjangan ini terjadi karena manajemen perusahaan salah mengerti atau tidak memahami benar apa yang menjadi harapan konsumen. Parasuraman mengidentifikasi tiga faktor penyebab kesenjangan ini, yaitu:
 - a. Kurangnya orientasi riset pemasaran dari manajemen yang dapat dilihat dari sedikitnya riset pemasaran yang dilakukan, penggunaan hasil riset yang tidak adekwat dan kurangnya interaksi antara manajemen dengan konsumen.
 - b. Tidak efektifnya komunikasi vertikal dari petugas pelayanan (*customer service*) ke jajaran manajemen.
 - c. Terlalu banyaknya jenjang manajemen yang memisahkan petugas pelayanan dengan manajer puncak.
1. Kesenjangan II: Kesenjangan antara persepsi manajemen perusahaan atas harapan konsumen dan standar kualitas pelayanan.
Kesenjangan ini timbul akibat adanya kesalahan persepsi manajemen dalam menerjemahkan harapan para konsumen secara tepat ke dalam bentuk tolak ukur/standar kualitas pelayanan.
 - 1) Kurangnya komitmen manajemen terhadap kualitas pelayanan.
 - 2) Kurangnya persepsi manajemen akan kemungkinan pemenuhan harapan konsumen.
 - 3) Tidak memadainya standarisasi tugas pelayanan.

- 4) Tidak adanya tujuan/sasaran kualitas pelayanan.

Gambar 2.1
Model Kualitas Pelayanan



2. Kesenjangan III: Kesenjangan antara standar kualitas pelayanan dan pemberian pelayanan kepada konsumen.

Hal ini terjadi karena adanya ketidakmampuan atau ketidakmauan sumberdaya manusia perusahaan dalam memenuhi standar kualitas

pelayanan yang telah ditetapkan. Kesenjangan ini sering disebut "Kesenjangan Kinerja Pelayanan" dan sering ditemukan di perusahaan jasa. Terdapat tujuh faktor kesenjangan ini, yaitu:

- a. Adanya kedwiarifan peran (*role ambiguity*) dari para staf perusahaan.
- b. Adanya konflik peran dalam diri para staf.
- c. Rendahnya tingkat kecocokan jabatan/pekerjaan staf.
- d. Rendahnya tingkat kecocokan teknologi yang digunakan.
- e. Tidak tepatnya sistem evaluasi kinerja dan sistem imbalan staf.

3. Kesenjangan IV: Kesenjangan antara pemberian pelayanan kepada konsumen dan komunikasi eksternal perusahaan.

Kesenjangan ini terjadi karena perusahaan tidak mampu memenuhi janji-janji yang telah dikomunikasikan secara eksternal melalui berbagai upaya promosi, yang disebabkan oleh dua faktor utama, yakni:

- a. Tidak efektifnya komunikasi horizontal antar bagian dalam perusahaan khususnya bagian operasional, pemasaran dan sumberdaya manusia serta perbedaan kebijakan dan prosedur antar bagian atau antar kantor cabang.
- b. Kecenderungan perusahaan memberikan janji berlebihan kepada konsumen.

4. Kesenjangan V: Kesenjangan antara harapan konsumen dan kenyataan yang diterima.

Kesenjangan ini terjadi karena tidak terpenuhinya harapan konsumen atas pelayanan yang telah diterima/dirasakannya.

2.1.5 Penerapan Konsep Manajemen Kualitas

a. Menetapkan Misi, Visi, dan Nilai Perusahaan

Dalam melaksanakan pelayanan secara maksimal harus terlebih dahulu menetapkan misi, yaitu alasan mengapa organisasi harus tetap ada dengan menguraikan organisasi dengan jalan ringkas dan nyata.

1. Misi (*Mission*)

Pernyataan misi bagi PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara merupakan hal yang mendasar untuk menyatukan mengapa perusahaan harus tetap ada (*establish*), oleh karenanya penciptaan misi harus memperhatikan hal-hal sebagai berikut : 1) uraikan mekanisme kerja dari struktur organisasi yang berlaku secara jelas, ringkas dan nyata; 2) usahakan relevan dapat dimengerti oleh "stakeholders" (pemilik, pelanggan, legislative, Pemda, LSM dan sebagainya; 3) misi tersebut berorientasi pelanggan dan 4) memberikan acuan/arahan bagi semua pihak.

2. Visi (*Vision*)

Hendaknya visi dianggap sebagai kondisi ideal dimasa depan. Pernyataan visi tersebut hendaknya memperhatikan hal-hal seperti : 1) kondisi/arrah yang hendak dicapai oleh PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara dimasa depan; 2) Menetapkan tujuan yang hendak dicapai; 3)

Pemberdayaan sumber daya manusia dan menciptakan motivasi dan rasa memiliki.

3. Nilai Budaya (*Corporate Culture*)

Nilai budaya perusahaan merupakan prinsip dasar yang harus ditanamkan bagi semua pegawai bahwa kesinambungan dan pertumbuhan perusahaan dapat tercapai jika semua pegawai dapat bekerja secara produktif dan menempatkan pelanggan sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari pelaksanaan tugas sehari-hari.

Manajemen PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara melakukan perencanaan sekaligus menyiapkan desain kualitas yang merupakan rangkaian tindakan manajemen yang mengintegrasikan rantai pemasok pelanggan dan berupaya secara terus-menerus meningkatkan kualitas melalui Sistem Informasi Pelanggan (*Customers Information System*), Proses Kerja (*Work Process*) dan Proses? orang (*People Process*) sebagai berikut:

4. Identifikasi Pelanggan

Untuk membuat suatu perencanaan terhadap kualitas pelanggan listrik, manajemen harus terlebih dahulu mengenal karakteristik pelanggan. Pelanggan adalah semua orang yang menggunakan listrik yang menuntut pelayanan untuk memenuhi standar kualitas tertentu, karena itu kita akan memberikan pengaruh kepada performance perusahaan.

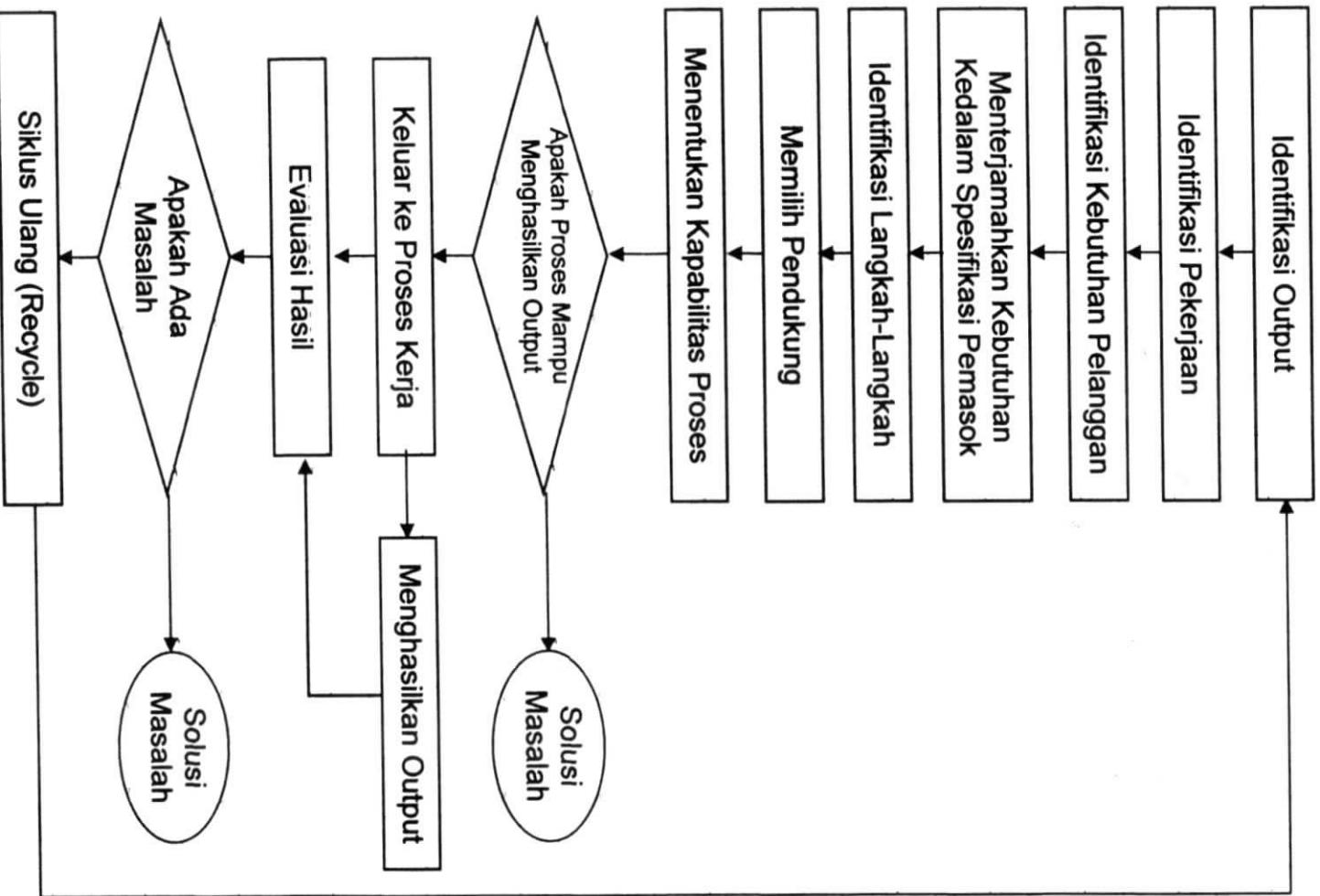
Pada hakekatnya pemahaman terhadap pelanggan dapat dibagi tiga kelompok yaitu : 1) Pelanggan internal, adalah orang yang berada dalam

perusahaan dan memiliki pengaruh pada performance pekerjaan kita; 2) Pelanggan antara, adalah mereka yang berperan sebagai perantara, bukan sebagai pemakai langsung jasa listrik (pemasok/supplier/mitra kerja); dan 3) Pelanggan eksternal, adalah pembeli produk listrik, pemakai akhir (*real customer*).

5. Manajemen Proses

Dalam rangka memberikan proses keberhasilan manajemen dalam mengidentifikasi Kunci pelayanan pelanggan, paling tidak dapat menjawab 6 pertanyaan sebagai berikut : 1) bentuk pelayanan apa yang berpengaruh bagi pelanggan; 2) bagaimana proses dalam mencapai pelayanan yang diinginkan pelanggan; 3) faktor kunci apa yang harus dilaksanakan oleh PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara untuk memperoleh kinerja pelayanan maksimal; 4) proses mana yang memiliki "visibility" tinggi dengan pelayanan; 5) proses mana yang memiliki dampak terbesar terhadap standar kualitas pelayanan yang dikehendaki oleh pelanggan dan 6) berdasarkan data yang ada, proses mana yang memiliki potensi yang terbesar untuk perbaikan.

Dari alat Bantu pertanyaan tersebut diatas, paling tidak dapat dijadikan landasan operasional dalam "proses perbaikan kualitas" Adapun salah satu model yang dapat diaplikasikan oleh PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara dalam upaya perbaikan kualitas, dapat digunakan model sebagai berikut :



2.1.6 Pengertian dan Teori Kepuasan Pelanggan

Pengertian kepuasan pelanggan menurut Kotler dalam Hermawan (1997: 58) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil dirasakan dibandingkan dengan harapannya.

Sementara Day dalam Tjiptono (1995: 78) memberikan pengertian dengan mengatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan adalah respon para pengguna atau pelanggan terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang dirasakan antara harapan sebelumnya (atau normal kinerja lainnya) dan kinerja actual produk yang dirasakan setelah menggunakannya.

Mengacu pada pengertian disini, dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja yang dirasakan. Mewujudkan harapan dengan kinerja yang baik akan mengakibatkan selera pelanggan untuk mengadakan permintaan ulang, menentukan kualitas produk serta kepuasan pelanggan.

Adapun teori yang digunakan untuk mencapai kepuasan pelanggan sebagai berikut:

1. The Expectancy Disconfirmation Model

Teori kepuasan pelanggan yang dikembangkan oleh Oliver dalam the expectancy disconfirmation model, kepuasan pelanggan ditentukan dua variable kognitif, yakni harapan pra-pembelian merupakan keyakinan kinerja, yang diantisipasi dari suatu produk atau jasa, dan perbedaan antara harapan pra-pembelian dengan persepsi purna beli.

Dalam konsep penilaian kinerja dikenal : penilaian normative (*normatif performance*), yaitu pencerminan kinerja yang seharusnya diterima atau biaya dan usaha untuk membeli dan menggunakan suatu produk atau jasa penilaian ideal (*ideal performance*), yakni tingkat kinerja optimal atau ideal yang dirasakan oleh pelanggan; penilaian harapan (*expected performance*) yaitu tingkat kinerja yang diharapkan pelanggan atau pengguna lainnya.

Teori diatas dalam penilaian kepuasan dan ketidakpuasan dikategorikan menjadi tiga bentuk penilaian yaitu (1) bila kinerja atau hasil melebihi yang diharapkan (*positive disconfirmation*), (2) bila kinerja keduanya sama (*simple disconfirmation*), dan (3) bila kinerja lebih buruk dari yang diharapkan (*negative disconfirmation*). Oleh Tsc dan Wilton dalam Tjiptono., 1995, kategori penilaian kepuasan dan ketidakpuasan tersebut dirumuskan dalam bentuk :

$$\text{Satisfaction} = F (\text{expectation, Perceived performance})$$

Atau

$$S = F (E, P)$$

Sumber : Tsc & Wilton

Dimana :

S = Kepuasan (*satisfaction*)

E = Harapan (*expectation*)

P = Dirasakan (*perceived*)

Berdasarkan pada prasarana diatas, diketahui dua variable yang menentukan kepuasan pelanggan yaitu harapan dan prestasi yang dirasakan. ; Bila variable $E < P$, pelanggan tidak puas.

2. Teori Equity

Dalam teori equity, menurut (Oliver., 1988:85) menyatakan seseorang akan puas bila rasio hasil diperoleh dibandingkan dengan input digunakan dirasakan listrik, atau kepuasan terjadi bila pelanggan merasakan rasio hasil terhadap input proporsional menghasilkan rasio yang sama.

3. Teori Atribut

Bila pelanggan merasakan kegagalan suatu produk memenuhi harapannya, disebabkan dua faktor yang bersifat stabil, maka cenderung berkeyakinan bahwa di masa mendatang jika membeli produk yang sama kegagalan akan terulang. Akhirnya pelanggan tidak akan membeli suatu produk, keputusan pelanggan ini berdasarkan perhitungan rasional, kebutuhan subjektif, aspirasi dan pengalaman.

4. Konsep TQM (Total Quality Management)

Total quality management adalah suatu pendekatan dalam mengembangkan bisnis, bertujuan memaksimalkan daya saing organisasi melalui perbaikan secara berkesinambungan terhadap produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan. Sistem manajemen TQM berupaya meningkatkan mutu sebagai suatu strategi usaha dan berorientasi pada kepuasan pelanggan dengan keterlibatan seluruh anggota organisasi.

2.1.7 Proses Mengetahui Harapan Pelanggan

Tujuan dari pelayanan prima adalah memuaskan dan menguntungkan pihak pelanggan. Untuk mencapai hal itu, diperlukan kualitas pelayanan yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pelanggan. Zethami et al. (1990) seperti dikutip Yun Yong and Loh (1998) menyatakan bahwa "mutu pelayanan didefinisikan oleh pelanggan" Oleh karena itu, mutu pelayanan adalah " kesesuaian antara harapan dan atau keinginan dengan kenyataan" Sejalan dengan defenisi mutu pelayanan, maka dimensi yang sangat melekat dengan mutu pelayanan adalah :

1. Tak nyata : penampilan fasilitas fisik, peralatan, tanager kerja, dan material komunikasi.
2. Daya Uji ; kemampuan menunjukkan sebagai jasa yang dapat diandalkan dan akurat seperti dijanjikan.
3. Daya Tanggap ; kemampuan membantu pelanggan dan menyediakan layanan dengan segera.
4. Keterampilan : memiliki keahlian dan pengetahuan yang dibutuhkan untuk memberikan pelayanan dimaksud.
5. Keramahan : sopan santun, penghargaan, perhatian, dan persahabatan, dari orang yang menghubungi.
6. Credulities ; Ketulusan. Kepercayaan, kejujuran, dari pemberi layanan.
7. Keamanan : Kebebasan dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.
8. Akses : kemudahan untuk didekati atau dihubungi.

9. Komunikasi: memberikan pengetahuan yang dapat dipahami oleh pelanggan dan mendengarkan mereka.

10. Pengertian : berusaha mengenal pelanggan dan kebutuhannya.

Dengan memperhatikan dimensi dari mutu pelayanan tersebut, maka kesesuaian antara harapan dan atau keinginan dengan kenyataan akan terwujud sehingga pelayanan prima untuk memberikan kepuasan pelanggan akan tercapai.

2.1.8 Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Pengukuran kepuasan pelanggan oleh Khotler (1995: 83) mengidentifikasi atau membedakan kedalam empat metode pengukuran yaitu :

1. Sistem keluhan dan saran, ditujukan kepada setiap organisasi berfokus pada konsumen (*costumer-centered*), dengan memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menerima saran, pendapat dan keluhan pelanggan sebagai modal perbaikan dimasa mendatang.
2. Ghost Shopping, suatu metode kepuasan pelanggan dengan mempekerjakan beberapa orang untuk bersikap sebagai pelanggan potensial terhadap produk perusahaan dan pesaing.
3. Lost Costumer Analysis, suatu pendekatan yang dilakukan untuk menghubungkan penggunaan macet membeli atau beralih kepada pemasok lain, sebaiknya mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengendalikan serta

menempuh kebijakan yang berhubungan dengan perbaikan dan penyempurnaan berkelanjutan.

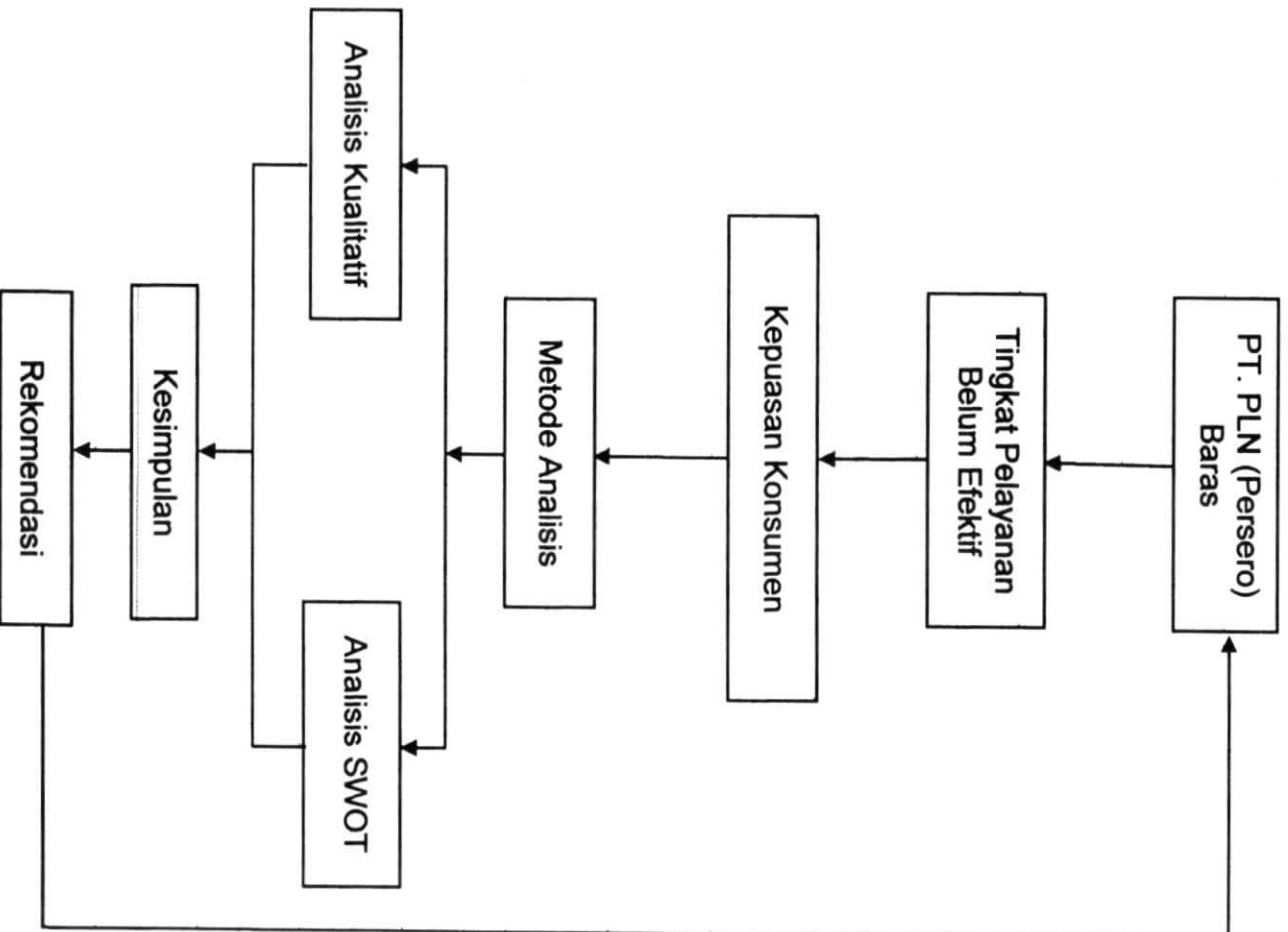
4. Survei kepuasan pelanggan, merupakan penelitian terhadap kepuasan pelanggan dengan menggunakan berbagai media teknik riset, dan hasil penelitian perusahaan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung, serta sinyal positif pertanda perusahaan perhatian terhadap pelanggan.

Langkah-langkah dalam pengukuran kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan menggunakan dan mempertimbangkan cara-cara sebagai berikut :

- a. Pengukuran langsung, dengan memberikan pertanyaan seperti ; puaskan saudara terhadap pelanggan perusahaan.
- b. Membuat sejumlah pertanyaan tentang tingkat ukuran harapan yang diinginkan dan dirasakan terhadap suatu atribut tertentu kepada responden.
- c. Membuat serangkaian pertanyaan-pertanyaan kepada responden yang dapat mengungkapkan jawaban lebih baik dan banyak memberikan informasi tentang produk yang ditawarkan serta perbaikan sesuai saran dari responden.
- d. Responden diminta meranking tingkat kepentingan dan kebaikan dari setiap elemen penawaran perusahaan. (Tjiptono, 1995 :85)

2.2. Kerangka Pikir

Berdasarkan pada alur pemikiran tersebut, secara sederhana konsep kerangka pemikiran diatas dapat digambarkan sebagai berikut :



2.3. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang dan permasalahan, maka penulis mengajukan hipotesis sebagai berikut :

"Diduga pengaruh pelayanan yang diberikan PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara Kabupaten Mamuju Utara belum sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggan".

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Daerah dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada Kantor PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara di Jalan Poros Mamuju - Palu dengan objek penelitiannya adalah sumber daya manusia pegawai dan pelanggan dalam lingkungan Wilayah Baras, Bulu Parigi dan Kasano. Sedangkan waktu penelitian direncanakan selama tiga bulan lamanya.

3.2 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Pengertian populasi menurut Sugiyono,(1994 : 57) adalah "Wilayah generalisasi yang terdiri atas : obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya".

Populasi dalam penelitian ini adalah keseluruhan karyawan dan pelanggan unit pelayanan yang dilayani PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara sebanyak 1 Kelurahan 2 desa.

1. Observasi mengadakan pengamatan langsung terhadap obyek penelitian dengan melakukan pengumpulan data berupa pencatatan yang sistematis, dalani hal ini menyangkut variable yang diteliti.

2. Kuesioner atau daftar pertanyaan yang dibagikan kepada para pelanggan untuk memperoleh data mengenai hal-hal yang dapat meningkatkan kepuasan mereka terhadap PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara.
3. Dokumentasi, metode ini digunakan untuk memperoleh data yaitu berupa keterangan mengenai jumlah pelanggan pada area unit pelayanan PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara yang dimaksud dalam penelitian, serta data lainnya yang dianggap perlu.
4. Wawancara ; adalah suatu kegiatan untuk melaksanakan Tanya jawab secara langsung terhadap responden, dengan maksud untuk memperoleh informasi-informasi secara detail baik responden maupun sebagai pihak-pihak yang terkait.

3.3 Jenis Dan Sumber Data

Adapun jenis data yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Data Primer

Adalah data yang bersifat umum yang masih memerlukan pengolahan lebih lanjut, data tersebut diperoleh melalui daftar pertanyaan yang diajukan kepada masing-masing responden yang dipersiapkan sehubungan dengan pelanggan atau non-pelanggan PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara Kabupaten Mamuju Utara .

2. Data Sekunder

Adalah data yang diperoleh dari sumber PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara, yang telah diolah dan erat kaitannya dengan peningkatan kepuasan pelanggan.

3.4 Teknik Analisa Data

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan metode kuesioner, wawancara, observasi, dan telaah dokumen untuk menyesuaikan antara jawaban dari responden dengan kenyataan yang ada agar data yang diperoleh akurat. Dan hasilnya akan dipaparkan dalam bilangan prosentase dan table distribusi Frekuensi dengan rumus perhitungan sebagai berikut :

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

Dimana :

P = Persentase

F = Frekuensi

N = Jumlah Responden

Untuk menjawab rumusan masalah tentang bagaimana strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan digunakan analisis SWOT, untuk menyusun langkah-langkah strategis.

3.5 Definisi Operasional

Defenisi operasional dari variable-variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Pelayanan, adalah langkah-langkah atau strategi-strategi yang dilakukan untuk memberikan nilai tambah kepada pelanggan, atau upaya mencapai tujuan korporasi dengan membina hubungan baik terhadap pelanggan.

2. Standar Pelayanan

a. Kesederhanaan

Kesederhanaan yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah prosedur/tata cara pelayanan diselenggarakan secara mudah, lancer, cepat, tidak berbelit-belit, mudah dipahami dan mudah dilaksanakan, agar si pelanggan menerima kepuasan dari pelayanannya.

b. Kejelasan dan Kepastian

Yang dimaksud dengan kejelasan dan kepastian dalam penelitian ini adalah adanya kejelasan dan kepastian mengenai prosedur/tata cara pelayanan umum, persyaratan pelayanan umum, baik teknis maupun administrative, unit kerja atau pejabat yang berwenang dan bertanggung jawab dalam memberikan pelayanan umum, rincian tarif pelayanan umum dan tata cara pembayarannya, jadwal waktu penyelesaian pelayanan umum.

c. Keamanan

Yang dimaksud keamanan dalam penelitian ini adalah proses serta hasil pelayanan umum dapat memberikan keamanan dan kenyamanan serta dapat memberikan kepastian hukum, serta kebebasan dari bahaya, resiko atau keragu-raguan.

d. Ekonomi

Yang dimaksudkan dengan ekonomis dalam penelitian ini adalah pengenaan biaya pelayanan umum harus ditetapkan secara wajar dengan memperhatikan : nilai barang dan atau jasa pelayanan umum tidak menuntut biaya yang tinggi diluar kewajaran kondisi dan kemampuan masyarakat untuk membayar secara umum.

e. Keadilan dan Merata

Keadilan dan Merata dimaksudkan dalam penelitian ini adalah cakupan/jangkauan pelayanan umum harus diusahakan seluas mungkin dengan distribusi yang merata dan diperlakukan secara adil.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Gambaran Umum PLN Baras

4.1.1 Sejarah Singkat dan Gambaran Perusahaan

Kabupaten Mamuju Utara terbentuk pada tanggal 27 April 2003, merupakan salah satu wilayah Provinsi Sulawesi Barat yang memiliki potensi untuk berkembang. Perkembangan tersebut ditunjang oleh kondisi internal berupa sumber daya yang dimiliki serta potensi eksternal berupa hasil interaksi antara wilayah sekitarnya. Oleh, karena itu, pengembangan sarana dan prasarana juga harus terus dilakukan, termasuk peningkatan pelayanan listrik.

Sistem pelayanan listrik yang ada di kecamatan Baras bermula dari perusahaan listrik swasta, yang hanya mengakomodir puluhan rumah warga sejak tahun 1988 dengan meningkatnya jumlah penduduk yang bersinergi bertambahnya rumah penduduk maka pada tahun 1999 mulailah didirikan PLN Unit Baras Ranting Pasangkayu cabang Pinrang, yang terletak di dusun Pantai Batu, kel. Baras, jalan poros Mamuju-Palu, serta dioperasikan pada tahun 2000 dengan pelanggan 297 KK. yang pada masa itu masih menjadi kecamatan wilayah kabupaten Mamuju, Propinsi Sulawesi Selatan. Dalam keberadaannya dengan usia menjelang 12 tahun, serta pelanggan yang sudah 623 KK, PLN Unit Baras tidak seperti dengan PLN di daerah lain

yang beroperasi secara Maksimal, dalam waktu 24 jam ia hanya menyala 8 jam atau pukul 17.30 sampai dengan 01.30 Wita.

4.1.2 Struktur Organisasi

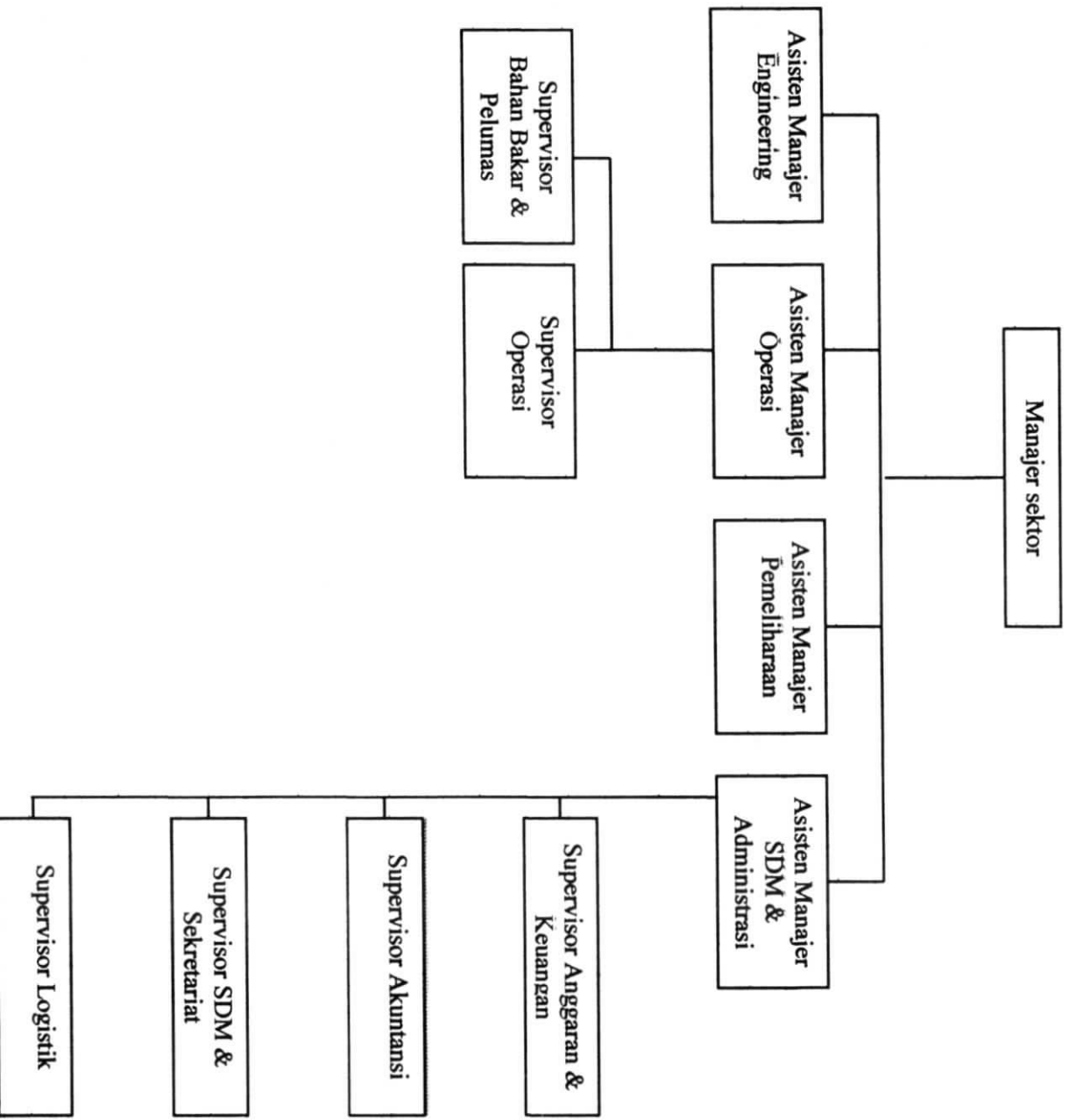
Struktur organisasi menunjukkan adanya pembagian tugas, wewenang dan tanggungjawab yang jelas dan merupakan tata hubungan yang satu dengan yang lainnya untuk menghasilkan suatu kerjasama demi tercapainya tujuan organisasi. Bagan struktur organisasi dan susunan jabatan PT. PLN (Persero) sesuai SK No. 051.K/GM-WSS/2008, menjelaskan bahwa struktur organisasi PLN (Persero) menggambarkan tentang organisasi yang dipimpin oleh seorang General Manager yang bertanggungjawab langsung kepada Direksi PT. PLN (Persero) dan dibantu oleh beberapa bidang.

Dengan demikian struktur organisasi tidak lain adalah kerangka hubungan para karyawan dalam aktivitas mereka di dalam suatu ruang lingkup organisasi, dimana kegiatannya adalah tugas-tugas, fungsi-fungsi dan tanggung jawab para anggota organisasi.

Dari garis besar struktur organisasi tersebut, berikut ulasan mengenai tugas, wewenang dan tanggungjawab dari masing-masing unsur pada PT. PLN (Persero). Berikut ditunjukkan bagan struktur organisasi PT. PLN (Persero) Baras Mamuju sebagai berikut:

Gambar 4.1

Bagan Struktur Organisasi PT. PLN (Persero) Baras Mamuju



Sumber Data : PT. PLN (Persero) Baras Mamuju Utara, Tahun 2011

4.1.3 Fungsi dan Tugas

Berdasarkan struktur organisasi di atas, maka dapat diuraikan tugas dan tanggung jawab sebagai berikut :

1. Manager
 - a. Membuat kebijakan yang bersifat strategi dalam rangka menjamin pencapaian target produksi tenaga listrik dengan efisien serta mutu keandalan yang baik dan ketepatan waktu pemeliharaan asset pembangkit.
 - b. Mengatur, mengarahkan dan memonitor kegiatan satuan-satuan kerja yang menjadi tanggung jawabnya.
 - c. Mengantikan direktur/wakil direktur dalam melaksanakan tugas-tugasnya apabila direktur/ wakil direktur berhalangan.
 - d. Menandatangani surat-surat sesuai batas pendelegasian wewenang.
 - e. Merencanakan kegiatan perusahaan, baik jangka panjang maupun jangka pendek.
2. Asisten Manager Perencanaan

Menyusun rencana kerja perusahaan, mengkoordinir penyusunan rencana dan evaluasi pengoperasian, pemeliharaan serta penyediaan suku cadang pembangkit agar dapat terlaksana secara optimal.
3. Asisten Manager Bidang

Menetapkan prosedur operasi serta pengendalian guna meningkatkan efisiensi dan keandalan, mengkoordinasikan pengoperasian pembangkit dan melakukan koordinasi dengan bidang-bidang terkait.

4. Asisten Manajer Pemeliharaan.

Menyusun rencana kerja, mendistribusikan tugas dan mengendalikan kegiatan bagian pemeliharaan, mengkoordinasikan pelaksanaan pemeliharaan dan perbaikan unit pembangkit berdasarkan rencana kerja untuk memperoleh mesin pembangkit yang siap operasi.

5. Asisten Manajer SDM dan Administrasi

Mengkoordinir, mengawasi dan mengendalikan seluruh kegiatan di bagian SDM & Administrasi yang meliputi kesekretariatan, kepegawaian, penyelenggaraan anggaran, pengelolaan dana dan laporan keuangan.

4.2. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data Penelitian

Data-data yang diperlukan pada pembahasan permasalahan tersebut yang perlu dideskripsikan adalah jumlah pelanggan, pasang baru dan tunggakan listrik dari Perusahaan Listrik Negara (PLN) di Kabupaten Kolaka. Lebih jelasnya akan diuraikan sebagai berikut:

a. Jumlah Pelanggan PLN (2006 - 2010)

Jumlah pelanggan PLN di Kabupaten Kolaka adalah pelanggan yang telah melakukan kontrak kesepakatan antara pihak PLN dengan pelanggan untuk memperoleh pelayanan kebutuhan listrik. Berikut diperlihatkan data jumlah pelanggan PLN dalam kurun waktu 5 tahun terakhir (2001 - 2005) pada Tabel 1 dibawah ini:

Tabel 1
Jumlah Pelanggan PLN
Tahun 2006 – 2010

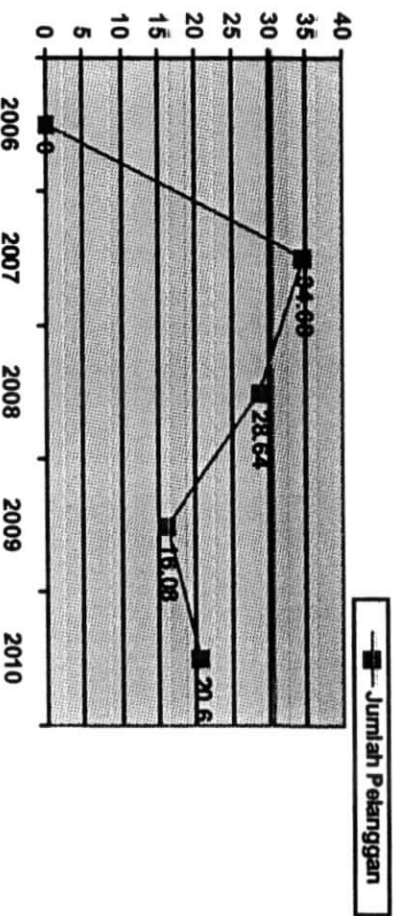
No	Tahun	Jumlah Pelanggan PLN	
		Orang	Persentase (%)
1	2006	184.441	00,00
2	2007	192.930	34,68
3	2008	199.941	28,64
4	2009	203.878	16,08
5	2010	208.920	20,60

Sumber: Data setelah diolah, 2011

Tabel 1 di atas memperlihatkan pertumbuhan jumlah pelanggan dalam kurun waktu 5 tahun tertinggi dicapai pada tahun 2000 dengan tingkat persentase 34,68% dari total pelanggan 192.930 orang.

Lebih jelasnya dapat dilihat grafik persentase pertumbuhan jumlah pelanggan PLN dalam kurun waktu 5 tahun (2001 – 2005) sebagai berikut:

Gambar 4.2
Grafik Persentase Pertumbuhan Pelanggan PLN
Tahun 2006-2010



Sumber: Data setelah diolah, 2011

Grafik di atas memperlihatkan bahwa persentase pertumbuhan jumlah pelanggan listrik mengalami peningkatan fluktuatif. Mulai tahun 2006 sampai tahun 2007 tingkat persentase pertumbuhan mencapai 34,68%, menurun di tahun berikutnya sampai tahun 2008 sebesar 16,08%. Kemudian meningkat pada tahun 2009 sebesar 20,60%.

Alasan terjadinya peningkatan menurut pihak manajemen pemasaran PLN karena pada tahun 2007 terjadi penambahan pelanggan pasang

baru listrik khususnya diperuntukkan pemasangan listrik perumahan baru yang banyak dibangun. Setelah tahun 2007, pada tahun berikutnya mengalami penurunan dari tahun 2008 sampai 2009 akibat kurangnya pelanggan baru dan mulai meningkat pada tahun 2010 seiring dengan penambahan jumlah pemukiman dari masing-masing wilayah yang ada di Kabupaten Kolaka yang membutuhkan pelayanan listrik.

b. Pasang Baru Listrik PLN (2006-2010)

Pasang baru listrik adalah pelanggan yang terdaftar untuk mendapat pelayanan baru dari pihak PLN berupa penyambungan jaringan listrik dari gardu primer ke gardu sekunder dan tersier sesuai permintaan yang telah disepakati dalam kontrak langganan. Berikut diperlihatkan data pasang baru PLN dalam kurun waktu 5 tahun terakhir (2006-2010) pada Tabel 2 dibawah ini:

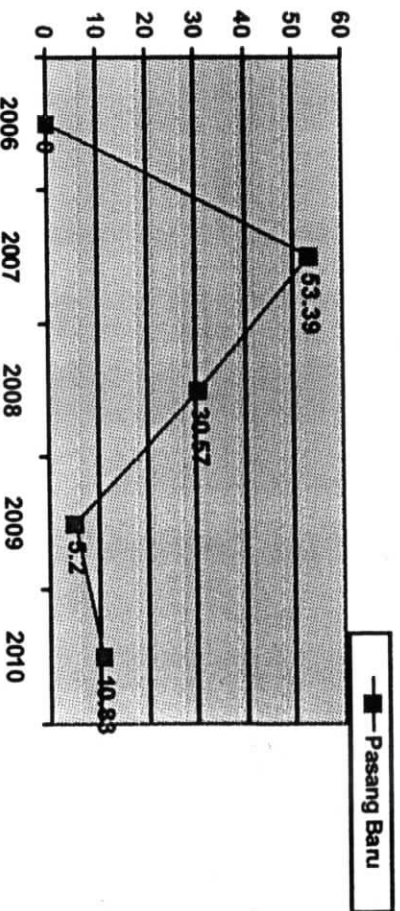
Tabel 2
Pasang Baru PLN Tahun 2006 – 2010

No	Tahun	Pasang Baru	
		Unit	Persentase (%)
1	2006	2.595	00,00
2	2007	3.704	53,39
3	2008	4.339	30,57
4	2009	4.447	5,20
5	2010	4.672	10,83

Sumber: Data setelah diolah, 2011

Tabel 2 di atas memperlihatkan pertumbuhan pasang baru dalam kurun waktu 5 tahun tertinggi dicapai pada tahun 2002 dengan tingkat persentase 53,39% dari total pasang baru 3.704. Lebih jelasnya dapat dilihat grafik persentase pertumbuhan pasang baru PLN dalam kurun waktu 5 tahun (2006-2010) sebagai berikut:

Gambar 4.3
Grafik Persentase Pertumbuhan Pasang Baru PLN
Tahun 2006-2010



Sumber: Data setelah diolah, 2011

Grafik di atas memperlihatkan bahwa persentase pertumbuhan pasang baru mengalami peningkatan fluktuatif. Mulai tahun 2006 sampai tahun 2007 tingkat persentase pertumbuhan mencapai 53,39%, menurun di tahun-tahun berikutnya sampai tahun 2009 sebesar 5,20%. Kemudian meningkat pada tahun 2010 sebesar 10,88%.

Peningkatan pasang baru terjadi dengan banyaknya masyarakat yang melakukan pendaftaran sebagai pelanggan baru yang butuh pelayanan

listrik, khususnya untuk perumahan baru dan rumah tempat tinggal yang baru dibangun yang banyak mendaftar pada tahun 2007. Tahun berikutnya terjadi penurunan akibat kurangnya permintaan pemasangan listrik mulai dari tahun 2008 sampai tahun 2009, kemudian tahun 2010 terjadi sedikit peningkatan, sesuai dengan penambahan jumlah pendaftaran pasang baru yang perlu mendapat pelayanan pemenuhan listrik.

c. Tunggakan Listrik PLN (2006-2010)

Tunggakan listrik adalah keterlambatan dari pelanggan untuk memenuhi kewajibannya membayar rekening listrik sesuai dengan batas waktu yang ditentukan. Berikut diperlihatkan data besar tunggakan listrik PLN dalam kurun waktu 5 tahun terakhir (2001-2005) pada Tabel 3 dibawah ini:

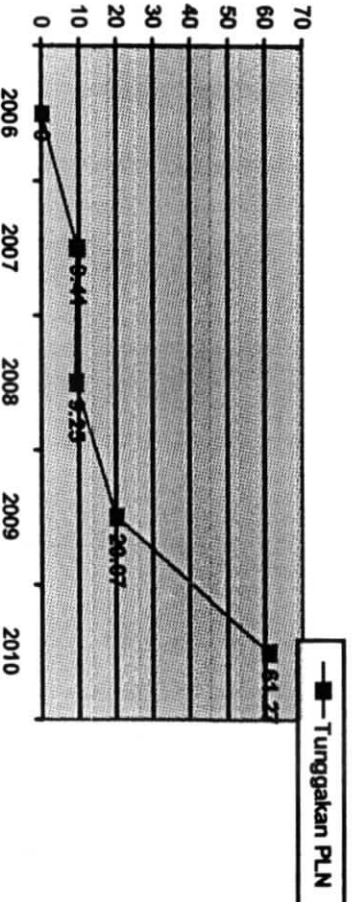
Tabel 3
Tunggakan Listrik PLN Tahun 2006 – 2010

No	Tahun	Tunggakan Listrik	
		Rp.	Persentase (%)
1	2006	1.031.192.562	00,00
2	2007	1.893.549.491	9,41
3	2008	2.740.780.469	9,25
4	2009	4.579.167.614	20,07
5	2010	10.191.140.485	61,27

Sumber: Data setelah diolah, 2011

Tabel 3 di atas memperlihatkan pertumbuhan tunggakan listrik PLN dalam kurun waktu 5 tahun tertinggi dicapai pada tahun 2005 dengan tingkat persentase 61,27% sebesar Rp. 10.191.140.485. Lebih jelasnya dapat dilihat grafik persentase pertumbuhan tunggakan listrik PLN dalam kurun waktu 5 tahun (2006 – 2010) sebagai berikut:

Gambar 4.4
Grafik Persentase Pertumbuhan Tunggakan Listrik PLN
Tahun 2006 - 2010



Sumber: Data setelah diolah, 2011

Grafik di atas memperlihatkan bahwa persentase pertumbuhan tunggakan listrik terus mengalami peningkatan. Mulai tahun 2006 sampai tahun 2007 tingkat persentase pertumbuhan mencapai 9,41%, menurun di tahun berikutnya sampai tahun 2008 sebesar 9,25%. Kemudian meningkat pada tahun 2009 dan 2010 sebesar 61,27%.

Terjadinya peningkatan penunggakan pembayaran listrik diakibatkan oleh kondisi ekonomi masyarakat belum pulih dari imbas dari krisis ekonomi ditambah dengan kebijakan kenaikan tarif listrik, yang tidak bersesuaian dengan tingkat pendapatan masyarakat menengah ke bawah

dan tingkat kemampuan untuk memenuhi kebutuhan kewajiban membayar listrik dan kebutuhan lainnya.

2. Deskripsi Karakteristik Responden

Karakteristik responden merupakan profil obyek penelitian yang menginterpretasikan identitas karakteristik responden untuk menganalisis dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Listrik Negara (PLN) di Kecamatan Baras Kabupaten Mamuju Utara.

Responden dalam penelitian ini adalah para pelanggan periode Januari – Maret 2006 yang diperoleh menggunakan teknik sampel sensus yaitu total sampel sama dengan total populasi.

Berdasarkan uraian di atas, maka responden penelitian tersebut dikarakteristikan dari usia, jenis kelamin, pekerjaan dan pendidikan. Lebih jelasnya akan diuraikan sebagai berikut:

Tabel 4
Karakteristik Responden Menurut Usia

Usia	Responden	
	Frekuensi (F)	Persentase (%)
31 - 35 Tahun	2	1.6
36 - 40 Tahun	39	31.2
41 - 45 Tahun	43	34.4
46 - 50 Tahun	28	22.4

> 50 Tahun	13	10.4
Jumlah	125	100.0

Sumber: Lampiran 5

Tabel 4 di atas menunjukkan karakteristik responden menurut usia rata-rata berusia 41 – 45 tahun yaitu ada sebanyak 43 orang (34.4%), selanjutnya ada juga responden yang berusia 36 – 40 tahun yaitu ada 39 orang (31.2%). Usia 46 – 50 tahun ada sebanyak 28 orang (22.4%). Untuk responden dengan usia > 50 tahun ada sebanyak 13 orang dan usia 31 – 35 tahun ada sebanyak 2 orang (1.6%).

Selanjutnya karakteristik responden menurut jenis kelamin dapat dilihat pada Tabel 5 dibawah ini:

Tabel 5
Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Responden	
	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Laki-laki	88	70.4
Perempuan	37	29.6
Jumlah	125	100.0

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 5 di atas, diketahui bahwa ada 88 responden (70.4%) adalah responden laki-laki dan sisanya 37 responden (29.6%)

adalah perempuan. Berikut karakteristik responden menurut pekerjaan, di mana karakteristik pekerjaan yaitu sebagai dosen, PNS, swasta dan wiraswasta. Lebih jelasnya ditunjukkan pada Tabel 6 dibawah ini:

Tabel 6
Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan

Pekerjaan	Responden	
	Frekuensi (F)	Persentase (%)
Dosen	2	1.6
PNS	32	25.6
Petani	69	55.2
Wiraswasta	22	17.6
Jumlah	125	100.0

Sumber: Lampiran 5

Tabel 6 di atas terlihat rata-rata responden bekerja pada sektor Pertanian yaitu sebanyak 69 orang (55.2%). Sebanyak 32 orang (25.6%) bekerja sebagai PNS. Wiraswasta ada sebanyak 22 orang (17.6%) dan sebagai dosen ada 2 orang (1.6%). Karakteristik terakhir yaitu menurut pendidikan responden yang disajikan pada Tabel 7 dibawah ini:

Tabel 7
Karakteristik Responden Menurut Pendidikan

Pendidikan	Responden	
	Frekuensi (F)	Persentase (%)
SMP	31	24.8

SMU	55	44
SAMUD	14	11.2
S1	20	16
S2	5	4
Jumlah	125	100.0

Sumber: Lampiran 5

Tabel 7 terlihat rata-rata responden berpendidikan SMP yaitu

sebanyak 31 orang (24.8%). Ada 55 orang (44%) berpendidikan SMU. Pendidikan Sarjana Muda (Sammud) ada 14 orang (11.2%), S1 ada 20 orang (16%) dan S2 ada 5 orang (4%).

Karakteristik responden di atas menjadi suatu rangkaian penting untuk memperkuat sasaran penelitian dalam menghasilkan keakuratan hasil penelitian mengenai dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Listrik Negara (PLN) di Kecamatan Baras, Kabupaten Mamuju Utara.

3. Deskripsi Variabel Penelitian

Deskripsi variabel penelitian adalah penjelasan mengenai dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Listrik Negara (PLN) di Kecamatan Baras, Kabupaten Mamuju Utara. Nilai variabel didasarkan pada tanggapan pelanggan PLN sebagai responden yang memberikan informasi sesuai pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner. Lebih jelasnya akan diuraikan sebagai berikut:

a. Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan adalah interpretasi atas perasaan/ persepsi dengan membandingkan antara keinginan dan kenyataan dalam mendapatkan kualitas pelayanan yang diterima oleh pelanggan dari Perusahaan Listrik Negara (PLN). Kepuasan ditentukan kesesuaian antara harapan dan keinginan pelanggan. Tanggapan responden mengenai kepuasan pelanggan dapat dilihat pada Tabel 8 dibawah ini:

Tabel 8
Frekuensi dan Persentase Tanggapan Responden mengenai
Kepuasan Pelanggan

Kategori	Responden	
	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Puas	91	72.8
Puas	18	14.4
Cukup Puas	5	4.0
Kurang Puas	5	4.0
Tidak Puas	6	4.8
Total	125	100.0

Sumber: Lampiran 5

Tabel 8 di atas memperlihatkan tingkat kepuasan pelanggan sebanyak 91 responden (72.8%) dengan pernyataan sangat puas adalah yang tertinggi. Artinya, rata-rata pelanggan PLN telah puas atas pelayanan yang diterima dari pihak PLN.

b. Bukti Fisik (X1)

Bukti fisik adalah dimensi kualitas pelayanan secara fisik dapat dibuktikan langsung sebagai suatu kenyataan pelayanan yang nyata dari pihak Perusahaan Listrik Negara (PLN) untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Bukti fisik tersebut berupa bangunan fisik, alat dan perlengkapan (teknologi) dan kemampuan kinerja karyawan. Tanggapan responden mengenai bukti fisik dapat dilihat pada Tabel 9 dibawah ini:

Tabel 9
Frekuensi dan Persentase Tanggapan Responden mengenai Bukti Fisik

Kategori	Responden	
	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Tersedia	6	4.8
Tersedia	6	4.8
Cukup Tersedia	91	72.8
Kurang Tersedia	14	11.2
Tidak Tersedia	8	6.4
Total	125	100.0

Sumber: Lampiran 5

Tabel 9 terlihat kebanyakan responden memberikan jawaban "agak memuaskan" atas pelayanan bukti fisik, yaitu sebanyak 91 orang (72.8%). Artinya, bukti fisik yang ditunjukkan belum memberikan kepuasan kepada pelanggan, berupa bangunan fisik yang kurang

layak, alat dan perlengkapan (teknologi) yang kurang lengkap dan kemampuan kinerja karyawan yang dinilai masih rendah.

c. Kehandalan (X2)

Kehandalan adalah dimensi kualitas pelayanan untuk memberikan loyalitas atas pelayanan yang tepat dan akurat diberikan oleh Perusahaan Listrik Negara (PLN) untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Kehandalan ditentukan oleh ketepatan pencatatan, pelayanan yang sesuai, sikap simpati dan akurasi pelayanan pelanggan. Tanggapan responden mengenai kehandalan dapat dilihat pada Tabel 10 dibawah ini:

Tabel 10
Frekuensi dan Persentase Tanggapan Responden mengenai
Kehandalan

Kategori	Responden	
	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Tepat	11	8.8
Tepat	98	78.4
Cukup Tepat	6	4.8
Kurang Tepat	5	4.0
Tidak Tepat	5	4.0
Total	125	100.0

Sumber: Lampiran 5

Tabel 10 memperlihatkan kebanyakan responden puas atas kehandalan yang ditunjukkan karyawan PLN. Ini dinyatakan sebanyak

98 responden (78.4%), di mana jawaban yang diberikan berada pada kategori "tepat". Artinya, karyawan PLN senantiasa untuk tepat dalam pencatatan, memberikan pelayanan yang sesuai prosedur, menunjukkan sikap simpati dan akurasi pelayanan pelanggan, yang dilakukan demi kepuasan pelanggan.

d. Daya Tanggap (X3)

Daya tanggap adalah dimensi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan dalam merespon segala ketidaksesuaian yang diterima atas pelayanan yang diberikan oleh pihak PLN untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Daya tanggap tersebut berupa respon terhadap keluhan pelanggan, pemberian informasi yang jelas tentang berbagai hal, penguasaan pelayanan dan pemanfaatan durasi waktu pelayanan. Tanggapan responden mengenai daya tanggap dapat dilihat pada Tabel 11 dibawah ini:

Tabel 11
Frekuensi dan Persentase Tanggapan Responden mengenai
Daya Tanggap

Kategori	Responden	
	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Respon	12	9.6
Respon	94	75.2
Cukup Respon	5	4.0
Kurang Respon	9	7.2
Tidak Respon	5	4.0

Total	125	100.0
-------	-----	-------

Sumber: Lampiran 5

Berdasarkan Tabel 11, terlihat bahwa sebanyak 94 responden (75.2%) memberikan tanggapan “respon” atas dimensi kualitas pelayanan daya tanggap yang diterima. Ini berarti, karyawan PLN telah berupaya untuk merespon segala keluhan pelanggan, pemberian informasi yang jelas tentang berbagai hal, penguasaan pelayanan dan pemanfaatan durasi waktu pelayanan dalam memuaskan pelanggan.

e. Jaminan (X4)

Jaminan adalah dimensi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, sesuai kepastian dan kepercayaan yang diberikan oleh pihak Perusahaan Listrik Negara (PLN) untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Jaminan tersebut berupa keramahmataman dan sopan santun, komunikatif, transparan (*incredibility*) dan memberikan kepastian tingkat keamanan. Tanggapan responden mengenai jaminan dapat dilihat pada Tabel 12 dibawah ini:

Tabel 12
Frekuensi dan Persentase Tanggapan Responden mengenai Jaminan

Kategori	Responden	
	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Terjamin	12	9.6
Terjamin	93	74.4

Cukup Terjamin	8	6.4
Kurang Terjamin	6	4.8
Tidak Terjamin	6	4.8
Total	125	100.0

Sumber: Lampiran 5

Tabel 12 menunjukkan tanggapan responden mengenai jaminan sebagai bentuk dimensi kualitas pelayanan yang diterima dari karyawan PLN kebanyakan berada pada kategori “terjamin” yaitu sebanyak 93 orang (74.4%). Berarti, karyawan PLN telah berupaya untuk memperlihatkan keramahmataman dan sopan santun, komunikatif, transparan (*incredibility*) dan memberikan kepastian tingkat keamanan demi terwujudnya kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diterima.

f. Empati (X5)

Empati adalah dimensi kualitas pelayanan yang memberikan perhatian yang tulus kepada para pelanggan dengan berupaya memahami kebutuhan pelanggan Perusahaan Listrik Negara (PLN). Empati yang ditunjukkan berupa ketulusan pelayanan, perhatian terhadap keinginan pelanggan, prihatin atas berbagai risiko dan kerugian yang dihadapi oleh pelanggan. Tanggapan responden mengenai empati dapat dilihat pada Tabel 13 dibawah ini:

Tabel 13
Frekuensi dan Persentase Tanggapan Responden mengenai Empati

Kategori	Responden	
	Frekuensi (Orang)	Persentase (%)
Sangat Perhatian	5	4.0
Perhatian	21	16.8
Cukup Perhatian	86	68.8
Kurang Perhatian	8	6.4
Tidak Perhatian	5	4.0
Total	125	100.0

Sumber: Lampiran 5

Tabel 13 terlihat kebanyakan responden memberikan jawaban “cukup perhatian” atas pelayanan empati yang diterima, yaitu sebanyak 86 orang (68.8%). Artinya, karyawan PLN belum sepenuhnya tulus dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

2. Analisis Dimensi Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PLN Baras, Kabupaten Mamuju Utara

a. Pelayanan Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan

Bukti fisik dalam dimensi kualitas pelayanan mempunyai hubungan terhadap kepuasan pelanggan. Bukti fisik tersebut merupakan dimensi kualitas pelayanan secara fisik dapat dibuktikan langsung sebagai suatu kenyataan pelayanan. Hubungan tersebut lebih jelasnya ditunjukkan pada Tabel 14 dibawah ini:

Tabel 14
Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan

Bukti Fisik (X1)	Kepuasan Pelanggan (Y)					Total
	Tidak Puas	Kurang Puas	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas	
Tidak Tersedia	1	0	0	1	6	8
Kurang Tersedia	0	1	0	2	11	14
Cukup Tersedia	5	4	5	14	63	91
Tersedia	0	0	0	1	5	6
Sangat Tersedia	0	0	0	0	6	6
Total	6	5	5	18	91	125

Chi-Square ((χ^2) : 32.371
Coefficient Contingence : 0.413
Asymp. Sig. : 0.028
Cmaks : 0.89
IKH : 0.46 (Sedang)
df : 16

Sumber: Lampiran 6

Tabel 14 hasil tabulasi silang mengenai bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan bukti fisik cukup memberikan kepuasan kepada pelanggan PLN yang ditunjukkan dari hasil tabulasi silang dengan nilai 63 atas pernyataan responden yang menyatakan "Cukup Tersedia – Sangat Puas".

Berdasarkan hasil tabulasi silang tersebut, maka nilai Chi-Square (χ^2) yang dihasilkan adalah sebesar 32.371 dengan df 16 yang menunjukkan χ^2_{tabel} sebesar 16.9190. Jadi Chi-Square $\chi^2_{hitung} > \chi^2_{tabel}$ atau $32.371 > 16.9190$, dengan Coefficient Contingence sebesar 0.413

dan Sig. 0.031, yang menunjukkan IKH sebesar 0.46 dikategorikan sedang. Berarti, dimensi kualitas pelayanan bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan PLN mempunyai hubungan yang sedang.

b. Pelayanan Kehandalan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kehandalan dalam dimensi kualitas pelayanan mempunyai hubungan terhadap kepuasan pelanggan. Kehandalan adalah dimensi kualitas pelayanan untuk memberikan loyalitas atas pelayanan yang tepat dan akurat diberikan oleh Perusahaan Listrik Negara (PLN) untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Hubungan tersebut lebih jelasnya ditunjukkan pada Tabel 15 dibawah ini:

Tabel 15
Kehandalan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kehandalan (X ₂)	Kepuasan Pelanggan (Y)					Total
	Tidak Puas	Kurang Puas	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas	
Tidak Tepat	0	0	1	1	3	5
Kurang Tepat	0	0	0	1	4	5
Cukup Tepat	0	1	0	1	4	6
Tepat	4	4	4	13	73	98
Sangat Tepat	2	0	0	2	7	11
Total	6	5	5	18	91	125

Chi-Square (χ^2) : 69.861
 Coefficient Contingence : 0.661
 Asymp. Sig. : 0.015
 Cmaks : 0.89

IKH	: 0.74 (Kuat)
df	: 16

Sumber: Lampiran 6

Tabel 15 hasil tabulasi silang menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan kehandalan sudah memberikan kepuasan kepada pelanggan PLN yang ditunjukkan dari hasil tabulasi silang dengan nilai 73 atas pernyataan responden yang menyatakan "Tepat – Sangat Puas".

Tabel 16
Daya Tanggap terhadap Kepuasan Pelanggan

Daya Tanggap (X3)	Kepuasan Pelanggan (Y)					Total
	Tidak Puas	Kurang Puas	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas	
<i>Tidak Respon</i>	1	0	1	0	3	5
Kurang Respon	0	2	0	0	7	9
Cukup Respon	0	0	1	0	4	5
Respon	5	2	3	16	68	94
Sangat Respon	0	1	0	2	9	12
Total	6	5	5	18	91	125

Chi-Square (χ^2) : 49.261
Coefficient Contingence : 0.590
Asymp. Sig. : 0.021
Cmaks : 0.89
IKH : 0.66 (Kuat)
df : 16

Sumber: Lampiran 6

Tabel 16 hasil tabulasi silang menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan daya tanggap sudah memberikan kepuasan

kepada pelanggan PLN yang ditunjukkan dari hasil tabulasi silang dengan nilai 68 atas pernyataan responden yang menyatakan "Respon—Sangat Puas".

Berdasarkan hasil tabulasi silang tersebut, maka nilai Chi-Square (χ^2) yang dihasilkan adalah sebesar 49.261 dengan df 16 yang menunjukkan χ^2_{tabel} sebesar 16.9190. Jadi Chi-Square $\chi^2_{hitung} > \chi^2_{tabel}$ atau $49.261 > 16.9190$, dengan Coefficient Contingence sebesar 0.590 dan Sig. 0.021, yang menunjukkan IKH sebesar 0.66 dikategorikan kuat. Maka dapat diartikan dimensi kualitas pelayanan daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan PLN mempunyai hubungan yang kuat.

c. *Pelayanan Jaminan terhadap Kepuasan Pelanggan*

Jaminan dalam dimensi kualitas pelayanan mempunyai hubungan terhadap kepuasan pelanggan. Jaminan adalah dimensi kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan, sesuai kepastian dan kepercayaan yang diberikan oleh pihak Perusahaan Listrik Negara (PLN) untuk memenuhi kepuasan pelanggan. Hubungan tersebut lebih jelasnya ditunjukkan pada Tabel 17 dibawah

ini:

Tabel 17
Jaminan terhadap Kepuasan Pelanggan

Jaminan (X4)	Kepuasan Pelanggan (Y)					Total
	Tidak Puas	Kurang Puas	Cukup Puas	Puas	Sangat Puas	
Tidak Terjamin <i>n</i>	0	0	0	2	4	6
Kurang Terjamin	0	0	1	2	3	6
Cukup Terjamin	0	0	1	0	7	8
Terjamin	6	3	3	11	70	93
Sangat Terjamin	0	2	0	3	7	12
Total	6	5	5	18	91	125

Chi-Square (χ^2) : 44.289
 Coefficient Contingence : 0.574
 Asymp. Sig. : 0.036
 Cmaks : 0.89
 IKH : 0.64 (Kuat)
 df : 16

Sumber: Lampiran 6

Tabel 17 hasil tabulasi silang menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan jaminan sudah memberikan kepuasan kepada pelanggan PLN yang ditunjukkan dari hasil tabulasi silang dengan nilai 70 atas pernyataan responden yang menyatakan "Terjamin– Sangat Puas".

Berdasarkan hasil tabulasi silang tersebut, maka nilai Chi-Square (χ^2) yang dihasilkan adalah sebesar 44.289 dengan df 16 yang menunjukkan χ^2_{tabel} sebesar 16.9190. Jadi Chi-Square $\chi^2_{\text{hitung}} > \chi^2_{\text{tabel}}$ atau $44.289 > 16.9190$, dengan Coefficient Contingence sebesar 0.574 dan Sig. 0.036, yang menunjukkan IKH sebesar 0.64 dikategorikan kuat. Maka dapat diartikan dimensi kualitas pelayanan jaminan terhadap kepuasan pelanggan PLN mempunyai hubungan yang kuat.

d. Pelayanan Empati terhadap Kepuasan Pelanggan

Empati dalam dimensi kualitas pelayanan mempunyai hubungan terhadap kepuasan pelanggan. Empati adalah dimensi kualitas pelayanan yang memberikan perhatian yang tulus kepada para pelanggan dengan berupaya memahami kebutuhan pelanggan Perusahaan Listrik Negara (PLN). Hubungan tersebut lebih jelasnya ditunjukkan pada Tabel 18 dibawah ini:

Tabel 18
Empati terhadap Kepuasan Pelanggan

Empati (X5)	Kepuasan Pelanggan (Y)				Total	
	Tidak Puas	Kurang Puas	Cukup Puas	Puas		Sangat Puas
<i>Tidak Perhatian</i>	1	0	0	1	3	5
Kurang Perhatian	1	1	1	2	3	8
Cukup Perhatian	3	4	3	5	71	86
Perhatian	1	0	1	7	12	21

Kurang Perhatian	0	0	0	3	2	5
Total	6	5	5	18	91	125
Chi-Square (χ^2)	: 27.919					
Coefficient Contingence	: 0.388					
Asymp. Sig.	: 0.046					
Cmaks	: 0.89					
IKH	: 0.44 (Sedang)					
df	: 16					

Sumber: Lampiran 6

Tabel 18 hasil tabulasi silang menunjukkan bahwa dimensi kualitas pelayanan empati cukup memberikan kepuasan kepada pelanggan PLN yang ditunjukkan dari hasil tabulasi silang dengan nilai 71 atas pernyataan responden yang menyatakan “Cukup Perhatian – Sangat Puas”.

B. Pembahasan

Dari hasil penelitian bahwa keseluruhan variabel bebas dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Listrik Negara (PLN) di Kecamatan Baras, Kabupaten Mamuju Utara. Untuk itu, perlu dipertahankan dan lebih ditingkatkan lagi secara kontinyu dan menjadi prioritas utama dalam pengembangan dimensi kualitas pelayanan di masa akan datang, sehingga memberikan pengaruh dalam kepuasan pelanggan.

Pembahasan mengenai dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat diuraikan sebagai berikut:

1. Bukti fisik terhadap Kepuasan Pelanggan

Kenyataan operasional di lapangan memperlihatkan kualitas pelayanan petugas PLN dalam pelayanan bukti langsung berupa: (1) pemberian pelayanan yang cepat, lancar dan mudah dalam administrasi menjadi pelanggan listrik PLN yang dibuktikan dengan kontrak kesepakatan menjadi pelanggan PLN untuk mendapat pelayanan, (2) melayani pembayaran listrik bulanan pada loket pembayaran sesuai pemakaian listrik yang tercantum pada kwitansi pembayaran, (3) memberikan pelayanan secara terbuka dalam pencatatan kilometer pemakaian listrik yang dilakukan oleh kolektor petugas PLN.

Ketiga kenyataan ini merupakan bentuk pelayanan bukti langsung yang ditunjukkan untuk kepuasan pelanggan, sehingga pelanggan dapat melihat langsung penerapan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh pihak PLN.

Teori yang mendukung dikemukakan Rangkuti (2003) bahwa teknik mengukur dan menentukan strategi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan dalam analisis kasus PLN terhadap bentuk-bentuk dimensi pelayanan bukti fisik yang dapat dijadikan sebagai

indikator yaitu fasilitas fisik berupa kantor pelayanan dalam memberikan berbagai akses yang cepat dalam prosedur pengadaan kontrak pelanggan termasuk loket-loket pembayaran listrik bulanan, perlengkapan dan peralatan yang digunakan menggunakan teknologi canggih (armada teknis, operasional dan manajerial), serta kemampuan *performance* (para pegawainya) yang handal dan profesional menjalankan tugasnya dengan baik khususnya dalam pencatatan kilometer pemakaian listrik.

2. Kehandalan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kehandalan kualitas pelayanan yang ditunjukkan oleh pihak PLN dalam kenyataannya dapat dilihat: (1) pihak PLN memberikan pelayanan sesuai dengan prosedur/mekanisme yang diperuntukkan sesuai untuk pelanggan, (2) kolektor PLN jujur melakukan pencatatan sesuai dengan angka yang tertera pada kilometer tanpa menambah atau mengurangi pencatatan yang tertera, (3) memperbanyak loket pembayaran untuk mempercepat pelayanan pembayaran untuk menghindari antri pembayaran dan (4) pihak PLN mempunyai komitmen yang tinggi dalam menunjukkan sikap positif dan sopan kepada pelanggan.

Kehandalan yang ditunjukkan sesuai dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diterima. Artinya,

kehandalan dalam dimensi kualitas pelayanan, perlu dipertahankan dan ditingkatkan, sehingga memberikan kepuasan bagi pelanggan.

Teori yang mendukung dikemukakan Rangkuti (2003) untuk mengembangkan dimensi pelayanan reliabilitas (kehandalan), setiap komponen dari aktivitas pelayanan PLN mengacu kepada tingkat kemampuan memberikan pelayanan terpadu biasanya berupa ketepatan waktu penyambungan, pencatatan dan peringatan atas keterlambatan pembayaran, pelayanan yang sesuai harapan pelanggan, menunjukkan adanya sikap simpati kepada pelanggan atas pelayanan yang diberikan serta adanya akurasi keterlambatan atau penundaan atas pemberian pelayanan kepada pelanggan.

Kehandalan yaitu kemampuan untuk memberikan pelayanan yang telah dijanjikan dengan segera, tepat, akurat dan terpercaya. Kualitas pelayanan yang handal merupakan harapan pelanggan yang berarti bahwa pelayanan tersebut setiap saat dituntut untuk dapat dilaksanakan dengan segera, tepat waktu, dengan cara yang sama dan tanpa kesalahan. Atau dengan kata lain keunggulan yang dimiliki oleh suatu barang/jasa akan memberikan imej tersendiri dalam persepsi dan ekspektasi pelanggan, dan menjadi tuntutan untuk setiap pelanggan agar memenuhi keberadaan kehandalan suatu produk.

Kenyataan, tanggapan responden dan teori yang mendukung sesuai hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan berupa kehandalan mempunyai hubungan signifikan kuat terhadap kepuasan pelanggan.

3. Daya Tanggap terhadap Kepuasan Pelanggan

Daya tanggap dalam kualitas pelayanan dari pihak PLN

terhadap pelanggan yaitu:

- a. Memberikan respon yang besar dan memperhatikan segala masalah/keluhan pelanggan.
- b. Memberikan tanggapan keluhan/masalah sesuai dengan pelayanan menurut peraturan yang telah ditetapkan.
- c. Merespon segala keluhan/masalah dengan terampil dalam keterampilan pelayanan yang handal.
- d. Memberikan respon pelayanan menurut bidang penguasaan.

Daya tanggap yang ditunjukkan pihak PLN sesuai dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diterima. Daya tanggap dalam dimensi kualitas pelayanan perlu lebih ditingkatkan lagi dan penting dalam mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan.

Teori yang mendukung dikemukakan oleh Rangkuti (2003) menunjukkan dimensi kualitas pelayanan yang perlu dikembangkan

oleh pengembang pelayanan responsif (daya tanggap) yang dilakukan oleh pihak manajemen PLN yang dirasakan oleh masyarakat sangat dibutuhkan adalah tanggap terhadap segala masalah/kekeluhan pelanggan, memahami informasi peraturan, menguasai dan terampil dalam melayani, tidak membiarkan konsumen menunggu dan antri, serta memiliki pengetahuan dalam bidang pelayanan teknis dan administrasi.

Kenyataan, tanggapan responden dan teori yang mendukung sesuai hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan berupa daya tanggap mempunyai hubungan signifikan sedang terhadap kepuasan pelanggan.

4. Jaminan terhadap Kepuasan Pelanggan

Terlihat bahwa pihak PLN telah berusaha untuk memberikan jaminan kualitas pelayanan yang terbaik kepada pelanggan berupa:

- a. Menunjukkan sikap ramah dan sopan kepada pelanggan
- b. Sikap pihak PLN yang tuntas dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan.
- c. Sikap transparan dari pihak PLN dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan

Jaminan yang ditunjukkan cukup sesuai dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diterima. Jaminan tersebut

menjadi perhatian bagi pihak PLN yang harus ditingkatkan guna memberikan kepuasan kepada pelanggan atas pelayanan yang diberikan.

Teori yang mendukung dikemukakan oleh Rangkuhi (2003) yang menjelaskan bahwa dalam memberikan adanya jaminan atau kepastian pelayanan yang diberikan oleh pihak PLN, maka bentuk pelayanan jaminan yang dapat ditimbulkan berupa bersikap ramah dan sopan kepada pelanggan, komunikatif dalam memberikan pelayanan dan transparan (*incredibility*) dalam melakukan pelayanan, memberikan kepastian tingkat keamanan penyambungan dari berbagai kerusakan teknis yang terjadi.

Kenyataan, tanggapan responden dan teori yang mendukung sesuai hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan berupa keyakinan mempunyai hubungan signifikan kuat terhadap kepuasan pelanggan.

5. Empati terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan empati secara kenyataan lapangan

memperlihatkan:

- a. Bahwa pihak aparat PLN memberikan pelayanan dengan mudah sesuai dengan prosedur atau mekanisme pelayanan terpadu yaitu teknis, manajerial dan keuangan.

- b. Pihak aparat PLN sedini mungkin perlu menghimbau untuk membayar rekening listrik tepat waktu sesuai dengan dengan pengamanan yang diempel pada loket pembayaran sebagai wujud empati terhadap pelanggan.
- c. Empati yang ditunjukkan oleh pihak PLN, yang terlambat membayar sesuai waktu, maka pelanggan akan diperingati dan dianjurkan untuk mematuhi batas waktu yang ditetapkan sebagai empati awal. Kemudian dikenakan denda tunggakan sebagai empati tindak lanjut dalam memperhatikan pelayanan kepada pelanggan.
- d. Apabila tunggakan pembayaran pembayaran tidak dipatuhi, dan berangsur menunggak selama 3 bulan, maka pencabutan hak pelanggan diadakan sesuai dengan kontrak kesepakatan.
- Empati memperlihatkan tanggapan cukup sesuai dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan dan memberikan pengaruh terhadap kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diterima. Atau dengan kata lain, empati dalam dimensi kualitas, perlu lebih ditingkatkan lagi dalam meningkatkan kepuasan pelanggan atas pelayanan yang diterima.

Teori yang mendukung dikemukakan oleh Rangkuti (2003) bahwa dalam kasus pemberian dimensi kualitas pelayanan empati,

pihak perusahaan PLN biasanya mengimplementasikan bentuk empati berupa tulus memberikan perhatian pelayanan, memperhatikan keinginan dan saran dari pelanggan, prihatin atas kenaikan biaya tambahan yang memberatkan pelanggan, prihatin dalam memberi peringatan pencabutan dan denda tunggakan pelanggan.

Kenyataan, tanggapan responden dan teori yang mendukung sesuai hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan berupa empati mempunyai hubungan signifikan sedang terhadap kepuasan pelanggan.

Hasil penelitian dan pembahasan di atas merupakan suatu kesatuan yang integral di dalam menemukan suatu temuan hasil penelitian dengan perbandingan penelitian terdahulu.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Hasil penelitian mengenai dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Secara umum keseluruhan variabel dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari bukti fisik, kehandalan, daya tanggap, jaminan dan empati memiliki hubungan yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Listrik Negara (PLN) di Kecamatan Baras, Kabupaten Mamuju Utara.
2. Secara parsial terdapat hubungan antara bukti langsung, empati, kehandalan, daya tanggap dan keyakinan terhadap kepuasan pelanggan pada Perusahaan Listrik Negara (PLN) di Kecamatan Baras, Kabupaten Mamuju Utara.
3. Keeratan hubungan kehandalan merupakan dimensi kualitas pelayanan yang memiliki hubungan signifikan karena memiliki nilai tertinggi Chi-Square (χ^2), koefisien kontingensi dan IKH terhadap kepuasan pelanggan, tanpa mengabaikan variabel dimensi kualitas pelayanan lainnya yang mendukung yaitu bukti fisik, daya tanggap, jaminan dan empati.

B. Saran

1. Diharapkan penelitian ini menjadi acuan khusus bagi pihak PLN di Kecamatan Baras, Kabupaten Mamuju Utara dalam menerapkan dimensi kualitas pelayanan pada setiap pembayaran rekening listrik, sehingga memberikan keterkaitan terhadap peningkatan kepuasan pelanggan.
2. Diharapkan kehandalan harus dipertahankan oleh pihak PLN di Kecamatan Baras, Kabupaten Mamuju Utara, dalam hal ini sumberdaya manusianya (karyawan) di dalam memberikan dimensi kualitas pelayanan kepada pelanggan, ini terbukti bahwa kehandalan merupakan suatu pelayanan yang sangat diperlukan untuk mempercepat suatu proses pelayanan dengan baik.
3. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya, untuk meneliti lebih lanjut mengenai empati dan bukti fisik dalam dimensi kualitas pelayanan yang juga memberikan hubungan signifikan terhadap kepuasan pelanggan, tetapi memiliki nilai yang dikategorikan sedang dari variabel-variabel bebas lainnya. Untuk itu perlu diteliti kembali apakah bukti fisik dan empati dalam pelayanan rekening listrik dimasa akan datang mengalami peningkatan atau penurunan.

DAFTAR PUSTAKA

- Barata, Atep Adya, 2003. Dasar-dasar Pelayanan Prima – Persiapan Membangun Pelayanan Prima Untuk Meningkatkan Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan. Penerbit PT. Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Gaspersz, Vincent, 2003. Manajemen Bisnis Total – Total Quality Management. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Jhingan, S., 2003. Dimensi Kualitas Pelayanan. Dalam Persepsi dan Ekspektasi Pelanggan akan Produk dan Jasa. Edisi Revisi, Cetakan II, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Kasibi Suwiryadi, 2003. Analisis terhadap kesenjangan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen pada PT. Telekomunikasi Indonesia Tbk. Kantor Daerah Telekomunikasi Jayapura. Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Muslim Indonesia, Desember-Makassar.
- Khotier, Philip, 2000. Manajemen kepuasan pelanggan. Penerbit PT. prenhalindo, Jakarta.
- Nasrun, 2003. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan Nasabah Bank BRI Kabupaten Pangkep. Tesis Program Pasca Sarjana Universitas Muslim Indonesia, Makassar. (Tidak Dipublikasikan).
- Oemi, Abdurrachman, 1995. Dasar-dasar pelayanan dalam menjalin kemitraan pelanggan. Penerbit Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Oliver, Richard L, 1991. Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Consumer. MC-Graw Hill Companies Inc., USA.
- Parasuraman, A. Valerie, 1990. Delivering quality service. The Free Press, New York.
- Rangkuti, Freddy, 2003. Konsep Pengukuran Kepuasan Pelanggan. Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Setyanto, Eddy, 1998. Pengukuran kualitas pelayanan berdasarkan persepsi pelanggan. Penerbit Universitas Airhangga, Surabaya.