

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN LISTRIK PADA
PT. PLN UPJ CIBADAK SUKABUMI**

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat dalam mencapai gelar Sarjana
Ekonomi Jurusan Manajemen pada Fakultas Ekonomi Universitas
Pakuan Bogor.

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ekonomi

Ketua Jurusan,



(Prof. Dr. Eddy Mulyadi Soepardi, MM., SE., Ak.)

(Karma Syarif, MM, SE)

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN LISTRIK PADA
PT. PLN UPJ CIBADAK SUKABUMI**

Skripsi

Telah Disidangkan dan Dinyatakan Lulus
Pada Hari : Sabtu Tanggal : 30/10/2010

Senti Damayanti
021106200

Menyetujui,

Dosen Penguji



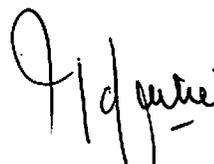
(Bukti Ginting, MM., SE)

Pembimbing



(Hj. Dra. Sri Hartini, MM.)

Co. Pembimbing



(Dra. Sri Rudjawati, MM.)

Satu tahap telah ku lewati, satu ujian telah ku lalui,
Kini satu kebahagiaan telah ku dapati.....

Aku sadari Kebahagiaan ini bukan akhir
Melainkan awal dari hidup yang harus kujalani.....

Terima kasih untuk papa yang denga peluhnya
Telah membuatku jadi orang yang berarti.....
Terima kasih untuk mama, do'a mu selalu menjadi kekuatan untuk ku
Untuk terus berjuang mengukir karya terindah.....
Terima kasih yang tak terhingga untuk kalian berdua yang selalu ada
Di saat aku sendiri,
Yang selalu menopang saat aku goyah yang selalu memapah saat ak letih.....

Karya ini ku persembahkan untuk kalian berdua sebagai tang bakti ku,
Juga sebagai pengganti peluh papa da pengganti setiap air matamu mama
Karya ini juga ku persembahkan untuk orang-orang yang selalu dekat dengan ku

Sahabat dan sahabat hatiku.....

Hidup adalah perjalanan yang berawal dan berakhir
Saat kita dipertemukan, disaat itulah takdir kita telah di tuliskan
Suka dan duka datang silih berganti
Tangis dan takwa hadir hampir di setiap saat

Ingatlah engkau sahabat dan sahabat dan sahabat hatiku
Saat kita duduk bersama, berbagi cerita mengumbar tawa,
Dan ingatkah engkau sahabat dan sahabat hatiku.....
Saat kita menangis bersama kala duka datang menyapa

Sahabat dan sahabat hatiku.....

Air mata tak selalu berakhir duka
Kini saat air mata mengalir
Ada kebahagiaan tak terhingga yang hadir untuk kita
Kita telah berhasil melewati satu tahap tangga kehidupan

Ada awal pasti ada akhir.....

Kini di sela kebahagiaan kita harus berpisah
Meninggalkan semua cerita yang kita rangkai bersama
Satu yang ku minta jangan pernah lagi ada air mata.....

Selamat jalan sahabat ku.....

Kita berpisah bukan untuk berduka
Tapi ada kebahagiaan yang menanti kita
Kita kembali berjuang bersama
Meskipun di tempat berbeda

Sahabat dan sahabat hatiku

Sampai akhir ku percaya bahwa arti kita untuk selamanya.

Present to :

ABSTRAK

SENTI DANAYANTI. NPM 021106200. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Listrik pada PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi. Dibawah bimbingan : SRI HARTINI dan SRI PUDJAWATI.

Pelanggan sebagai salah satu faktor yang sangat penting bagi perusahaan, oleh karena itu pelanggan harus memperhatikan dan di jaga loyalitasnya terhadap produk atau jasa, oleh karena itu pelanggan harus diperhatikan dan di jaga loyalitasnya terhadap produk dan jasa perusahaan. Dalam hal ini kepuasan pelanggan harus diutamakan, sebab apabila konsumen merasa puas atas produk dan pelayanan yang perusahaan berikan maka pelanggan akan cenderung loyal terhadap produk atau jasa perusahaan tersebut.

PT. PLN (Persero) adalah perusahaan yang bergerak di bidang jasa, yaitu jasa listrik, tetapi juga dapat melayani kebutuhan akan barang-barang yang erat dengan jasa itu sendiri. Dalam proses pemasarannya PT. PLN (Persero), sangat memperhatikan sekali masalah pelayanan jasa, contohnya seperti : jasa pasang baru, jasa pengaduan/gangguan, jasa perubahan daya listrik, jasa pembayaran rekening listrik, dan lain-lain.

Untuk mengetahui kualitas pelayanan dan peranannya terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada PT. PLN UPJ Cibadak dapat dihitungkan dengan menggunakan teknik analisis Chi-Square. Yang menjadi populasi (N) dari penelitian dalam pelanggan PT. PLN UPJ Cibadak. Untuk mengetahui jumlah sampel (n) yang dibutuhkan menggunakan rumus slovin, jumlah yang dipakai berjumlah 100 orang. Dalam penelitian ini digunakan satu primer dengan cara observasi langsung, dan penyebaran kuisioner, serta melalui studi pustaka.

Variabel-variabel yang diamati yaitu kategori kualitas pelayanan yang terdiri dari keandalan, daya tanggap, kepastian, empati dan berwujud. Kualitas pelayanan terbukti dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

1. Keandalan yang ditunjukkan oleh PT. PLN UPJ Cibadak telah memperlihatkan hasil yang memuaskan.
2. Daya Tanggap PT. LN UPJ Cibadak telah menunjukkan hasil yang memuaskan
3. Kepastian dari PT. PLN UPJ Cibadak telah menunjukkan hasil yang memuaskan
4. Empati yang ditunjukkan PT. PLN UPJ Cibadak telah memperlihatkan hasil yang memuaskan.
5. Dailitas, peralatan, dan perlengkapan yang dimiliki oleh PT. PLN UPJ Cibadak telah menunjukkan hasil yang memuaskan.

Dalam uji peranan kualitas pelayanan terhadap tingkat pelanggan dengan taraf uji α 0.05, diperoleh yaitu :

1. Keandalan
Tingkat kinerja (94,2% > 84,4) tingkat harapan. Kepuasan pelanggan telah tercapai dengan sangat baik.
2. Daya Tanggap
Tingkat kinerja (94% > 79,5%) tingkat harapan. Kepuasan pelanggan telah tercapai dengan sangat baik.
3. Kepastian
Tingkat kinerja (93,5% > 85,7%) tingkat harapan. Kepuasan pelanggan telah tercapai dengan baik.
4. Empati
Tingkat kinerja (94,4% > 85,7%) tingkat harapan. Kepuasan pelanggan telah tercapai dengan baik.
5. Berwujud
Tingkat harapan (91,4% = 91,6%) tingkat harapan. Kepuasan pelanggan telah tercapai dengan baik.

Hasil yang diperoleh berdasarkan perhitungan dengan uji Chi-Square dapat disimpulkan bahwa seluruh upaya PT. PLN UPJ Cibadak dalam menciptakan kualitas pelayanan memiliki peranan terhadap kepuasan pelanggan. Dengan begitu PT. PLN UPJ Cibadak harus mempertahankan dan meningkatkan kinerja dari kualitas pelayanan yang telah ada untuk tujuan menciptakan kepuasan pelanggan.

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan puji dan Syukur kehadirat Allah S.W.T, karena atas berkat dan rahmatnya san didorong rasa tanggung jawab yang tinggi maka akhirnya penulis sapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya.

Skripsi yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN LISTRIK PADA PT. PLN UPJ CIBADAK SUKABUMI" ini dimaksudkan guna memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.

Pada kesempatan ini penulis tidak lupa mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, terutama kepada :

1. Kedua orang tua yang aku sayangi yang telah memberikan dukungan moril dan material serta selalu membangun semangat penulis, serta untuk do'a dan kasih sayang yang telah dicurahkan.
2. Untuk Kk-ku untuk semua bantuan dan dorongan semangatnya, untuk D'zahra (my litte swetty) yang telah mewarnai hari-hariku.
3. Bpk. Prof. Dr. Eddy Mulyadi Soepardi.,MM.,SE.,Ak, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan.
4. Bpk. Karma Syarif.,MM.,SE.,selaku Ketua Jurusan Manajemen.
5. Ibu. Lesti Hartati,SE, Selaku Sekretaris Jurusan Manajemen.
6. Ibu Sri Hartini.,MM.,Dra, selaku Dosen Pembimbing.
7. Ibu Sri Pudjawati.,MM.,Dra, selaku Co Pembimbing.
8. Seluruh Dosen dan Jajaran Staf Fakultas Ekonomi Universitas Pakuan Bogor.

9. Seluruh Staf dan Jajaran manajemen PT. PLN UPJ Cibadak yang telah bersedia membantu penulis dalam penelitian.
10. Untuk my dear sweet love Aries, P. Yang telah memberikan dukungan Doa dan semangat, motivasi serta menemani penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi thank 4 everything, U'r d' best think in my life.
11. Untuk Pak Dedi, Pak Haji, dan Pak Sundiat Atas semua bantuan dan dukunganya.
12. Untuk keluarga Taopikurahman, terima kasih untuk dukunganya.
13. Untuk Teman-teman SEPERJUANGAN, "terus berjuand gan semangat"
14. Untuk kost'n Wisma Alvi nurul, anies terima kasih atas bantuanya, hatur nuhun atas semua bantuanya.

Setelah meneliti keseluruhan dari skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan beik meterial maupun susunan kalimat, sehingga dapat dikatakan dari sempurna, sehubungan dengan hal ini maka sebaik akhir dari pengantar ini penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun dari pembaca demi kesempurnaan ini.

Bogor, Oktober 2010

Senti Damayanti

DAFTAR ISI

| | |
|--------------------------------|------|
| JUDUL | i |
| LEMBAR PENGESAHAN | ii |
| ABSTRAK | iv |
| KATA PENGANTAR | v |
| DAFTAR ISI | vii |
| DAFTAR TABEL | x |
| DAFTAR GAMBAR | xii |
| DAFTAR LAMPIRAN | xiii |

BAB I PENDAHULUAN

| | |
|--|----|
| 1.1. Latar Belakang Penelitian | 1 |
| 1.2. Perumusan dan Identifikasi Masalah | 6 |
| 1.2.1. Perumusan Masalah | 6 |
| 1.2.2. Identifikasi Masalah | 6 |
| 1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.3.1. Maksud Penelitian | 7 |
| 1.3.2. Tujuan Penelitian | 7 |
| 1.4. Kegunaan Penelitian | 8 |
| 1.5. Kerangka Pemikiran dan Paradigma Penelitian | 8 |
| 1.5.1. Kerangka Pemikiran | 8 |
| 1.5.2. Paradigma Penelitian | 11 |
| 1.6. Hipotesis Penelitian | 12 |

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

| | |
|---|----|
| 2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran, Manajemen Pemasaran Fungsi Pemasaran | 13 |
| 2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran | 13 |
| 2.1.2. Pengertian Pemasaran | 15 |
| 2.1.3. Fungsi Pemasaran | 17 |
| 2.2. Pengertian Bauran Pemasaran dan Unsur-Unsur Bauran Pemasaran | 19 |
| 2.2.1. Pengertian Bauran Pemasaran | 19 |
| 2.2.2. Unsur-Unsur Bauran Pemasaran | 21 |
| 2.3. Pengertian Jasa dan Ciri-Ciri Jasa | 23 |
| 2.3.1. Pengertian Jasa | 23 |
| 2.3.2. Ciri-ciri Jasa | 24 |
| 2.4. Kualitas Pelayanan, Komponen Kualitas Pelayanan, dan Dimensi Kualitas Pelayanan | 25 |
| 2.4.1. Kualitas Pelayanan | 25 |
| 2.4.2. Komponen Kualitas Pelayanan | 26 |
| 2.4.3. Dimensi Kualitas Pelayanan | 27 |
| 2.5. Pengertian Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan | 29 |
| 2.5.1. Pengertian Pelanggan | 29 |
| 2.5.2. Kepuasan Pelanggan | 30 |

| | |
|---|----|
| 2.6. Pengukuran Kepuasan Pelanggan, dan Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan..... | 31 |
| 2.3.1. Pengukuran Kepuasan Pelanggan..... | 31 |
| 2.3.2. Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan | 33 |
| 2.7. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN. UPJ Cibadak dengan Menggunakan Uji Chi-Square..... | 34 |
| 2.7.1. Pengaruh Kualitas Pelayan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan ada PT. PLN UPJ Cibadak..... | 34 |
| 2.7.2. Uji Chi-Square..... | 35 |
| BAB III OBJEK DAN METODE PENELITIAN | |
| 3.1. Objek Penelitian..... | 37 |
| 3.2. Metode Penelitian | 37 |
| 3.2.1. Desain Penelitian | 37 |
| 3.2.2. Operasionalisasi Variabel | 38 |
| 3.2.3. Metode Penarikan Sampel | 40 |
| 3.2.4. Prosedur Pengumpulan Data..... | 41 |
| 3.2.5. Metode Analisis | 41 |
| BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN | |
| 4.1. Hasil Penelitian | 45 |
| 4.1.1. Sejarah Singkat Berdirinya PT. PLN (Persero) UPJ Cibadak dan Perkembangannya..... | 45 |
| 4.1.2. Struktur Organisasi | |
| 4.1.3. Kegiatan PT. PLN UPJ Cibadak..... | 49 |
| 4.1.4. Tarif Pelanggan, Jumlah Pelangan..... | 53 |
| 4.1.4.1. Tarif Harga Pelanggan | 54 |
| 4.1.4.2. Jumlah Pelanggan PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Cibadak..... | 59 |
| 4.1.4.3. Profil Responden..... | 60 |
| 4.2. Pembahasan | |
| 4.2.1. Pelayanan pada PT. PLN UPJ Cibadak Dilihat dari Segi kualitas..... | 64 |
| 4.2.2. Kepuasan Pelanggan Listrik pada PT. PLN UPJ Cibadak | |
| 4.2.3. Penilaian Konsumen Berdasarkan tingkat Kinerja dan Harapan | 69 |
| 4.2.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Listrik pada PT. PLN UPJ Cibadak | 73 |

BAB V SIMPULAN DAN SARAN

| | |
|---------------------|----|
| 5.1. Simpulan | 94 |
| 5.2. Saran | 96 |

JADWAL PENELITIAN

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

| | | |
|-----------|--|----|
| Tabel 1. | Skala Likert..... | 33 |
| Tabel 2. | Operasional Variabel..... | 38 |
| Tabel 3. | Data Karyawan PT. PLN(Persero)Unit Pelayanan Cibadak Sukabumi | 48 |
| Tabel 4. | TDL- 2010 Tarif Industri (I)..... | 54 |
| Tabel 5. | TDL- 2010 Tarif Kantor (P)..... | 54 |
| Tabel 6. | TDL- 2010 Tarif Bisnis (B)..... | 55 |
| Tabel 7. | TDL- 2010 Tarif Rumah Tangga (R)..... | 55 |
| Tabel 8. | TDL- 2010 Tarif C/T/M..... | 56 |
| Tabel 9. | Data Pelanggan Per Tarif Tahun 2010..... | 57 |
| Tabel 10. | Jenis Kelamin Responden..... | 58 |
| Tabel 11. | Usia Responden | 58 |
| Tabel 12. | Pendidikan Terakhir..... | 59 |
| Tabel 13. | Pekerjaan Responden..... | 60 |
| Tabel 14. | Tujuan Responden. | 61 |
| Tabel 15. | Penilaian Terhadap Dimensi Keandalan..... | 67 |
| Tabel 16. | Penilaian Terhadap Dimensi Daya Tanggap..... | 68 |
| Tabel 17. | Penilaian Terhadap Dimensi Kepastian..... | 68 |
| Tabel 18. | Penilaian Terhadap Dimensi Empati | 69 |
| Tabel 19. | Penilaian Terhadap Dimensi Berwujud | 69 |
| Tabel 20. | Frekuensi Tingkat Kinerja Dimensi Kualitas Pelayanan pada PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi..... | 70 |
| Tabel 21. | Hasil Penelitian Dimensi Kualitas Pelayanan pada PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi | 71 |
| Tabel 22. | Frekuensi Tingkat Harapan Kualitas Pelayanan pada PT. PLN UPJ Cibadak..... | 73 |
| Tabel 23. | Hasil Penelitian Kualitas Pelayanan Berdasarkan Rata-rata Tingkat Harapan pada PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi..... | 73 |
| Tabel 24. | Frekuensi Tingkat Kinerja Dimensi Kualitas Pelayanan pada PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi..... | 75 |
| Tabel 25. | Hasil Penelitian Dimensi Kualitas Pelayanan pada PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi | 76 |
| Tabel 26. | Frekuensi Tingkat Harapan Kualitas Pelayanan pada PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi. | 78 |
| Tabel 27. | Hasil Penelitian Kualitas Pelayanan Berdasarkan Rata-rata Tingkat Harapan pada PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi..... | 78 |
| Tabel 28. | Frekuensi Tingkat Kinerja Dimensi Kualitas Pelayanan pada PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi..... | 80 |
| Tabel 29. | Hasil Penelitian Dimensi Kualitas Pelayanan pada PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi | 81 |
| Tabel 30. | Frekuensi Tingkat Harapan Kualitas Pelayanan pada PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi | 82 |
| Tabel 31. | Hasil Penelitian Kualitas Pelayanan Berdasarkan Rata-rata Tingkat Harapan pada PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi..... | 83 |
| Tabel 32. | Frekuensi Tingkat Kinerja Dimensi Kualitas Pelayanan pada PT. PLN UPJ Cibadak..... | 85 |

| | | |
|-----------|---|----|
| Tabel 33. | Hasil Penelitian Dimensi Kualitas Pelayanan pada PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi | 85 |
| Tabel 34. | Frekuensi Tingkat Harapan Kualitas Pelayanan pada PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi | 87 |
| Tabel 35. | Hasil Penelitian Kualitas Pelayanan Berdasarkan Rata-rata Tingkat Harapan pada PT. PLN UPJ Cibadak..... | 87 |
| Tabel 36. | Frekuensi Tingkat Harapan Kualitas Pelayanan pada PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi | 89 |
| Tabel 37. | Frekuensi Tingkat Kinerja Dimensi Kualitas Pelayanan pada PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi..... | 89 |
| Tabel 38. | Hasil Penelitian Dimensi Kualitas Pelayanan Berdasarkan Rata-rata Tingkat Harapan pada PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi.... | 90 |
| Tabel 39. | Hasil Penelitian Kualitas Pelayanan Berdasarkan Rata-rata Tingkat Harapan pada PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi..... | 92 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--------------------------------------|----|
| Gambar 1. Paradigma Penelitian | 11 |
| Gambar 2. Struktur Organisasi | 49 |

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Surat Riset PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi
Lampiran 2. Kuesioner

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Penelitian

Konsep keberhasilan perusahaan saat ini, lebih banyak menitikberatkan pada bidang pemasaran. Oleh karena itu, perusahaan dituntut untuk merancang dan mengembangkan manajemen yang baik, agar barang dan jasa yang dihasilkan diminati dan laku di pasaran.

Dengan manajemen pemasaran yang efektif, maka perusahaan dapat mencapai tujuannya secara efektif pula. Demikian pula didalam suatu perusahaan jasa diperlukan suatu manajemen yang baik agar semua kegiatan dapat mencapai tujuannya.

Salah satu tujuan dari pemasaran yaitu untuk memenuhi kebutuhan konsumen baik terhadap barang maupun jasa.

Untuk mempertahankan pelanggan, perusahaan harus mampu memuaskan keinginan pelanggan. Untuk perusahaan yang bergerak dibidang jasa dimana produk yang dihasilkan bersifat abstrak, maka kepuasan pelanggan dapat diukur dari bentuk pelayanan yang diberikan.

Pelayanan merupakan bentuk kegiatan yang diberikan oleh pihak produsen kepada konsumen dan dilakukan secara terus menerus sebagai timbal balik untuk kesetiaan pelanggan juga sebagai tolak ukur sejauh mana mereka mengenal pelanggan.

Kualitas pelayanan bukanlah memenuhi sejumlah yang ditetapkan oleh perusahaan, namun sebaiknya kualitas pelayanan adalah memenuhi kriteria yang ditetapkan oleh pelanggan.

Kunci sukses mencapai kualitas pelayanan adalah siapa pelanggan dan apa yang mereka inginkan dan butuhkan.

Dimensi kualitas pelayanan dapat dilihat dalam berbagai bentuk, baik secara abstrak maupun konkrit. Dalam bentuk konkrit atau berwujud bentuk pelayanan dapat dilihat secara nyata pada saat jasa sedang dikerjakan seperti dalam bentuk fasilitas, pegawai, perlengkapan dan peralatan yang mempermudah pekerjaan.

Pelayanan dalam bentuk abstrak bisa di lihat dan dirasakan pada saat personil penyedia jasa dapat melakukan pekerjaannya secara konsisten, akurat dan dapat diandalkan. Pelanggan juga mengharapkan personil jasa bersikap sopan dan terpelajar melalui tindakan dan penampilannya.

Dengan kata lain orang yang menyediakan jasa harus mampu menunjukkan kepercayaan dan keyakinan. Personil penyedia jasa juga harus menunjukkan perhatian yang tulus kepada pelanggan dan kebutuhan mereka.

Adapun tingkat kepuasan pelanggan merupakan suatu titik dimana apa yang diharapkan oleh konsumen tercapai. Dengan kata lain tingkat kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh apa yang mereka dapatkan.

Kualitas pelayanan yang diberikan akan mempengaruhi tingkat kepuasan yang diperoleh oleh konsumen. Pelayanan yang berkualitas merupakan syarat mutlak yang harus diberikan oleh suatu perusahaan jasa, karena pemenuhan akan kebutuhan jasa tidak dipenuhi dalam bentuk barang

melainkan dalam bentuk pengabdian atau pelayanan. Begitu pula penyediaan jasa listrik untuk pelanggan.

Listrik merupakan kebutuhan masyarakat yang bisa dianggap kebutuhan yang cukup penting. Perusahaan Umum Listrik Negara merupakan perusahaan yang dikelola pemerintah untuk mengurus listrik yang menyangkut kepentingan umum (*public utility*) dan bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai dengan politik ekonomi yang tertera pada UUD 1945 Pasal 33.

PT. PLN merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang pemasangan dan pendistribusian Listrik di Indonesia. Dengan perkembangan yang cepat sebagai perusahaan publik, PT. PLN harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik kepada para pelanggan. Hal tersebut tidak dapat dihindari, namun harus menjadi tantangan yang memacu perbaikan kinerja manajemen yang lebih baik, karena bila pelayanan terhadap pelanggan terabaikan maka akan mempengaruhi tingkat kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan.

Cara PLN memasarkan jasanya antara lain mengikuti pameran, memberikan brosur-brosur, dan memberikan penerangan melalui mass media. Selain itu, PLN mempunyai program yang disebut Listrik Masuk Desa. Dengan adanya Listrik Masuk Desa, PLN memberikan kemudahan dalam pembayaran dengan pemberian Kredit Listrik Pedesaan (KLP).

Dalam pengelolaan bisnis jasa PT. PLN Harus dapat merencanakan suatu produk jasa yang berkualitas atau pelayanan yang dapat memuaskan

pelanggan yang memakai jasa tersebut tanpa mengabaikan syarat-syarat efektifitas dan ekonomis kehematan.

Untuk menunjang syarat-syarat tersebut, dari segi penagihan PLN membuka loket-loket di daerah sekitar konsumen. Jadi, konsumen tidak perlu jauh-jauh ke kantor pusat melakukan pembayaran. Bisa juga bekerja sama dengan kantor pos dan bank pemerintah.

Selain itu untuk mengembangkan jasa pelayanan PLN juga mengadakan kerja sama dengan KUD. Kerja sama itu dilaksanakan dengan cara PLN mengadakan hubungan dengan KUD di daerah-daerah yang dilakukan oleh petugas dan diawasi oleh pejabat tertentu. Kemudian dilihat syarat-syarat yang harus dipenuhi KUD, yaitu: berbadan hukum, beroperasi dengan baik, memiliki kantor. Selanjutnya PLN mengadakan penyuluhan.

Disamping kerja sama dengan KUD, PLN juga mengadakan pembinaan Listrik Pedesaan (PLD) yang menyelenggarakan listrik desa; dan merencanakan serta membina kerja sama dengan instansi atau badan usaha lain dibidang pengelolaan listrik desa.

PT. PLN sebagai jasa harus sangat memperhatikan kualitas pelayanan yang diberikannya. Bentuk-bentuk pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN diantaranya: kecepatan dalam melayani permintaan pemasangan listrik dan kecepatan dalam melayani gangguan yang diadakan oleh pelanggan.

PT. PLN juga meminimalkan kerusakan. Petugas selalu memberitahukan terlebih dahulu akan melakukan perbaikan dan jika ada pemadaman sementara.

Dengan demikian petugas PLN juga harus dapat menjawab/menyelesaikan semua permasalahan yang terkait dengan aliran listrik serta selalu menghormati dan menghargai para pelanggan.

Jumlah pelanggan PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi.

| Tahun | Jumlah Pelanggan |
|-------|------------------|
| 2006 | 88.262 |
| 2007 | 98.351 |
| 2008 | 100.827 |
| 2009 | 60.147 |
| 2010 | 61.612 |

Untuk benar-benar dapat memuaskan pelanggan, PT. PLN harus dapat mengenal lebih dekat para pelanggan mereka, dan apa yang diinginkan oleh para pelanggan, karena para pelanggan akan membentuk pengharapan-pengharapan mereka berdasarkan pada pesan-pesan yang mereka peroleh dari pihak penjual yaitu PT. PLN. Jika PT. PLN tidak bisa memenuhi apa yang diharapkan oleh pelanggan maka hal ini akan menyebabkan ketidakpuasan. Demikianpun sebaliknya makin besar perbedaan antara harapan pelanggan dan prestasi, maka makin besar ketidakpuasan pelanggan.

Kepuasan atau ketidakpuasan yang diperoleh oleh pelanggan akan mempengaruhi penilaian mereka terhadap PLN. Jadi jika pelanggan merasa puas maka mereka akan memberikan penilaian yang positif dan juga akan meningkatkan nama baik atau citra PLN di mata pelanggan, begitu juga jika

pelanggan merasa tidak puas maka mereka akan melakukan hal yang sebaliknya.

Dengan memperhatikan latar belakang dan permasalahan tersebut di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dan dituangkan dalam makalah seminar yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP TINGKAT KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PLN UPJ CIBADAK”**.

1.2. Perumusan dan Identifikasi Masalah

1.2.1. Perumusan Masalah

Konsumen sebagai salah satu faktor yang sangat penting bagi perusahaan, oleh karena itu konsumen harus diperhatikan dan dijaga loyalitasnya terhadap produk/jasa perusahaan.

Sebagai perusahaan jasa PT. PLN harus mengutamakan kepuasan pelanggan, sebab apabila konsumen sudah puas akan produk atau pelayanan yang perusahaan berikan akan konsumen akan cenderung untuk loyal terhadap produk/jasa perusahaan tersebut.

1.2.2. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah diuraikan, maka penulis dapat mengidentifikasi permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan Listrik oleh PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi.

2. Bagaimana tingkat kepuasan pelanggan Listrik pada PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi.
3. Bagaimana pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan Listrik pada PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi.

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi dari perusahaan mengenai hal-hal yang berhubungan dengan masalah yang akan dibahas sebagai bahan masukan dalam penyusunan proposal makalah seminar ini dapat menghasilkan suatu informasi yang penting bagi perusahaan.

1.3.2. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang telah diberikan kepada pelanggan listrik oleh PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi.
2. Untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan Listrik pada PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan Listrik pada PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi.

1.4. Kegunaan Penelitian

Dari penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi, maka penulis berharap dapat memberikan manfaat dan gambaran yang jelas mengenai hubungan antara teori dan kondisi yang sebenarnya berkaitan dengan bidang berikut:

1. Kegunaan Teoritis

Bagi penulis, akan menambah pengetahuan dan pemahaman sekaligus pengembangan teori dan ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah mengenai bidang pemasaran khususnya.

2. Kegunaan Praktis

Bagi perusahaan, diharapkan dapat memberikan masukan berupa pemikiran dan pertimbangan perusahaan serta saran-saran yang bermanfaat bagi peningkatan kualitas manajemen.

1.5. Kerangka Pemikiran dan Paradigma Penelitian

1.5.1. Kerangka Pemikiran

Pemasaran adalah proses sosial manajerial yang membuat individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan serta inginkan lewat penciptaan dan pertukaran timbale balik produk dan nilai dengan orang lain. (Kotler, Philip: 2000, 27)

Perusahaan harus dapat memahami tentang kebutuhan dan keinginan pelanggan serta memahami cara penyampaian kebutuhan dan keinginan tersebut dengan keunggulan bersaing.

(Warren, J. Keegan: 1996, 22)

Suatu perusahaan selalu dituntut untuk terus berkembang, dan selalu meningkatkan kualitas pelayanan terhadap pelanggan untuk menciptakan dan mempertahankan pertukaran yang memuaskan tujuan-tujuan individu dan organisasi.

Pemenuhan akan kebutuhan jasa tidak bisa dipenuhi dalam bentuk barang, karena jasa sendiri sering dipandang sebagai fenomena yang rumit, jasa itu sendiri mempunyai banyak arti, dan mulai pelayanan personal (*personal service*) sampai jasa sebagai produk.

Kepuasan akan pemenuhan jasa akan terpenuhi dalam bentuk pelayanan. Pelayanan pada hakekatnya adalah serangkaian kegiatan, karena ia merupakan suatu proses sebagai proses pelayanan dapat memuaskan kepada orang atau kelompok orang yang dilayani.

Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2009, 138) Kepuasan ‘ Perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul kaerena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka”.

Menurut Philip Kotler dan Swee Hoo Ang (2004, 68). Kepuasan Pelanggan “ Perasaan senang atau kecewa yang timbul

dari membandingkan persepsi tentang kinerja atau hasil dari suatu produk dengan harapan yang dimiliki.

Pelayanan adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat jasa. Didalam suatu perusahaan jasa diperlukan suatu manajemen yang baik agar semua kegiatan pemasaran jasa dapat mencapai tujuannya.

Menurut Philip Kotler (2002, 499) dalam mengevaluasi produk jasa serta pelayanan yang diberikan, pelanggan umumnya mengacu pada lima penentu mutu jasa pelayanan, yaitu sebagai berikut:

1. Keandalan (*reliability*)

Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan secara terpercaya dan akurat.

2. Daya tangkap (*responsiveness*)

Kemauan untuk membantu pelanggan dan melayani dengan cepat.

3. Kepastian (*assurance*)

Pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menimbulkan kepercayaan dan keyakinan.

4. Empati (*empathy*)

Kesediaan untuk peduli, member perhatian pribadi kepada pelanggan.

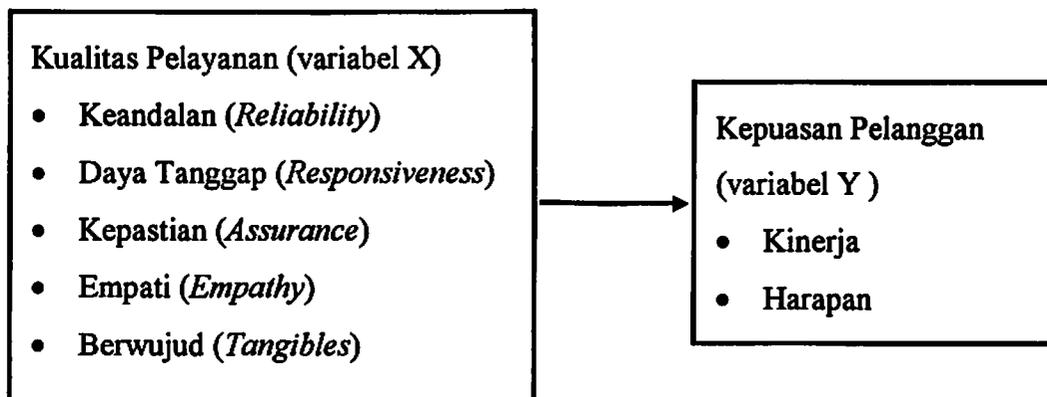
5. Berwujud (*tangibles*)

Penampilan fasilitas fisik, peralatan, petugas dan materi komunikasi.

Sedangkan kepuasan pelanggan sendiri yaitu merupakan hasil yang dirasakan oleh pelanggan dari kinerja perusahaan yang memenuhi harapan mereka.

1.5.2. Paradigma Penelitian

Dalam pemasaran PT. PLN (Persero), sangat memperhatikan sekali masalah jasa, contohnya seperti: jasa pasang baru, jasa pengaduan gangguan, jasa perubahan daya listrik, dan lain-lain. Pelayanan yang diberikan akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.



Gambar 1.
Paradigma Penelitian

1.6. Hipotesis Penelitian

Berdasarkan landasan teori diatas maka penulis dapat mengemukakan hipotesis sebagai berikut:

1. Kualitas pelayanan yang di berikan kepada pelanggan listrik oleh PT. PLN UPJ Cibadak sudah cukup baik.
2. Tingkat kepuasan pelanggan listrik PT. PLN UPJ Cibadak sudah cukup baik.
3. Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan tingkat kepuasan pelanggan listrik pada PT. PLN UPJ Cibadak.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Pengertian Manajemen Pemasaran, Pemasaran, Fungsi Pemasaran

2.1.1. Pengertian Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran di dalam suatu perusahaan sangat dibutuhkan sekali, karena keuntungan yang diperoleh suatu perusahaan itu ditentukan oleh berapa banyak produk yang dihasilkan dipasarkan. Oleh karena itu perlu bentuk suatu manajemen pemasaran yang baik. Kesalahan dalam manajemen kegiatan pemasaran berarti kerugian bagi perusahaan, akibatnya perusahaan dapat kehilangan pasar dan kaidah dalam persaingan.

Untuk memenuhi lebih lanjut mengenai manajemen pemasaran, berikut pengertian manajemen pemasaran dari beberapa pakar, diantaranya menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong (2004, 13) manajemen pemasaran adalah:

Penganalisaan, perencanaan, implementasi, dan pengendalian program yang dirancang untuk menciptakan, membangun, dan mempertahankan pertukaran yang menguntungkan dengan target pembeli untuk mencapai objektif organisasi.

Hal ini sangat tergantung pada penawaran organisasi dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar tersebut serta menurunkan harga, mengadakan komunikasi, dan distribusi yang efektif untuk memberitahu, mendorong, serta melayani pasar.

Menurut Roller (2003,16) manajemen pemasaran adalah:

Proses perencanaan dan pelaksanaan pemikiran, penetapan harga, promosi, serta penyaluran gagasan, barang dan jasa untuk menciptakan pertukaran yang memenuhi sasaran-sasaran individu dan organisasi.

Menurut Sunarno (2004,) manajemen pemasaran adalah sebagai berikut:

Manajemen pemasaran adalah suatu proses merencanakan dan melaksanakan konsep tertentu dri produk, harga, promosi, dan distribusi. Baik Gagasan (Ideal). Barang (Goods), dan Jasa (Service) dalam menciptakan pertukaran yang memuaskan tujuan individual maupun organisasi.

Menurut Dr.Sofyan Assauri manajemen pemasaran

adalah Sebagai berikut :

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian program-program yang di buat untuk membentuk, membangun, memelihara, melalui sasaran pasar guna mencapai tujuan organisasi.

Pengertian manajemen pemasaran menurut Bayu Swasta (2002, 7) sebagai berikut:

Manajemen pemasaran adalah penganalisaan, perencanaan, pelaksanaan, dan pengawasan program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang dituju dengan maksud untuk mencapai tujuan organisasi.

Menurut Pilai Bagavatti (1997, 139) mendefinisikan manajemen pemasaran:

Marketing management is the creative management function which promotes trade and employment by assessing consumer needs and initiates research development to meet him. It coordinates the resources of production and distribution of good and services determined and direct the nature and fells of the total

effort required to sell profitability by maximum production to the ultimate user.

Dari pengertian-pengertian di atas, maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa manajemen pemasaran adalah kegiatan penganalisaan, pelaksanaan dan pengawasan yang meliputi baik berupa harga, promosi, barang, serta program-program yang ditujukan untuk mengadakan pertukaran dengan pasar yang akan dituju agar tujuan organisasi atau perusahaan dapat tercapai dengan maksimal.

2.1.2. Pengertian Pemasaran

Pemasaran (*marketing*) adalah kegiatan manusia yang ditunjukkan untuk memuaskan kebutuhan yang tidak terbatas, juga merupakan usaha untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh pihak produsen.

Pemasaran yang baik bagi perusahaan adalah saran terakhir akan keberhasilan yang dihasilkan. Hal ini juga akan membantu perusahaan untuk mencapai penjualan yang diharapkan dan membantu dalam mengatasi persaingan. Dalam pengertian lain pemasaran adalah suatu system keseluruhan dari kegiatan bisnis yang ditunjukkan untuk merencanakan, menentukan harga, mempromosikan dan mendistribusikan produk yang memuaskan kebutuhan.

Pemasaran adalah suatu proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak yang lain.

William G. Zikmund bersama Michael d'Amico (1996, 6) berpikiran bahwa *marketing* adalah "*The process of planning and executing the conception, pricing, promotion, and distribution of ideas, goods, and service to create and exchanges that will satisfy individual and organizational objectives*".

Pengertian pemasaran menurut Basu Swastha (2004, 04)

adalah:

Pemasaran adalah merupakan orang-orang atau organisasi yang mempunyai kebutuhan akan produk yang kita pasarkan dan mereka itu memiliki daya beli yang cukup guna untuk memenuhi kebutuhan mereka.

Pengertian pemasaran menurut Philip Kotler (2000, 7) adalah

sebagai berikut:

Marketing is a social and manajerial process by which individuals and groups-what they need and want through creating, offering, and exchanging products of value-with other.

Pengertian pemasaran menurut M. Manulung (2002, 7) adalah

sebagai berikut:

Pemasaran adalah aktivitas dunia bisnis yang mengarahkan arus barang atau jasa para produsen kepada konsumen atau pihak yang menggunakannya.

Pengertian pemasaran menurut Philip Kotler (2004, 9) adalah

sebagai berikut:

Pemasaran adalah proses social manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, bertukar produk yang bernilai satu sama lain.

Pengertian menurut Dr.Sofyan Assauri adalah sebagai berikut :

Pemasaran adalah usaha untuk menyediakan dan menyampaikan barang dan jasa kepada orang-orang yang tepat pada tempatnya dan waktu serta harga yang tepat dengan promosi dan komunikasi yang tepat.

Berdasarkan pengertian-pengertian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa pemasaran adalah kegiatan dalam suatu sistem yang ditujukan untuk memuaskan kebutuhan konsumen. Selain itu pemasaran merupakan penyaluran barang dan jasa dari produsen ke konsumen yang memenuhi kebutuhan dan keinginan dari konsumen secara memuaskan.

2.1.3. Fungsi Pemasaran

Dalam pemasaran terdapat berbagai fungsi. Di bawah ini dipaparkan banyak fungsi pemasaran dari berbagai ahli pemasaran:

Menurut William G. Zikmund and Michael d'Amico (1996, 7) "*The junction of marketing activities is to bring buyers and sellers together*".

Manajemen pemasaran sangat erat hubungannya dengan pemasaran dalam melakukan suatu kegiatannya. Oleh karena itu manajemen memiliki fungsi.

1. *Determination of marketing goals to be achieved*
2. *Market analysis to improve sales*
3. *Formulation of marketing plans produces. Policies*
4. *Evaluation of unsatisfied and potensial customer needs and desire*
5. *Organizing the marketing function and marketing mix*
6. *Delelop detailed sales plans and budgest*
7. *Sponsor a continuing program of market research*
8. *Determination of most desirable chanel of distribution*
9. *Encouraging goods employee relation within the ornanition*
10. *Exercises effective marketing communication*
11. *Participation in the product planning to match with demand*
12. *Perodicatiol review of ower all marketing program to on crease the sales volume and net profits*

Adapun fungsi pemasaran menurut Moekijat (1990.308)

adalah sebagai berikut :

1. Fungsi yang berhubungan dengan pemindahan hak milik yaitu fungsi membeli / sewa untuk digunakan dan fungsi menjual disewakan kembali untuk dipakai orang
2. Fungsi yang berhubungan dengan perlengkapan fisik yaitu fungsi pengangkutan penyimpanan dan standarisasi
3. Fungsi yang memudahkan pelaksanaan kegiatan-kegiatan perusahaan yaitu permodalan pengambilan resiko dan mencari informasi pemasaran

Menurut Buchari Alma (2004. 23) fungsi pemasaran adalah:

1. *Merchandising*, perencanaan yang berkenaan dengan memasarkan barang dan jasa yang tepat pada tempat dan waktu yang tepat dalam jumlah yang tepat dengan harga dan tepat.
2. *Buffing*, konsumen memilih orang dari siapa ia akan membeli.
3. *Selling*, meyakinkan orang untuk membeli.
4. *Transportation*, perencanaan, seleksi, dan pengarahan semua alat pengangkutan yang memindahkan barang dalam proses marketing.
5. *Storage*, menyimpan barang selama waktu antara barang tersebut dihasilkan dan dijual.
6. *Standardization and grading*, penetapan batas-batas elementer berupa perincian yang harus dipenuhi oleh barang-barang buatan pabrik, atau kelas-kelas kedalam mana barang-barang harus digolongkan. Serta memilih kesatuan dari suatu produk yang dimaksudkan kedalam kelas-kelas dan derajat yang sudah ditetapkan dengan jalan standarisasi.
7. *Financing*, fungsi mencari dan mengurus modal uang dan kredit yang berlangsung bersangkutan dengan transaksi.
8. *Communication*, segala yang dapat memperlancar hubungan didalam suatu organisasi dan hubungan keluar.
9. *Risk bearing*, cara fungsi bagaimana mengurangi atau merelakan rugi karena rusaknya barang, hilangnya barang atau turunnya harga.

Menurut Duddy and Revzan dalam Buchari Alma (2004-23)

1. Pembelian
2. Penjualan

3. Pengangkutan
4. Penyimpanan
5. Standarisasi
6. Pembiayaan
7. Perhubungan
8. Menanggung resiko

2.2. Bauran Pemasaran dan Unsur-unsur Bauran Pemasaran

2.2.1. Pengertian Bauran Pemasaran

Dalam manajemen pemasaran dikenal istilah bauran pemasaran atau *marketing mix*. Bauran pemasaran merupakan salah satu konsep utama dalam pemasaran modern yang akan mempengaruhi tujuan pemasaran organisasi.

Berikut ini beberapa definisi bauran pemasaran menurut para ahli, diantaranya adalah sebagai berikut :

Menurut Stanton (1996, 28) mendefinisikan bauran pemasaran adalah sebagai berikut :

Marketing mix is the term use of describe the combination of the focus inputs- which constitute b the core of a company's marketing system the product, the price structure, the promotional activities and the distribution system.

Menurut Philip Kotler (2005, 17) mendefinisikan bauran pemasaran adalah : “ Bauran pemasaran adalah seperangkat alat pemasaran yang digunakan perusahaan untuk terus menerus mencapai tujuan pemasaran di pasar sasaran.

Menurut Buchari Alma (2002, 13) mendefinisikan arti bauran pemasaran yaitu : “ Merupakan stratgi mencampur kegiatan-kegiatan marketing, agar dicari kombinasi maksimal sehingga mendatangkan hasil yang memuaskan”.

Menurut David Jobber (1996, 13) menyatakan bahwa bauran pemasaran adalah sebagai berikut:

The marketing mix consist of four major element: Product, price, promotion, and place. These 4-Ps are the four key descisions areas that marketrs must manage so that they satisfy of exceed consumer need better than the competition.

Dari beberapa pengertian di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa bauran pemasaran adalah seperangkat alat yang terdiri dari produk, harga, promosi, dan distribusi yang digunakan untuk mempengaruhi konsumen guna mencapai tujuan organisasi.

Menurut Stanton (1996.28) mendefinisikan bauran pemasaran adalah sebagai berikut :

Marketing mix is the term used of describe the combination pf the focus inputs which constitute be the core of a company's marketing system the product the price structure the promotional activities and distributions system.

Menurut Basu Swasta dan T. Bani Bandoko (1997. 42) mendefinisikan bauran pemasaran sebagai berikut :

Bauran pemasaran adlah kombinasi empat variabel atau kegiatan yang merupakan inti dari system pemasaran perusahaan yaitu produk struktur kegiatan promosi dan system distribusi’.

Menurut Mc. Carthy and Perreault (1994. 12)

mengemukakan bauran pemasaran sebagai berikut :

Marketing mix is the controllable that the company puts together to satisfy a target group.

2.2.2. Unsur-unsur Bauran Pemasaran

Menurut Bsau Swasta dan Irawan (2002, 78) menyatakan bahwa unsure-unsur bauran pemasaran terdiri dari :

1. *Product*

Product adalah merupakan titiksentral dari kegiatan marketing. Produk ini dapat berupa barang dan dapat pula berupa jasa.

2. *Price*

Masalah kebijakan harga dalah turut menentukan keberhasilan pemasaran produk. Kebijakan harga dapat di lakukan pada setiap tingkat distribusi, seperti oleh produsen, oleh grosir dan *retailer* (pedagang eceran).

Pada umumnya ada tiga strategi harga yang dapat diikuti oleh produsen, tergantung pada keadaan produknya. Strateginya adalah:

- a) *Skimming price*, yaitu menetapkan harga setinggi-tingginya, strategi ini hanya mungkin apabila produknya di arahkan kepada konsumen berpenghasilan tinggi dan produ baru dan sangat istimewa.
- b) *Penetration price*, yaitu bertujuan untuk menerobos produk ke pasar, karena barang sejenis udah ada di pasar.
- c) Strategi yang mencoba mengikuti harga pasar (*live and let live policy*), walaupun misalnya produsen barang dengan harga sangat rendah dan mampu menjualnya dengan harga lebih murah.

3. *Place/Distribution*

Senelum produsen emasarkan produknya, maka sudah ada perencanaan tentang pola distribusi yang akan di lakukan.

4. Promotion

Promosi pada zaman pemasaran modern sekarang ini tidak dapat diabaikan. Promosi ini sangat berkembang pada masa “ *selling concept* ” dimana produsen sangat mengandalkan, sangat member harapan tinggi akan meningkatkan penjualan dengan mempergunakan promosi.

Menurut Pillai dan Bagavathi (1999, 28) unsur-unsur

bauran pemasaran adalah senagai berikut :

1. Product

The product it self is the first elemen. Product must satisfy consumer needs.

2. Price

The second element to the effsct the volume of sales the price market or announced amount of money asked from a buyer is know the basic price-value placed an a produc.

3. Promotion

The product may be to the consumer. Firm must under take promotion work advertising, publicity, personal selling etc.

4. Distribution

Physhal distribution is the delivery of the product at the right time and the right pace, the distribution mix in the combination of decisions relating to marketing chanel, stroge facility, transportation were housing.

Berikut ini unsur-unsur bauran pemasaran menurut J.

Supranto dan Mandan Cimabrisna (2007,11):

1. Produk, adalah apa saja yang dibutuhkan dan diinginkan seorang konsumen untuk memenuhi kebutuhn yang dipersepsikan.
2. Promosi/komunikasi : komunikasi pemasaran mencakup periklanan, tenaga penjual “ public relation” kemasan dan sinyal lain yang bermanfaat bagi perusahaan dan juga produknya.
3. Herga, adlah jumlah yang harus di bayar seseorang untuk mendapatkan hak menggunakan produk.
4. Distribusi, adalah berkenaan dengan tersedianya produk dimana konsumen dari pasar sasaran bias membelinya.

2.3. Pengertian Jasa, Ciri-ciri Jasa.

2.3.1. Pengertian Jasa

Kehadiran sektor jasa saat ini dibutuhkan sebagai satu hal penting dalam perekonomian nasional. Semakin modern sector perekonomian, maka semakin besar peranan sector jasa.

Jasa merupakan produk yang tidak terwujud dan sangat penting dalam setiap kegiatan pemasaran, karena jasa ini perlu menyertai dalam proses pemasaran produk-produk berwujud (barang). Banyak definisi jasa yang dikemukakan oleh para ahli ekonomi, berikut ini akan diuraikan beberapa diantaranya:

Menurut Kotler (2002, 486) jasa adalah “Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun”.

William I Stanton yang dikutip oleh Buchari Alma (2002, 243) mendefinisikan:

Jasa adalah sesuatu yang dapat diidentifikasi secara terpisah tidak terwujud, ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan, jasa dapat dihasilkan dengan menggunakan benda-benda berwujud atau tidak.

Menurut Gary Armstrong (2002, 382) mendefinisikan :

Jasa adalah setiap kegiatan atau manfaat yang dapat diberikan oleh pihak kepada pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berakibat pemilikan sesuatu.

Menurut Leonard L. Berry, dikutip Zeithaml dan Bitner : Jasa itu sebagai deeds (Tindakan, Prosedur, Aktivitas), Proses-proses dan unjuk kerja yang *Intangible*.

Sedangkan menurut A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner (2000, 3) menyatakan bahwa “*Service will be defined as intangible actives and benefits that that satisfy consumers want without the owner goods*”.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, maka jasa adalah suatu aktivitas atau manfaat yang ditawarkan oleh perusahaan kepada konsumen melalui pertukaran. Selain itu juga jasa merupakan perbuatan berupa tindakan yang menguntungkan, tetapi tidak berwujud sebagai benda atau materi melainkan sesuatu yang tidak dapat dilihat, jasa hanya dapat dirasakan oleh orang yang melayani maupun yang dilayani.

2.3.2. Ciri-ciri Jasa

Menurut M .Mursid (2006, 116) menyatakan bahwa jasa memiliki empat ciri utama yang sangat mempengaruhi rancangan program pemasaran, yaitu:

1. *Intangibility* (Maya dan tidak teraba) : Karena jasa tidak teraba pelanggan tidak dapat mengambil contohnya seperti mencicipi, merasakan, melihat, mendengar dan mencium sebelum pelanggan membelinya.
2. *Inseparability* (Takterpisahkan) : Jasa biasanya tidak terpisahkan dengan pribadi penjual. Untuk jasa tertentu diciptakan dan dipergunakan habis pada saat yang bersamaan.
3. *Hererogenitas* : Output dari jasa tidak ada standardisasinya. Setiap unit jasa agak berbeda dengan unit jasa lain yang sama.

4. *Perishability* (Cepat hilang) : Permintaan yang berfluktuasi, Jasa cepat hilang dan tidak dapat disimpan, dan pasaran jasa selalu berubah menurut waktunya.

Menurut Rambat Lupiyoadi dan A. Hamdani (2008, 6) terdapat karakteristik jasa yang dapat membedakan dengan barang yaitu:

Intangibility (tidak berwujud)

Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, didengar atau dicium sebelum produk jasa tersebut dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tidak terwujud dari konsumen adalah dalam bentuk kenikmatan, kepuasan atau rasa aman.

Unstrobability (tidak dapat disimpan)

Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga tidak dapat dipisahkan (*incapability*) mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.

Customization (bervariasi)

Jasa sering kali didesain khusus untuk kebutuhan pelanggan, sebagaimana pada jasa.

2.4. Pengertian Kualitas Pelayanan, Komponen Kualitas Pelayanan, dan Dimensi Kualitas Pelayan.

2.4.1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan menurut John Mivancevish, Peter Lorenzi and Steven J. Skinner (1994, 54) adalah "*A service conformance to customer specifications and expectations*".

Fandi Tjiptono (2002, 59) menyatakan bahwa:

Definisi kualitas pelayanan berpusat pada upaya pemenuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaian untuk mengimbangi harapan-harapan pelanggan.

A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner (2000, 19) menyatakan bahwa:
“Service quality can be defined as the extent of discrepancy between customers expectations or desires and their perceptions”

Berdasarkan beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan adalah tingkat dimana pelayanan yang diberikan bisa sesuai dengan harapan pelanggan, atau tingkat dimana personil jasa bisa benar-benar memahami apa yang diharapkan oleh pelanggan serta bisa memenuhi harapan dan keinginan pelanggan.

2.4.2. Komponen Kualitas Pelayanan

Lenna Elliten (2001, 15) menyatakan bahwa komponen kualitas pelayan terdiri dari:

1. **Kualitas teknik**
Yaitu komponen yang berkaitan dengan output jasa yang di terima konsumen atau pelanggan. Kualitas teknik dapat dirinci menjadi tiga, yaitu:
 - a. **Kualitas pencarian** yaitu kualitas yang dapat dievaluasi pelanggan sebelum membeli.
 - b. **Kualitas pengalaman** yaitu kualitas yang hanya bisa dievaluasi pelanggan atau konsumen setelah membeli atau mengkonsumsi jasa.
 - c. **Kualitas kepercayaan** yaitu kualitas yang sukar dievaluasi pelanggan atau konsumen meskipun telah menggunakan jasa tersebut.
2. **Kualitas fungsional**, yaitu komponen yang berkaitan dengan kualitas cara penyampaian jasa.
3. **Kualitas korporat**, yaitu profil, reputasi, citra umum dan daya tarik perusahaan, yaitu harapan pelanggan atau konsumen merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar dalam menilai kinerja produk.

Sedangkan Tjiptono (2000, 98) menyatakan komponen dalam kualitas pelayanan lebih memfokuskan penilaian jasa hanya dinilai

pada sumber-sumber kualitasnya saja. Pendekatan lebih *customer and process oriented*. Ada empat sumber kualitas yang menentukan kualitas jasa:

1. *Design quality* yaitu kualitas jasa yang ditentukan pada waktu pertama jasa didesain untuk memenuhi kebutuhan konsumen.
2. *Production quality* yaitu kualitas jasa ditentukan oleh kerja sama departemen manufaktur dan departemen pemasaran.
3. *Delivery quality* yaitu kualitas jasa dapat ditentukan oleh janji perusahaan kepada konsumen.
4. *Relationship quality* yaitu kualitas jasa ditentukan oleh hubungan professional dan social antar perusahaan dengan stake holder (konsumen, pemasok, agen, karyawan perusahaan).

2.4.3. Dimensi Kualitas Pelayanan

Menurut Buchari Alma (2000, 232) menyatakan bahwa dalam rangka memenuhi kepentingan pelanggan sesuai dengan haknya, maka personil jasa harus dapat memenuhi lima persyaratan pokok pelayanan, yaitu:

1. Tingkah laku yang sopan
2. Keterangan dalam menangani pengaduan
3. Ketetapan dalam penyampaian sesuatu
4. Keramah tamahan dari personil jasa
5. Kerapihan dalam penampilan dan pekerjaan

Menurut Philip Kotler (2003, 499-500) ada lima dimensi/prinsip yakni:

1. *Reliability* (keandalan)
Merupakan kemampuan dari perusahaan untuk menampilkan pelayanan yang dijanjikan secara akurat dan dapat dipercaya.
2. *Responsiveness* (kesigapan)
Kesediaan perusahaan terutama pegawai/karyawan untuk membantu konsumen dan memberikan

pelayanan yang cepat tanggap sesuai yang diinginkan konsumen.

3. *Assurance* (jaminan kepastian)
Tingkat pengetahuan dan kesopanan yang harus dimiliki karyawan sebagaimana kemampuan mereka untuk menawarkan kepercayaan dan rasa percaya diri pada pelanggan.
4. Empati adalah perhatian khusus yang diberikan pelanggan.
5. *Tangible* (hal-hal yang berwujud) yaitu penampilan fisik, seperti peralatan dan lain-lain.

Dalam suatu penelitian tentang kualitas pelayanan oleh Lenna Elliten (2001, 18) diperoleh sepuluh factor kunci sukses dalam meningkatkan kualitas pelayanan, yaitu:

1. *Listening the voice of customer* (mendengarkan suara pelanggan)
Kualitas pelayanan didefinisikan oleh pelanggan. Kesesuaian dengan spesifikasi perusahaan bukanlah merupakan kualitas pelayanan, namun memperbaiki kualitas pelayanan diperlukan proses belajar secara terus-menerus mengenai harapan pelanggan.
2. *Service reliability* (memberikan pelayanan yang handal)
Dimensi-dimensi *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*, tak bersifat *mutually exclusive*, tetapi memberikan kerangka kerja memahami apa yang diharapkan pelanggan atau konsumen.
3. Memberikan *basic service*
Basic service sangat erat kaitannya dengan reliabilitas. Pelanggan mengharapkan pelayanan yang nyata bukan sekedar janji-janji.
4. *Service design* (desain pelayanan)
Kehandalan menghantarkan pelayanan fundamental tergantung pada kemampuan elemen orang-orang yang terlibat dalam system pelayanan.
5. *Recovery* (pemulihan)
Perusahaan harus mampu mendorong pelanggan untuk mengadu bila menghadapi masalah serius.
6. *Surprising customer* (memberikan pelanggan kejutan)
Meskipun reliabilitas merupakan inti kualitas pelayanan untuk memenuhi harapan pelanggan, namun dimensi-dimensi lainnya juga tidak kalah penting dalam memberikan pelayanan yang memberikan harapan pelanggan.

7. *Fair play* (perlakuan secara jujur)
Pelanggan atau konsumen mengharapkan pelayanan yang jujur, mereka akan sakit hati dan kehilangan kepercayaan bila tidak menerima pelayanan seperti yang dijanjikan.
8. *Team work* (kerja sama tim)
Banyaknya pelanggan yang harus dilayani didalam suatu perusahaan dapat melelahkan. Untuk itulah diperlukan kerja sama yang solid antara personil jasa.
9. *Employee research* (riset pegawai)
Employed research sama pentingnya dengan customer research. Hal tersebut diperlukan untuk memperbaiki kualitas pelayanan.
10. *Servant leadership* (kepemimpinan yang bersifat membantu)
Tanpa visi kepemimpinan, tanpa arahan inspirasi dan dukungan, investasi untuk perbaikan pelayanan teknologi, pelatihan, riset pelanggan, riset pegawai, tidak akan menghasilkan benefit yang maksimal.

2.5. Pengertian Pelanggan dan Kepuasan Pelanggan

2.5.1. Pengertian Pelanggan

Pelanggan Faktor penting bagi perusahaan karena perusahaan harus mampu memuaskan keinginan pelanggan sebab hasil yang di data bersifat abstrak.

Menurut L.L. Bean Freeport Maine yang dikutip Vicent Gasperst (2001, 33) "Pelanggan adalah orang yang teramat penting yang harus dipuaskan dan tidak tergantung pada perusahaan, tetapi perusahaan tergantung pada pelanggan".

Pengertian pelanggan menurut Cambridge Internasional Distionaries (<http://www.cup>) adalah "*Customer is a person who buys good or a service*".

Cambridge Internasional (2006,174) menyatakan bahwa Pelanggan adalah “ A person who buys good or a service”. Seseorang yang membeli suatu barang dan jasa.

Freddy Rangkuty (2002, 304) menyatakan “Pelanggan adalah seseorang yang menikmati pemakaian akhir dari suatu produk atau jasa yang dihasilkan oleh suatu perusahaan atau suatu kegiatan”.

Menurut Adi Nugriho (2002, 76) menyatakan :

Pelanggan adalah serikali digunakan untu mendgambarkan seseorang yang secara teratur membeli atau menggunakan produk dari took atau perusahaan tertentu.

Berdasarkan beberapa pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa pelanggan adalah seseorang yang berulang kali atau secara kontiyu dating dalam suatu tempat atau membeli suatu produk yang sama untuk memuaskan keinginannya.

2.5.2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah respon pemenuhan dari konsumen. Kepuasan adalah hasil dari penilaian konsumen bahwa produk atau pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana pemenuhan ini bisa kurang atau lebih.

Amin Widjaja Tunggal (2002, 92) mengemukakan kepuasan pelanggan adalah keyakinan bahwa janji-janji akan ditepati, masih akn diselesaikan, kebutuhan masa yang akan dating diantisipasi dan apabila memungkinkan memenuhi lebih yang diharapkan.

Kepuasan pelanggan menurut Handi Irawan (2002. 3) adalah:

Hasil akumulasi dari pelanggan dalam menggunakan produk dan jasa, kepuasan adalah sebagai persepsi terhadap produk atau jasa yang telah memenuhi harapannya.

Pengertian kepuasan menurut Philip Kotler dan Swee Hoo Ang (2004, 68) yaitu: “Perasaan senang atau kecewa yang timbul dari membandingkan persepsi tentang kinerja (atau hasil) dari suatu produk dengan harapan yang dimiliki”.

Pengertian kepuasan pelanggan menurut Buchari Alma (2002, 213) adalah: “Keadaan emosional, reaksi setelah mengalami masing-masing jasa yang sesuai dengan harapan mereka”.

Dari beberapa definisi di atas, maka dapat disimpulkan bahwa kepuasan pelanggan mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan.

2.6. Pengukuran Kepuasan Pelanggan dan Faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

2.6.1. Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan ukuran keberhasilan strategi pemasaran perusahaan dalam memasarkan produk. Mengukur kepuasan konsumen merupakan pekerjaan yang tidak mudah dan memerlukan kriteria tertentu.

Kepuasan pelanggan menurut Sofyan Assauri (1996, 160) dapat diukur dari sudut:

1. **Suara konsumen**
Kepuasan pelanggan diukur dari suara-suara konsumen, yang berupa kritikan atau saran atau keluhan terhadap strategi atau kegiatan pemasaran produk dari perusahaan ini. Keadaan ini akan menentukan tingkat kooperatif atau kerja sama konsumen. Semakin kooperatif konsumen tersebut, berarti semakin puas pula konsumen terhadap strategi atau kebijakan pemasaran produk dari perusahaan itu.
2. **Laba atau keuntungan perusahaan**
Peninjauan kepuasan konsumen dari sudut keuntungan atau laba perusahaan, merupakan pengukuran yang bersifat kuantitatif dan objektif. Makin tinggi tingkat laba yang dicapai perusahaan, makin puas pula konsumen terhadap kebijakan pemasaran perusahaan itu. Hal ini karena konsumen telah tersedia membayar harga pokok produk yang ditetapkan atau membeli produk yang telah ditetapkan.

Menurut Buchari Alma (2000, 232), terdapat metode dalam pengukuran kepuasan pelanggan sebagaimana dikemukakannya, yaitu sebagai berikut:

1. **Sistem keluhan dan saran**; media ini menyediakan kotak saran, kartu komentar, dan lain-lain. Informasi ini memberikan gagasan untuk memperbaiki kualitas produk yang dapat memuaskan pelanggan.
2. ***Ghost shopping***; mempekerjakan beberapa orang yang berperan sebagai pembeli potensial, yang melaporkan kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing.
3. ***Lost customer analysis***; perusahaan meneliti pelanggan yang telah berhenti membeli agar mengetahui kelemahan kualitas produk.
4. **Survei kepuasan pelanggan**; metode ini bertujuan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari pelanggan.

Christopfer H. dan Lauren K (2005, 103) mengemukakan bahwa pelanggan mempunyai kriteria masing-masing yang tidak dapat disamaratakan kepuasannya, dalam hal ini digunakan skala nilai lima, yaitu:

Tabel 1.
Skala Likert

| Nilai | Kriteria Kepuasan |
|-------|-------------------|
| 1. | Tidak penting |
| 2. | Kurang penting |
| 3. | Cukup penting |
| 4. | Penting |
| 5. | Sangat penting |

Dengan metode ini, perusahaan dapat mencurahkan hal-hal yang penting yang perlu diperhatikan kaitannya dengan kepuasan konsumen.

2.6.2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Sementara itu Fandi Tjiptono (2008, 26) mengemukakan faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan terhadap jasa yang bersifat intangible, umumnya mengemukakan beberapa atribut berikut:

1. Bukti langsung (*tangible*) meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana informasi.
2. Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan memberikan pelayanan dengan segera, akurat dan memuaskan.
3. Daya tangkap (*responsiveness*) yaitu keinginan para staf karyawan untuk membantu para pelanggan.
4. Jaminan (*assurance*) mencakup pengetahuan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko dan keraguan.
5. Empati, meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Hadi Irawan (2002, 21) mengemukakan lima faktor utama kepuasan pelanggan:

1. Kualitas produk
Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas.

2. **Kualitas pelayanan**
Pelanggan akan merasa puas apabila mereka mendapatkan pelayanan terbaik.
3. **Faktor emosional**
Kepuasan bukan karena kualitas dari produk, tetapi self esteem atau nilai social yang membuat konsumen menjadi puas terhadap produk tertentu.
4. **Harga**
Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.
5. **Biaya dan kemudahan untuk memperoleh produk atau jasa**
Konsumen yang tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa akan cenderung puas terhadap produk tersebut.

2.7. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN UPJ Cibadak dengan Menggunakan Uji Chi Square

2.7.1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN UPJ Cibadak.

Pelayanan merupakan factor pendukung utama dalam perusahaan jasa, perannya tidak bias dilepaskan begitu saja. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh suatu organisasi jasa harus berdasarkan pada tujuan dan harapan dari para pelanggannya.

Kualitas pelayan yang diberikan akan sangat mempengaruhi tingkat kepuasan yang dicapai oleh pelanggan. Jika kualitas pelayanan yang diberikan mendekati harapan pelanggan, maka kepuasan pelanggan akan tercapai, begitupun sebaliknya jika kualitas pelayanan yang diberikan tidak bias

memenuhi harapan pelanggan, maka tingkat kepuasan tidak akan tercapai.

2.7.2. Uji Chi-Square

Alat ukur yang penulis gunakan dalam penelitian adalah dengan menggunakan uji Chi-Square.

Menurut Freddy Rangkuti (2001,141) uji Chi-Square secara umum digunakan dalam penelitian untuk mencari kecocokan ataupun menguji ketidakadaan hubungan antara babarapa populasi.

Kriteria untuk uji kuadrat Chi-Square adalah statistic Chi-Square, yaitu :

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{O_i - E_i^2}{E_i}$$

Yang didistribusikan dengan degree of freedom $k=1$.

Jika degree of Freedom adalah 1, maka statistic kuadrat Chi Square adalah :

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i - \frac{1}{2})}{E_i}$$

Dimana :

O_i = Frekuensi yang diamati, kategori ke-i

E_i = Frekuensi yang diharapkan dari variable ke-i

K = Jumlah kategori

Prosedur dari uji χ^2 untuk mencari kecocokan adalah sebagai

berikut:

1. Rumuskan hipotesa, yaitu :
 H_0 : kecocokan baik
 H_a : kecocokan tidak baik
2. Tentukan jumlah observasi dari jumlah kategori
 Jumlah kategori = k, jumlah pengamatan
3. Tentukan Level signifikan
4. Tentukan criteria uji, yaitu :

$$\chi^2 = \sum_{i=1}^k \frac{O_i - E_i^2}{E_i}$$

Didistribusikan dengan degree of freedom $k-1$.

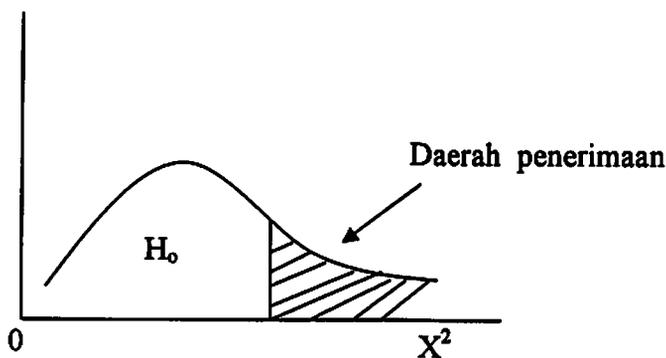
5. Tentukan daerah penolakan

Tolak H_0 terima H_a , jika :

$$\chi^2 > \chi^2_{\alpha}, df = k-1$$

Terima H_0 , tolak H_a jika

$$\chi^2 < \chi^2_{\alpha}, df = k-1$$



BAB III

OBJEK DAN METODE PENELITIAN

3.1. Objek Penelitian

Dalam penyusunan makalah Skripsi ini, penulis melakukan penelitian pada PT. PLN UPJ Cibadak dengan mengambil objek penelitian kualitas pelayanan sebagai variable X (bebas) dengan indikatornya : Keandalan (Reability), Daya Tanggap (Responsiveness), Kepastian (Assurance), Empati (Empathy), Berwujud (Tangibles). dan kepuasan pelanggan sebagai variabel Y (tidak bebas) dengan indikatornya Kinerja dan Harapan..

Penulis mengambil lokasi penelitian pada PT. PLN UPJ Cibadak yang berlokasi di jalan raya Cibadak- Sukabumi.

PT. PLN adalah perusahaan yang bergerak dibidang jasa penyedia pelayanan listrik di Indonesia, perusahaan Umum Listrik Negara merupakan perusahaan yang dikelola pemerintah untuk mengurus listrik yang menyangkut kepentingan umum dan bertujuan memenuhi kebutuhan masyarakat sesuai dengan politik ekonomi yang tertera pada UUD 1945 Pasal 33.

3.2. Metode Penelitian

3.2.1. Desain Penelitian

1. Jenis, Metode, dan Teknik Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah *verifikatif* dengan metode penelitian *explanatory survey*, yaitu metode yang

bertujuan untuk menguji hipotesis yang umumnya merupakan penelitian yang menjelaskan fenomena dalam bentuk hubungan atau variabel, sedangkan teknik penelitian yang digunakan adalah statistik kuantitatif parametrik.

2. Unit Analisis

Unit analisis merupakan tingkat agresi data yang dianalisis dalam suatu penelitian. Unit analisis berupa *Dyads* (sumber data yang diperoleh dari respon dua orang atau dua bagian), mencakup perusahaan yaitu : PT. PLN UPJ Cibadak yang bergerak dalam bidang penyediaan jasa listrik dan sumber yang diperoleh dalam penelitian dari respon dua individu atau konsumen yang ditemui dan diminta untuk mengisi kuesioner.

3.2.2. Operasionalisasi Variabel

Tabel 2
Operasionalisasi Variabel

| Variabel | Indikator | Skala |
|------------------------|---|---------|
| Kualitas Pelayanan (X) | <ul style="list-style-type: none"> • Keandalan (<i>reliability</i>) <ol style="list-style-type: none"> 1. Kemudahan proses pendaftaran jadi pelanggan baru. 2. Kemudahan proses pembayaran rekening. 3. Kemudahan dalam proses yang dijanjikan | Ordinal |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) <ol style="list-style-type: none"> 1. PLN memberikan pelayanan secara tepat. 2. PLN memberikan pelayanan yang | Ordinal |

| | | |
|------------------------|--|--|
| | <p>membuat nyaman pelanggan.</p> <p>3. PLN mempunyai kemauan memberikan pelayanan khusus kepada pelanggan.</p> | |
| | <ul style="list-style-type: none"> • Kepastian (<i>assurance</i>) <ol style="list-style-type: none"> 1. Karyawan berlaku sopan dalam memberikan pelayanan. 2. Karyawan berpenampilan rapi dan menarik. 3. Karyawan bersikap ramah kepada pelanggan. • Empati (<i>empathy</i>) <ol style="list-style-type: none"> 1. Kepekaan karyawan dalam menanggapi pengaduan. 2. Sikap karyawan terhadap pelanggan dalam melakukan tugasnya. 3. Karyawan PLN cepat tanggap dalam melayani pelanggan. • Berwujud (<i>tangible</i>) <ol style="list-style-type: none"> 1. Kebersihan, kerapihan, kenyamanan kantor PLN UPJ Cibadak. 2. Perlengkapan elektronik terutama komputer dalam menunjang pekerjaan 3. Area parkir yang sudah memadai. | <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> |
| Kepuasan Pelanggan (Y) | <ul style="list-style-type: none"> • Kinerja • Harapan | <p>Ordinal</p> <p>Ordinal</p> |

3.2.3. Metode Penarikan Sampel

Teknik pengambilan sampel bertujuan untuk menentukan batasan bagi populasi yang ingin diteliti. Metode yang digunakan yaitu *random sampling* yaitu pengambilan sampel yang digunakan adalah "*accidental convenience sampling*" yaitu teknik pengumpulan sampel secara kebetulan. Untuk menentukan jumlah responden digunakan rumus Slovia, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + (N(e))^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel

N = Ukuran sampel

e = Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan sampel yang masih ditolelir sebesar 10%.

Jumlah pelanggan PLN UPJ Cibadak yang dijadikan sampel populasi sebanyak 61.612. Jadi jumlah responden yang diteliti adalah sebanyak:

$$n = \frac{61.612}{1 + 61.612(0,1)^2}$$

$$n = \frac{61.612}{1 + 61.612(0,01)}$$

$$n = \frac{61.612}{617,12}$$

$$n = 99,83$$

Jadi jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 99,83 (100) orang.

3.2.4. Prosedur Pengumpulan Data

Dalam penyusunan skripsi ini, metode yang penulis gunakan dalam pengumpulan data yang dibutuhkan adalah sebagai berikut:

1. Data sekunder

Yaitu pengumpulan data dengan membaca buku-buku yang berhubungan dengan objek penelitian untuk memperoleh pembahasan secara teoritis yang digunakan sebagai pedoman dalam menganalisis permasalahan yang ada.

2. Data primer

Yaitu penelitian yang dilakukan dengan cara melakukan penelitian langsung untuk memperoleh data. Adapun teknik yang digunakan adalah sebagai berikut:

a. Wawancara

Adalah kegiatan pengumpulan data melalui dialog langsung dengan pihak perusahaan maupun pelanggan.

b. Angket

Adalah kegiatan pengumpulan data, dengan mengajukan daftar pertanyaan tertulis atau kuesioner kepada responden, untuk mendapatkan respon atau jawaban tertulis dalam hal ini pelanggan PT. PLN UPJ Cibadak.

3.2.5. Metode Analisis

Untuk meneliti adanya pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pelanggan pada PT. PLN UPJ Cibadak, maka penulis menggunakan analisis data dengan mengelompokkan data

sesuai dengan variabel dari seluruh responden, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan menggunakan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah digunakan.

Untuk tingkat kualitas pelayanan diberikan penilaian dengan bobot antara lain:

1. Jawaban sangat penting diberi bobot nilai (5)
2. Jawaban penting diberi bobot nilai (4)
3. Jawaban cukup penting diberi bobot nilai (3)
4. Jawaban kurang penting diberi bobot nilai (2)
5. Jawaban tidak penting diberi bobot nilai (1)

Untuk tingkat kepuasan konsumen diberikan penilaian dengan bobot nilai antara lain:

1. Jawaban sangat baik diberi bobot nilai (5)
2. Jawaban baik diberi bobot nilai (4)
3. Jawaban cukup baik diberi bobot nilai (3)
4. Jawaban kurang baik diberi bobot nilai (2)
5. Jawaban tidak baik diberi bobot nilai (1)

Statistik kuadrat Chi Square dapat digunakan untuk menguji hipotesa tentang distribusi dari ukuran atau variabel-variabel penelitian tersebut.

Uji kuadrat Chi Square, secara umum digunakan dalam penelitian untuk mencari kecocokan ataupun menguji ketidakadaan hubungan antara beberapa populasi.

Kriteria uji kuadrat *Chi Square* adalah statistik *Chi Square*, yaitu:

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{O_i - E_i^2}{E_i}$$

yang didistribusikan dengan *degree of freedom* $k = 1$.

Jika *degree of freedom* adalah 1, maka statistik kuadrat Chi adalah:

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{(O_i - E_i - 1/2)^2}{E_i}$$

Dimana:

O_i = Frekuensi yang diamati, kategori ke-i

E_i = Frekuensi yang diharapkan dari variabel ke-i

k = Jumlah kategori

Prosedur dari uji X^2 untuk mencari kecocokan adalah sebagai berikut:

1. Rumuskan hipotesa, yaitu:

H_0 : Kecocokan baik

H_a : Kecocokan tidak baik

2. Tentukan jumlah observasi dari jumlah kategori

Jumlah kategori = k , jumlah pengamatan

3. Tentukan level signifikan

4. Tentukan kriteria uji, yaitu:

$$X^2 = \sum_{i=1}^k \frac{O_i - E_i^2}{E_i}$$

Distribusikan dengan *degree of freedom* $k = 1$

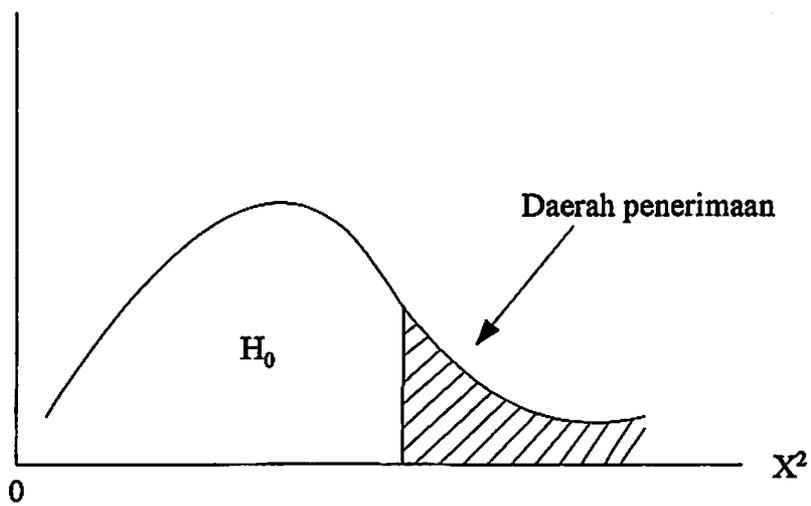
5. Tentukan daerah penolakan

Tolak H_0 , terima H_a , jika:

$$X^2 > X^2, df = k - 1$$

Terima H_0 , tolak H_a , jika:

$$X^2 \leq X^2, df = k - 1$$



BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Hasil Penelitian

4.1.1. Sejarah Singkat Berdirinya PT. PLN (Persero) UPJ Cibadak dan Perkembangannya

Sejak masa penjajahan Belanda sampai awal tahun 1942, di Indonesia milik pemerintah, daerah otonom (Gemente) atau gabungan keduanya. Di Jawa Barat, khususnya Bandung perusahaan pengelola serta penyedia tenaga listrik bagi kepentingan umum itu adalah *Bandoengsche Electriciteit Maatschappij* (BEM) yang berdiri tahun 1905. Pada tanggal 1 Januari 1902, Perusahaan Perseroan *Gemeenschpplijk Electriciteit Bedrif Voor Bandoeng* (GEBEO) menagantikan BEM. Penggantian ini dikukuhkan dengan akte pendirian Notaris Mr. Andriaan Hendrik Van Ophusien- Nomor 213 tanggal 31 Desember 1919. Pada masa pendudukan jepang antara 1942-1945, pendistribusian tenaga listrik dilaksanakan oleh *Djawa Denki Sha Bandoeng Shi Sha*, dengan wilayah wilayah kerja di seluruh Pulau Jawa.

Setelah Proklamasi Kemerdekaan RI, Indonesia mengalami periode perjuangan fisik sampai tiba saat penyerahan kedaulatan RI dari pemerintahan Hindia Belanda. Tahun 1959 merupakan awal penguasaan perlistrikan di seluruh Indonesia oleh Pemerintah

Republik Indonesia, dengan dimulainya nasionalisasi perusahaan asing di Indonesia.

Pada 27 Desember 1957, GEBEO diambil alih oleh pemerintah RI dan dikukuhkan oleh dengan Peraturan Pemerintah Nomor 86 Tahun 1958 jo Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 1959 tentang *Penentuan Perusahaan Listrik dan Gas Milik Belanda*. Tahun 1961, berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 67 dibentuk Badan Pimpinan Umum Perusahaan Listrik Negara (BPU-PLN) sebagai wadah Pimpinan PLN. PLN Bandung pun diganti dengan nama PLN Exploitasi XI sebagai kesatuan BPU-PLN di Jawa Barat, di luar DKI Jaya dan Tangerang.

Tahun 1972, Pemerintah mengeluarkan Peraturan Pemerintah Nomor 18 Tahun 1972 tentang Perusahaan Umum Listrik Negara, yang menyebutkan bahwa status PLN menjadi Perusahaan Umum Listrik Negara. Kemudian, mengacu pada Peraturan Menteri PUTL NOMOR 013/PRT/1957 tanggal 8 September 1957 tentang *Organisasi dan Tata Perusahaan Umum Listrik Negara*, maka PLN mengadakan reorganisasi menyangkut nama, tugas dan wilayah kerja daerah. Berdasarkan pengumuman PLN Exploitasi XI diubah nama menjadi Perusahaan Umum Listrik Negara Distribusi Jawa Barat.

Dengan adanya Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 23 Tahun 1994 tanggal 16 Juni 1994, bentuk Perusahaan Umum Listrik Negara Distribusi Jawa Barat lagi menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) dengan sebutan PT. PLN (Persero) Distribusi

Jawa Barat sejak tanggal 30 Juli 1994, sesuai akte pendirian. Selanjutnya sesuai Keputusan Direksi PT. PLN (Persero) Nomor 28.K/010/DIR/2002 tanggal 20 Februari 2001, PT. PLN (Persero) Unit Bisnis Distribusi Jawa Barat.

Kemudian, melalui Keputusan PT. PLN (Persero) Nomor: 120.K/010/DIR/2002 tanggal 27 Agustus 2002, PT. PLN (Persero) Unit Bisnis Distribusi Jawa Barat berubah menjadi **PT. PLN (Persero) DISTRIBUSI JAWA BARAT DAN BANTEN** hingga saat ini.

Kantor PT. PLN Unit Pelayanan Cibadak yang terletak di jalan Raya Karang Tengah – Cibadak Sukabumi dibangun tahun 1990 dan diresmikan oleh Dirut PT. PLN yang merupakan cabang dari PT. PLN Distribusi Jawa Barat.

Pada saat ini PT. PLN Cibadak Sukabumi memiliki orang karyawan yang terdiri dari laki-laki dan perempuan dan beberapa tugas kebersihan. Pendidikan terakhir karyawan tersebut adalah SLTP, SMU, SMK, Diploma hingga perguruan tinggi. Berikut ini merupakan data karyawan PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi.

Tabel 3

Data Karyawan PT. PLN (persero)

Unit Pelayanan Cibadak Sukabumi

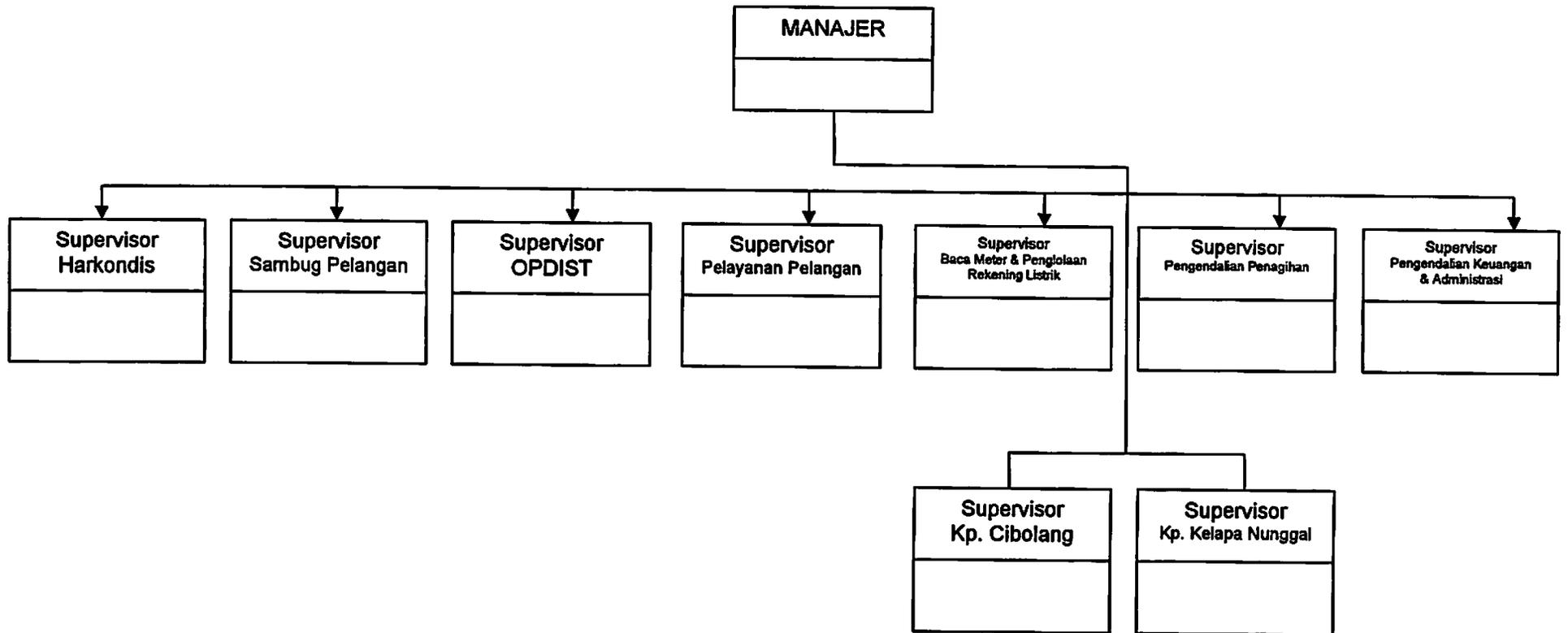
| NO | Jabatan | Pendidikan | Pria | Wanita | Jumlah |
|--------|--------------------|------------|------|--------|--------|
| 1 | Manager | S1 | 1 | 0 | 1 |
| 2 | Supervisor | D3-S1 | 13 | 1 | 14 |
| 3 | Petugas kebersihan | SD-SLTP | 2 | 2 | 4 |
| Jumlah | | | 16 | 3 | 19 |

Sumber : PT. PLN UPJ Cibadak

Unit Pelayanan Cibadak berada di bawah naungan PT. PLN distribusi Jawa Barat dan Banten-Area Pelayanan Sukabumi, yang melayani pelanggan dengan berbagai tariff (S, R, B, I, dan P) sebanyak, dengan luas wilayah kerja seluas yang meliputi 4 kecamatan.

4.1.2. Struktur Organisasi

Pada umumnya suatu organisasi dapat berjalan secara teratur sehingga tujuan dapat tercapai dengan menyusun uraian tugas dan jabatan agar setiap memegang jabatan dalam organisasi tersebut mempunyai pedoman dalam melaksanakan tugas, wewenang dan tanggung jawab serta hubungan kordinasi antara organisasi yang satu dengan yang lainnya. Struktur organisasi merupakan suatu wadah bagi segenap kegiatan dari keseluruhan orang yang menunjukan gambaran dan keterangan yng pasti tentang wewenang dan fungsi maupun tanggung jawab pada posisi pada organisasi.



Sumber : PT. PLN UPJ Cibadak 2010

**Gambar
Struktur Organisasi
PT. PLN UPJ Cileungsi**

Berikut ini adalah susunan struktur organisasi dan uraian kerja pada PT. PLN (Persero) UPJ Cibadak.

Adapun tugas-tugas yang berkaitan dengan setiap kegiatan sesuai dengan struktur organisasi pada Gambar 1 adalah sebagai berikut:

1. Manajer

Tugas dan fungsi pokok: bertanggung jawab atas pengelolaan, penyelenggaraan dan pengendalian proses pelayanan pada pelanggan dengan melakukan upaya pengelolaan yang efektif sehingga mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.

2. Supervisor Sambung Pelanggan

Tugas dan fungsi pokok: bertanggung jawab untuk melayani permintaan Listrik atas permintaan pelanggan.

3. Supervisor Distribusi

Tugas dan fungsi pokok: melaksanakan tugas-tugas yang berkaitan dengan kegiatan pemasaran dan pendistribusian Listrik kepada pelanggan.

4. Supervisor Pelayanan Pelanggan

Tugas dan fungsi pokok: melaksanakan tugas yang berkaitan dengan pelayanan pelanggan.

5. Supervisor Baca Meter dan Pengelolaan Rekening Listrik

Tugas dan fungsi pokok: bertanggung jawab pembacaan stand meter yang menentukan besarnya rekening listrik apabila terjadi pembacaan meteran.

6. Supervisor Pengendalian Penagihan

Tugas dan fungsi pokok: bertanggung jawab atas pengelolaan keuangan yang berasal dari tagihan dengan melakukan aktivitas pengelolaan pembendaharaan.

7. Supervisor Pengendalian Keuangan dan Administrasi

Tugas dan fungsi pokok: bertanggung jawab atas pengelolaan manajemen keuangan dan administrasi dengan melakukan aktivitas pengelolaan perbendaharaan, anggaran dan akuntansi.

4.1.3. Kegiatan PT. PLN UPJ Cibadak

Jenis-jenis kegiatan PT. PLN UPJ Cibadak yang sudah beroperasi sampai saat ini dan adalah sebagai berikut:

1. Pasang Baru

Jasa pasang baru adalah jasa yang banyak diminati oleh pelanggan baru yang memerlukan jasa listrik untuk keperluan yang berbeda-beda sesuai dengan kebutuhan pelanggan. Prosedur yang harus dilakukan oleh pelanggan baru adalah dengan mengisi formulir pendaftaran pasang baru yang tersedia di kantor PT. PLN Unit pelayanan Cibadak Bogor.

2. Tambah Baru

Jasa ini pelanggan apabila ingin menambah daya listriknya karena kebutuhan yang bertambah. Jasa ini biasanya banyak diminati oleh pelanggan yang melakukan usaha karena tuntutan teknologi yang banyak menggunakan daya listrik. Caranya adalah dengan mengajukan permohonan tambah daya dan mengisi formulir form

yang telah tersedia di kantor PT PLN Unit Pelayanan Cibadak Sukabumi.

3. Turun Daya

Jasa ini digunakan apabila seseorang pelanggan ingin mengurangi daya listriknya, karena jika ada seorang pelanggan yang membuka usaha, kemudian menutup usahanya dan mengurangi daya listriknya. Caranya adalah dengan mengajukan permohonan penurunan daya listrik dan mengisi form yang telah tersedia di kantor PT. PLN Unit Pelayanan Cibadak Sukabumi.

4. Penambahan Daya Teknik

Penambahan daya listrik ini adalah penambahan jumlah pelanggan pengguna jasa listrik yang dilakukan oleh PT. PLN (Persero). Caranya dengan membuat gardu hubung dan gardu distribusi tambahan di area pelanggan yang memang membutuhkan penambahan daya teknik tersebut.

5. Pengaduan dan Gangguan

Memeriksa saluran listrik, dan jika masalahnya terdapat di rumah pelanggan maka petugas akan datang langsung ke rumah pelanggan tersebut untuk memperbaikinya.

6. Pembayaran Rekening Listrik

Kewajiban yang harus dilakukan oleh pelanggan karena telah menggunakan jasa listrik. Caranya adalah para pelanggan yang akan membayar tagihan listrik dapat mendatangi Koperasi Unit Desa (KUD) setempat. Jika pembayarannya melebihi tanggal 20

setiap bulan akan dikenakan denda administrasi dan pembayaran di kantor PT. PLN Unit Cibadak Sukabumi.

4.1.4. Tarif Pelanggan, Jumlah Pelanggan

4.1.4.1. Tarif Harga Pelanggan

PT. PLN (Persero) dalam menetapkan harga listriknya berdasarkan golongan tariff pelanggan PT. PLN (Persero) yaitu: rumah tangga, bisnis, industry, sosial. Penetapan harga listrik biasanya dikenal dengan tariff dasar listrik. Sesuai dengan Keputusan Menteri Energi dan Sumber Daya Mineral Nomor. 1836 K/36/MEM/2002 Tentang Ketentaun Pelaksanaan Herga Jual Tenaga Listrik Tahun 2006 yang Disediakan oleh Perusahaan Perseroan (Persero) PT. Perusahaan Listrik Negara, tariff dasar listrik tahun untuk golongan tariff di atas dapat dilihat pada tabel berikut:

TABEL 4

TDL-2010 Tarif Industri (I)

| 01 Juli 2010 s/d 30 September 2010 | | | | |
|------------------------------------|----------------------------|----------------------------|--|--------------------|
| GOL TARIF | BATAS DAYA | REGULER | | PRA BAYAR (Rp/kWh) |
| | | BIAYA BEBAN (Rp/Kva/bulan) | Biaya Pemakaian (Rp/Kwh) dan Biaya kVArh | |
| I-1/TR | 450 VA | 26.000 | Blok I : 0 s.d 30 kWh : 160 Blok II : diatas 30 kWh : 395 | 485 |
| I-1/TR | 900 VA | 31.500 | Blok I : 0 s.d 72 kWh : 315 Blok II : diatas 72 kWh : 405 | 600 |
| I-1/TR | 1.300 VA | *) | 765 | 765 |
| I-1/TR | 2.200 VA | *) | 790 | 790 |
| I-1/TR | 3.500 VA s.d 14 kVA | *) | 915 | 915 |
| I-2/TR | di atas 14 kVA s.d 200 kVA | **) | Blok WBP = Kx 800 Blok LWBP = 800 kVArh = 875****) | - |
| I-3/TR | di atas 200 kVA | **) | Blok WBP = Kx 680 Blok LWBP = 680 kVArh = 735****) | - |
| I-4/TT | 30.000 kVA Ke atas | ***) | Blok WBP dan LWBP = 605 kVArh = 605****) | |

TABEL 5

TDL-2010 Tarif Kantor (P)

| 01 Juli 2010 s/d 30 September 2010 | | | | |
|------------------------------------|-----------------------|----------------------------|--|--------------------|
| GOL TARIF | BATAS DAYA | REGULER | | PRA BAYAR (Rp/kWh) |
| | | BIAYA BEBAN (Rp/Kva/bulan) | Biaya Pemakaian (Rp/Kwh) dan Biaya kVArh | |
| P-1/TR | 450 VA | 20.000 | 575 | 685 |
| P-1/TR | 900 VA | 24.600 | 600 | 760 |
| P-1/TR | 1.300 VA | *) | 880 | 880 |
| P-1/TR | 2.200 VA s.d 5.500 VA | *) | 885 | 885 |
| P-1/TR | 6.600 VA s.d 200 kVA | **) | Blok I : H1 x 885 Blok II : H2 x 1.380 | 1.200 35 |
| P-2/TM | dias 200 kVA | ***) | Blok WBP = K x 750 Blok LWBP = 750 kVArh = 825 ****) | |
| P-3/TR | - | **) | 820 | 820 |

TABEL 6

TDL-2010 Tarif Bisnis (B)

| 01 Juli 2010 s/d 30 September 2010 | | | | |
|------------------------------------|--------------------------|-------------------------------|--|-----------------------|
| GOL TARIF | BATAS DAYA | REGULER | | PRA BAYAR (Rp/kWh) |
| | | BIAYA BEBAN (Rp/Kva/bulan) | Biaya Pemakaian (Rp/Kwh) dan Biaya kVArh) | |
| B-1/TR | 450 VA | 23.500 | Blok I : 0 s.d 30 kWh : 254 Blok II : diatas 30 kWh : 420 | 535 |
| B-1/TR | 900 VA | 26.500 | Blok I : 0 s.d 180 kWh : 420 Blok II : diatas 180 kWh : 465 | 630 |
| B-1/TR | 1.300 VA | *) | 795 | 795 |
| B-1/TR | 2.200 VA s.d 5.500 VA | *) | 905 | 905 |
| B-2/TR | 6.600 VA s.d 200 kVA | **) | Blok I : H1 x 900 Blok II : H2 x 1.380 | 1.100 |
| B- 3/TM | Diatas 200 kVA | ***) | Blok WBP = K x 800 Blok LWBP = 800 kVArh = 905 ****) | - |

TABEL 7

TDL-2006 Tarif Rumah Tangga (R)

| 01 Juli 2010 s/d 30 September 2010 | | | | |
|------------------------------------|--------------------------|-------------------------------|--|-----------------------|
| GOL TARIF | BATAS DAYA | REGULER | | PRA BAYAR (Rp/kWh) |
| | | BIAYA BEBAN (Rp/Kva/bulan) | Biaya Pemakaian (Rp/Kwh) dan Biaya kVArh) | |
| R-1/TR | 450 VA | 11.000 | Blok I : 0 s.d 30 kWh : 169 Blok II : diatas 30 kWh s.d 60 kWh : 360 Blok III : diatas 60 kWh : 495 | 410 |
| R-1/TR | 900 VA | 20.000 | Blok I : 0 s.d 20 kWh : 275 Blok II : diatas 20 kWh s.d 60 kWh : 445 Blok III : diatas 60 kWh : 495 | 600 |
| R-1/TR | 1.300 VA | *) | 790 | 790 |
| R-1/TR | 2.200 VA s.d 5.500 VA | *) | 795 | 795 |
| R-2/TR | 3.500 VA s.d 5.500 VA | *) | 890 | 890 |
| R-3/TR | 6.600 VA Keatas | **) | Blok I : H1 x 890 Blok II : H2 x 1.380 | 1.380 |

TABEL 8

TDL-2010 Tarif C/T/M

| 01 Juli 2010 s/d 30 September 2010 | | | | |
|------------------------------------|-------------------|-------------------------------|--|-----------------------|
| GOL TARIF | BATAS DAYA | REGULER | | PRA BAYAR (Rp/kWh) |
| | | BIAYA BEBAN (Rp/Kva/bulan) | Biaya Pemakaian (Rp/Kwh) dan Biaya kVArh) | |
| T/TM | Diatas 20 kVA | 25.000 *) | Blok WBP = $K \times 390$ Blok LWBP = 390 kVArh = 665**) | |
| C/TM | Diatas 200 kVA | 30.000 | Blok WBP = $K \times 445$ Blok LWBP = 445 kVArh = 595**) | |
| L/TR, TM, TT | | | 1.450 *) | |
| | | | | |
| | | | | |
| | | | | |

Berdasarkan tabel diatas, dapat dilihat bahwa biaya beban terkecil adalah tarif rumah tangga (R) dengan harga Rp.11.000/KVA/bulan. Dan biaya beban terbesar adalah tarif industry (I) dengan harga 26.000/KVA/bulan

4.1.4.2. Jumlah Pelanggan PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan

Cibadak Sukabumi

Pelanggan listrik PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Cibadak Sukabumi dibagi dalam dan golongan atau tarif. Jumlah pelanggan dan jumlah VA pada bulan Desember tahun 2010

Dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 9

Data Pelanggan Per Tarif Tahun 2010

| No | Gol/Tarif | Jumlah Pelanggan | Jumlah VA |
|--------------|-----------|------------------|-------------------|
| 1 | S2 | 2.440 | 2.326.100 |
| 2 | R1 | 56.832 | 50.709.450 |
| 3 | R2 | 97 | 379.400 |
| 4 | R3 | 7 | 135.600 |
| 5 | B1 | 1.611 | 2.343.950 |
| 6 | B2 | 312 | 5.372.900 |
| 7 | B3 | 1 | 240.000 |
| 8 | I1 | 14 | 129.300 |
| 9 | I2 | 48 | 5.118.000 |
| 10 | I3 | 24 | 17.924.000 |
| 11 | P1 | 79 | 356.400 |
| 12 | P3 | 147 | 149.280 |
| TOTAL | | 61.612 | 85.184.300 |

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa golongan tariff pelanggan PLN terbesar RI dengan jumlah pelanggan 76.991 dan golongan tariff pelanggan PLN terkecil adalah B3 dengan jumlah pelanggan 1.

4.1.4.3. Profil Perponden

Untuk mendapatkan data yang diperlukan dalam penyusunan skripsi ini, penulis melakukan penyebaran kuesioner kepada pelanggan PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi.

Penelitian ini dilakukan dengan cara pengambilan sampel tidak berpeluang dengan metode “accidental sampling” yaitu menentukan sampel secara kebetulan, dimana responden yang diambil adalah orang yang kebetulan dijumpai oleh peneliti di sekitar PT. PLN Cibadak dan merupakan pelanggan PT. PLN UPJ Cibadak.

Berikut ini karakteristik responden PT. PLN Cibadak yang menjadi responden dalam penelitian.

1. Jenis Kelamin Responden

Tabel 10

Jenis Kelamin Responden

| Jenis Kelamin | Jumlah | Frekuensi |
|---------------|------------|-------------|
| Laki-laki | 63 | 63% |
| Perempuan | 37 | 37% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: Data diolah 2010

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa dari 100 orang responden, 63 orang (63%) adalah laki-laki 37 orang (37%) adalah perempuan.

2. Usia Responden

Dilihat dari segi usia, gambaran responden dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 11

Usia Responden

| Usia Responden | Jumlah | Frekuensi |
|----------------|------------|-------------|
| <25 Tahun | 4 | 4% |
| 26-30 Tahun | 12 | 12% |
| 31-35 Tahun | 36 | 36% |
| 36-40 Tahun | 38 | 38% |
| >40 Tahun | 10 | 10% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber: Data diolah, 2010

5. Tujuan Datang ke PLN

Tujuan datang ke PLN dapat dilihat dari tabel berikut:

Tabel 14

Tujuan Responden

| Tujuan Responden | Jumlah | Frekuensi |
|-------------------|------------|-------------|
| Membayar rekening | 75 | 75% |
| Pemasangan baru | 6 | 6% |
| Penambahan daya | 13 | 13% |
| Pengaduan/keluhan | 6 | 6% |
| Total | 100 | 100% |

Sumber : Data diolah 2010

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa 75 orang (75%) datang ke PLN untuk membayar rekening, 6 orang (6%) akan melakukan pemasangan baru, 13 (13%) untuk penambahan daya, dan 6 orang (6%) sisanya datang untuk mengajukan keluhan.

4.2. Pembahasan

4.2.1. Pelayanan pada PT. PLN UPJ Cibadak Dilihat dari Segi Kualitas

Didalam suatu perusahaan jasa, pelayanan merupakan kunci dari . kesuksesan. Kualitas pelayanan adalah tingkat dimana pelayanan yang diberikankan bisa sesuai dengan harapan pelanggan atau tingkat dimana personil jasa-jasa benar-benar memahami apa yang diharapkan oleh pelanggan serta bisa memahami harapan dan keinginan pelanggan.

Adapun jenis-jenis pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN yaitu pemasangan baru, tambah daya, pengaduan/keluhan, dan pembayaran rekening. Untuk mengetahui sejauh mana pelayanan yang telah diberikan oleh PT. PLN Cibadak sebagai upaya untuk mencapai kepuasan pelanggan dapat di lihat melalui beberapa criteria, diantaranya;

1. Keandalan

PT. PLN Cibadak berusaha untuk menampilkan pelayanan yang ijanjikannya secara akurat untuk memenuhi hal tersebut PLN UPJ Cibadak berusaha memberikan kemudahan kepada pelanggan dalam mendapatkan pelayanan.

PT. PLN UPJ Cibadak telah berusaha mempermudah pendaftaran menjadi calon pelanggan. Kini pelanggan tidak lagi sulit dengan prosedur yang berbelat-belit. Calon pelanggan cukup datang ke kantor PLN UPJ Cibadak dan mengisi formulir pendaftaran permintaan pemasangan aliran listrik. Setelah di isi dengan lengkap formulir dikembalikan kepada petugas dan calon pelanggan cukup menunggu 1-2 hari kemudian permintaanya ditindak lanjuti. Begitu pula untuk prosedur permintaan tambah daya, pelanggan datang ke PLN UPJ Cibadak dan mengisi formulir yang telah disediakan, setelah di isi dan kemudian dikembalikan pelanggan cukup menunggu 1-2 hari untuk kemudian permintaanya dipenuhi.

Selain kemudahan dalam proses pendaftaran, kini PLN UPJ Cibadak telah bekerja sama dengan KUD dan kantor desa setempat untuk memberikan pelayanan pembayaran rekening. Hal ini dimaksud supaya tidak terjadi antrian yang terlalu panjang, maka tempat pembayaran rekening telah tersebar sehingga ke pelosok desa sehingga proses pembayaran akun berlangsung lebih cepat dan efektif.

PT. PLN Cibadak selalu berusaha memberikan pelayanan sesuai dengan yang telah di janjikannya dengan menampilkan berbagai kemudahan baik dari segi prosedur maupun pelayanan.

2. Daya Tanggap

PT. PLN Cibadak selalu berusaha membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat sesuai dengan yang diinginkan pelanggan.

Para petugas PLN UPJ Cibadak selalu datang tepat waktu, jika mereka sudah berjanji untuk memperbaiki kerusakan, para petugas juga selalu siap siaga membantu pelanggan dalam menyesuaikan segala permasalahan yang terkait dengan aliran listrik, misalnya: saat terjadi arus pendek atau konseleting para petugas akan siap membantu untuk memperbaiki, atau jika terjadi masalah-masalah lain yang berhubungan dengan kelistirikan.

3. Kepastian

PT. PLN UPJ Cibadak sangat memperhatikan sikap petugas terhadap pelanggan, karena PT. PLN Cibadak menganggap bahwa pelanggan adalah raja, maka petugas harus bersikap menyenangkan dalam menghadapi pelanggan.

Untuk melatih sikap petugas dalam melayani pelanggan yang mempunyai karakter berbeda-beda, maka setiap satu minggu sekali tepatnya hari sening seluruh staf PT. PLN UPJ Cibadak melakukan apel pagi untuk membahas masalah yang terjadi di PT. PLN Cibadak terutama yang berhubungan dengan pelanggan.

Petugas diberikan masukan-masukan untuk menghadapi pelanggan, dan dianjurkan untuk selalu bersikap ramah dan selalu sopan, serta selalu berpenampilan rapi dan menarik. Petugas dilarang memakai sandal dan kaos jika sedang berada di lingkungan kantor dan sedang melakukan tugasnya, petugas tidak juga diperbolehkan merokok jika sedang melayani pelanggan. Hal tersebut dimaksudkan untuk dapat menarik simpati dari pelanggan.

4. Empati

Sebagai perusahaan jasa PT. PLN UPJ Cibadak sangat mengutamakan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Namun apa yang telah diberikan oleh PT. PLN UPJ Cibadak masih belum sempurna.

Untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan PT. PLN UPJ Cibadak selalu bersikap peka menghadapi pelanggan. Para petugas selalu didorong cepat tanggap dalam melayani pelanggan, selain untuk kepuasan pelanggan hal tersebut jugadimaksudkan supaya pekerjaan tidak menumpuk. Petugas PLN Cibadak selalu berusaha untuk langsung menindak lanjuti setiap ada laporan pengaduan yang baik pengaduan kerusakan maupun pengaduan terhadap pelayanan. Petugas juga harus bersikap sabar dalam melayani pelanggan dan harus menguasai ilmu tentang kelistrikan jika berhadapan dengan pelanggan yang sedang berkonsultasi. Jika ada pelanggan yang merasa tridak puas atau merasa di rugikan pelanggan bisa langsung dating ke kantor PT. PLN UPJ Cibadak untuk melaporkan segera petugas akan melayani dan memperbaiki.

5. Berwujud

Fasilitas yang lengkap dan peralatan yang modern merupakan salah satu factor pendorong pekerjaan, Hal tersebut disadari sepenuhnya oleh PT. PLN Cibadak untuk dapat memberikan kenyamanan dan kepuasan kepada pelanggan, kini kantor PT. PLN UPJ Cibadak sedang memperluas bangunan kantor dan memperbaiki serta mengganti peralatan yang sudah tidak layak pakai. PT. PLN UPJ Cibadak sedang mengusahakan penambahan unit computer juga mobil operasional guna

mempermudah pekerjaan, dan supaya mempermudah pekerjaan dan supaya pelanggan tidak harus menunggu lama untuk dilayani karena fasilitas dan peralatan yang dimiliki memadai.

Jadi Pelayanan yang telah diberikan PT. PLN UPJ Cibadak Sukabumi telah menunjukkan hasil yang memuaskan dengan variable-variabel yang telah di amati.

4.2.2. Kepuasan Pelanggan Listrik pada PT. PLN UPJ Cibadak

Kepuasan pelanggan merupakan ukuran keberhasilan strategi pemasaran perusahaan dalam memasarkan produknya atau jasa.

Salah satu factor terpenting yang dapat mempengaruhi kepuasan konsumen adalah kesesuaian antara harapan dan kinerja/ kenyataan yang ada, dan juga dipengaruhi oleh kualitas jasa.

Faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terdiri atas:

1. Nilai: didefinisikan sebagai pengajian secara menyeluruh manfaat dari hasil atribut produk yang ada di dalamnya.
2. Persepsi konsumen: suatu proses dimana individu memilih, mengorganisasikan, dan mengartikan stimulasi yang diterimanya.

Dengan kata lain persepsi konsumen adalah tanggapan mengenai baik buruk sebuah produk setelah pemakaian.

Untuk mengukur factor-faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap tingkat kinerja dapat digunakan unsur-unsur yang

terdapat dalam kualitas pelayanan. Sebagai acuan digunakan skala penentu dengan bobot sebagai berikut:

1. Tingkat kinerja dari kualitas pelayanan diberikan penilaian dengan bobot antara lain sangat puas (5), puas (4), kurang puas (3), kurang puas (2), tidak puas (1).
2. Tingkat harapan konsumen diberikan penilaian dengan bobot antara lain sangat baik (5), baik (4), cukup baik (3), kurang baik (2), tidak baik (1).

4.2.3. Penilaian Konsumen Berdasarkan Tingkat Kinerja dan Harapan

Tabel 15
Penilaian terhadap Dimensi Keandalan

| No | Keandalan | | | | | |
|-----------|---|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|
| A. | Tingkat Kinerja | SP | P | CP | KP | TP |
| | 1. Kemudahan proses pendaftaran jadi pelanggan baru | 60 | 34 | 4 | 2 | 2 |
| | 2. Kemudahan proses pembayaran rekening | 60 | 34 | 2 | 2 | 2 |
| | 3. Kemudahan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan | 50 | 40 | 4 | 4 | 2 |
| | Tingkat Harapan | SP | P | CP | KP | TP |
| | 1. Kemudahan proses pendaftaran jadi pelanggan baru | 37 | 55 | 7 | - | 1 |
| | 2. Kemudahan proses pembayaran rekening | 20 | 40 | 30 | 7 | 3 |
| | 3. Kemudahan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan | 12 | 27 | 56 | 3 | 2 |

Sumber: Data di olah 2010

Tabel 16
Penilaian terhadap Dimensi Daya Tanggap

| No | Daya Tanggap | | | | | | |
|-----------|------------------------|--|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|
| B. | Tingkat Kinerja | | SP | P | CP | KP | TP |
| | 1. | PLN memberikan pelayanan secara tepat | 50 | 30 | 10 | 6 | 4 |
| | 2. | PLN memberikan pelayanan yang membuat nyaman pelanggan | 60 | 27 | 9 | 4 | - |
| | 3. | PLN mempunyai kemauan memberikan pelayanan khusus kepada pelanggan | 44 | 44 | 4 | 4 | 4 |
| | Tingkat Harapan | | SP | P | CP | KP | TP |
| | 1. | PLN memberikan pelayanan secara tepat | 36 | 40 | 16 | 4 | 4 |
| | 2. | PLN memberikan pelayanan yang membuat nyaman pelanggan | 18 | 36 | 40 | 4 | 2 |
| | 3. | PLN mempunyai kemauan memberikan pelayanan khusus kepada pelanggan | 24 | 30 | 40 | 4 | 2 |

Sumber: Data di olah 2010

Tabel 17
Penilaian terhadap Dimensi Kepastian

| No | Kepastian | | | | | | |
|-----------|------------------------|---|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|
| C. | Tingkat Kinerja | | SP | P | CP | KP | TP |
| | 1. | Karyawan berlaku sopan dalam memberikan pelayanan | 50 | 30 | 10 | 6 | 4 |
| | 2. | Karyawan berpenampilan rapih dan menarik | 60 | 27 | 9 | 4 | - |
| | 3. | Karyawan bersikap ramah kepada pelanggan | 44 | 44 | 4 | 4 | 4 |
| | Tingkat Harapan | | SP | P | CP | KP | TP |
| | 1. | Karyawan berlaku sopan dalam memberikan pelayanan | 36 | 44 | 12 | 4 | 4 |
| | 2. | Karyawan berpenampilan rapih dan menarik | 56 | 28 | 10 | 4 | 2 |
| | 3. | Karyawan bersikap ramah kepada pelanggan | 40 | 38 | 18 | 2 | 2 |

Sumber: Data diolah 2010

Tabel 18
Penilaian terhadap Dimensi Empati

| No | Empati | | | | | | |
|-----------|------------------------|--|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|
| D. | Tingkat Kinerja | | SP | P | CP | KP | TP |
| | 1. | Kepekaan karyawan dalam menanggapi pengaduan | 50 | 30 | 10 | 6 | 4 |
| | 2. | Sikap karyawan terhadap pelanggan dalam melakukan tugasnya | 60 | 27 | 9 | 4 | - |
| | 3. | Karyawan PLN cepat tanggap dalam melayani pelanggan | 44 | 44 | 4 | 4 | 4 |
| | Tingkat Harapan | | SP | P | CP | KP | TP |
| | 1. | Kepekaan karyawan dalam menanggapi pengaduan | 52 | 40 | 4 | 2 | 2 |
| | 2. | Sikap karyawan terhadap pelanggan dalam melakukan tugasnya | 40 | 48 | 8 | 2 | 2 |
| | 3. | Karyawan PLN cepat tanggap dalam melayani pelanggan | 50 | 30 | 10 | 4 | 6 |

Sumber; Data diolah

Tabel 19
Penilaian terhadap Dimensi Berwujud

| No | Berwujud | | | | | | |
|-----------|------------------------|--|-----------|----------|-----------|-----------|-----------|
| E. | Tingkat Kinerja | | SP | P | CP | KP | TP |
| | 1. | Kebersihan, kerapihan, dan kenyamanan kantor PLN UPJ Cibadak | 50 | 30 | 10 | 6 | 4 |
| | 2. | Kelengkapan elektronik terutama computer dalam menunjang pekerjaan | 60 | 17 | 9 | 4 | - |
| | 3. | Area parker yang sudah memadai | 44 | 44 | 4 | 4 | 4 |
| | Tingkat Harapan | | SP | P | CP | KP | TP |
| | 1. | Kebersihan, kerapihan, dan kenyamanan kantor PLN UPJ Cibadak | 70 | 20 | 4 | 4 | 2 |
| | 2. | Kelengkapan elektronik terutama computer dalam menunjang pekerjaan | 64 | 26 | 6 | 2 | 2 |
| | 3. | Area parkir yang sudah memadai | 32 | 21 | 28 | 13 | 6 |

Sumber: Data diolah

4.2.4. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Tingkat Kepuasan Pelanggan Listrik pada PT. PLN UPJ Cibadak

Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan konsumen dapat dilihat pada tabel perhitungan di bawah ini.

Tabel 20
Frekuensi Tingkat Kinerja Dimensi Kualitas Pelayanan pada PT. PLN UPJ Cibadak

| No | Dimensi Pelayanan (keandalan) | SP | P | CP | KP | TP | Jml |
|----|--|-----------------|-----------------|---------------|-------------|-------------|-------------|
| 1. | Kemudahan proses Pendaftaran jadi pelanggan Baru | 300 (285,89) | 128 (142,61) | 12 (10,09) | 4 (5,38) | 2 (2,01) | 446 |
| 2. | Kemudahan proses Pembayaran rekening | 300 (287,17) | 136 (143,25) | 6 (10,13) | 4 (5,40) | 2 (2,02) | 448 |
| 3. | Kemudahan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan | 250 (276,92) | 160 (138,13) | 12 (9,77) | 8 (5,21) | 2 (1,95) | 432 |
| | Jumlah | 850 | 424 | 30 | 16 | 6 | 1326 |

Sumber: Data diolah 2010

Tabel 21
Hasil Penelitian Dimensi Kuallitas Pelayanan
Pada PT. PLN UPJ Cibadak

| Skor (1) | Kemudahan proses pendaftaran jadi pelanggan baru (2) | Jumlah Nilai (2x1) | Kemudahan Dalam proses pembayaran rekening | Jumlah Nilai (3X1) | Kemudahan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan | Jumlah Nilai (4x1) |
|------------------|--|--------------------|--|--------------------|--|--------------------|
| 5 | 60 | 300 | 60 | 300 | 50 | 250 |
| 4 | 32 | 128 | 34 | 136 | 40 | 160 |
| 3 | 4 | 12 | 2 | 6 | 4 | 12 |
| 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 8 |
| 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Jml | 100 | 446 | 100 | 448 | 100 | 432 |
| Rata Rata | 446/100 | 4,46 | 448/100 | 4,48 | 423/100 | 4,32 |

Sumber: Data diolah 2010

Analisa koefisien korelasi berdasarkan tingkat kinerja kualitas pelayanan pada PT. PLN UPJ Cibadak:

$$\begin{aligned}
 X^2 &= \left(\frac{60 - 285,89}{285,89}\right)^2 + \left(\frac{32 - 142,61}{142,61}\right)^2 + \left(\frac{4 - 10,09}{10,09}\right)^2 + \left(\frac{2 - 5,38}{5,38}\right)^2 \\
 &+ \left(\frac{2 - 2,01}{2,01}\right)^2 + \left(\frac{60 - 287,17}{287,17}\right)^2 + \left(\frac{34 - 143,25}{143,25}\right)^2 + \left(\frac{2 - 10,13}{10,13}\right)^2 + \\
 &\left(\frac{2 - 5,40}{5,40}\right)^2 + \left(\frac{2 - 2,02}{2,02}\right)^2 + \left(\frac{50 - 276,92}{276,92}\right)^2 + \left(\frac{40 - 138,13}{138,13}\right)^2 \\
 &\quad + \left(\frac{2 - 1,95}{1,95}\right)^2 + \left(\frac{4 - 5,21}{5,21}\right)^2 \\
 &= 178,48 + 85,79 + 3,67 + 2,12 + 0,0000497 + 179,25 + 83,31 + 6,52 + \\
 &2,14 + \\
 &0,000198 + 185,94 + 67,71 + 3,40 + 0,28 + 0,00128 \\
 &= 798,61
 \end{aligned}$$

$$C_c = \sqrt{\frac{798,61}{100+798,61}}$$

$$= 0,942 \rightarrow 94,2\%$$

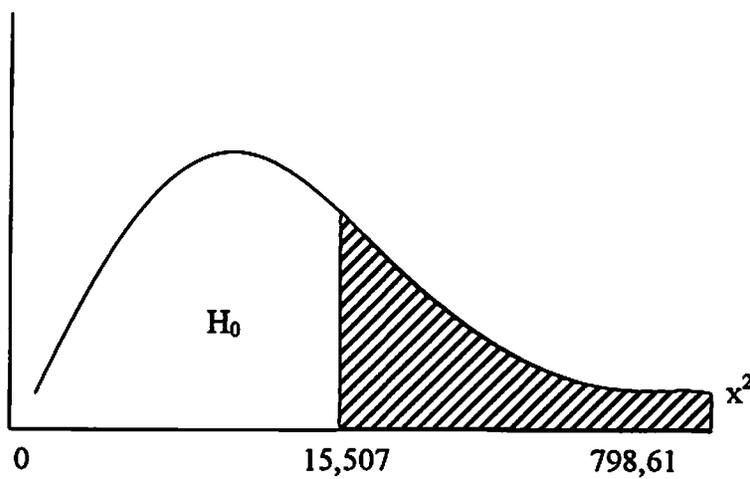
$$\alpha = 0,05$$

$$df = (k - 1)(h - 1)$$

$$= (5 - 1)(3 - 1)$$

$$= 8$$

$$X^2 = 15,507$$



Dari hasil analisa tingkat kinerja dimensi pelayanan (keandalan) yang diperoleh ternyata X^2 hitung $>$ X^2 tabel (798,61 $>$ 15,507), maka terdapat peranan antara tingkat kinerja dimensi pelayanan (keandalan) dengan kepuasan konsumen.

Tabel 22
Frekuensi Tingkat Harapan Kualitas Pelayanan
Pada PT. PLN UPJ Cibadak

| No | Dimensi Pelayanan (Keandalan) | SP | P | CP | KP | TP | Jml |
|----|--|-----------------|-----------------|----------------|--------------|-------------|-------------|
| 1. | Kemudahan proses pendaftaran jadi pelanggan baru | 185 (129,45) | 220 (168,09) | 21 (104,68) | - (7,50) | 1 (2,25) | 427 |
| 2. | Kemudahan proses pembayaran rekening | 100 (19,34) | 160 (51,59) | 90 (29,02) | 14 (4,51) | 3 (0,96) | 367 |
| 3. | Kemudahan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan | 60 (18,13) | 108 (32,64) | 168 (50,78) | 6 (1,81) | 2 (0,60) | 344 |
| | Jumlah | 345 | 488 | 279 | 20 | 4 | 1138 |

Sumber : Data diolah 2010

Tabel 23
Hasil Penelitian Kualitas Pelayanan
Berdasarkan Rata-rata Tingkat Harapan
Pada PT. PLN UPJ Cibadak

| Skor (1) | Kemudahan Proses Pendaftaran jadi pelanggan baru (2) | Jumlah Nilai (2X1) | Kemudahan Dalam proses pembayaran rekening (3) | Jumlah Nilai (3X1) | Kemudahan dalam memberikan pelayanan yang dijanjikan (4) | Jumlah Nilai (4X1) |
|------------------|--|--------------------|--|--------------------|--|--------------------|
| 5 | 37 | 185 | 20 | 100 | 12 | 60 |
| 4 | 55 | 220 | 40 | 160 | 27 | 108 |
| 3 | 7 | 21 | 30 | 90 | 56 | 168 |
| 2 | - | - | 7 | 14 | 3 | 6 |
| 1 | 1 | 1 | 3 | 3 | 2 | 2 |
| Jml | 100 | 427 | 100 | 367 | 100 | 344 |
| Rata-rata | 427/100 | 4,27 | 367/100 | 3,67 | 344/100 | 3,44 |

Sumber: Data diolah 2010

$$\begin{aligned}
 \chi^2 = & \left(\frac{37 - 129,45}{129,45} \right)^2 + \left(\frac{55 - 168,09}{168,09} \right)^2 + \left(\frac{7 - 104,68}{104,68} \right)^2 + \left(\frac{0 - 7,50}{7,50} \right)^2 \\
 & + \left(\frac{1 - 2,25}{2,25} \right)^2 + \left(\frac{20 - 19,34}{19,34} \right)^2 + \left(\frac{40 - 51,59}{51,59} \right)^2 + \left(\frac{30 - 29,02}{29,02} \right)^2 + \\
 & \left(\frac{7 - 4,51}{4,51} \right)^2 + \left(\frac{3 - 0,96}{0,96} \right)^2 + \left(\frac{12 - 18,13}{18,13} \right)^2 + \left(\frac{27 - 32,64}{32,64} \right)^2 \\
 & + \left(\frac{56 - 50,78}{50,78} \right)^2
 \end{aligned}$$

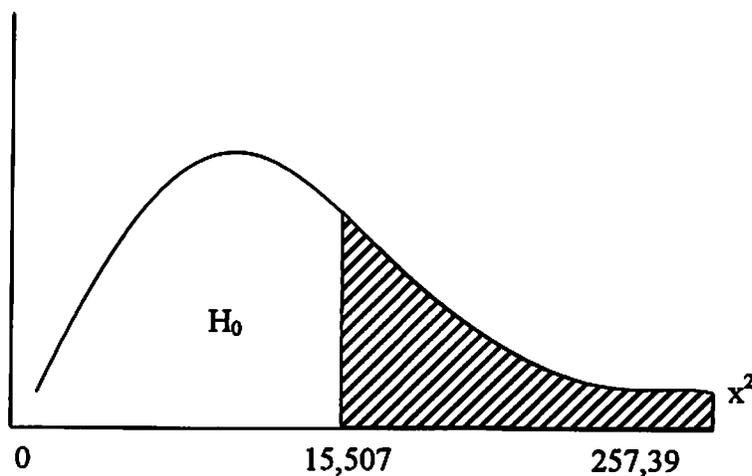
$$\begin{aligned}
& + \left(\frac{56 - 50,78}{50,78} \right)^2 + \left(\frac{3 - 1,81}{1,81} \right)^2 + \left(\frac{2 - 0,60}{0,60} \right)^2 \\
& = 66,02 + 76,08 + 91,14 + 7,5 + 0,69 + 0,02 + 2,60 + 0,03 + 1,37 + 4,33 + \\
& 2,07 + \\
& 0,97 + 0,53 + 0,78 + 3,26 \\
& = 257,39
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
C_c &= \sqrt{\frac{257,69}{100 + 257,69}} \\
&= 0,848 \rightarrow 84,8\%
\end{aligned}$$

$$\alpha = 0,05$$

$$\begin{aligned}
df &= (k - 1)(h - 1) \\
&= (5 - 1)(3 - 1) \\
&= 8
\end{aligned}$$

$$X^2 = 15,507$$



Dari hasil analisa tingkat harapan dimensi pelayanan (keandalan) yang diperoleh ternyata $X^2_{hitung} > X^2_{tabel}$ ($257,39 > 15,507$), maka terdapat peranan antara tingkat harapan dimensi pelayanan (keandalan) dengan kepuasan konsumen.

Karena tingkat kinerja dimensi pelayanan (keandalan) yang dihasilkan $C_c >$ tingkat harapan kualitas pelayanan yang dihasilkan ($94,2\% > 84,8\%$) maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kinerja dimensi pelayanan (keandalan) yang diberikan sangat baik, dan kepuasan telah tercapai dengan baik.

Tabel 24
Frekuensi Tingkat Harapan Dimensi Kualitas Pelayanan
Pada PT. PLN UPJ Cibadak

| No | Dimensi Pelayanan (Daya Tanggap) | SP | P | CP | KP | TP | Jml |
|----|--|-----------------|-----------------|----------------|--------------|-------------|-------------|
| 1. | PLN memberikan pelayanan secara tepat | 250 (250,44) | 120 (131,40) | 30 (22,44) | 12 (9,10) | 4 (2,60) | 416 |
| 2. | PLN memberikan pelayanan yang membuat nyaman pelanggan | 300 (266,70) | 108 (139,93) | 27 (923,89) | 8 (9,69) | - (2,77) | 443 |
| 3. | PLN mempunyai kemampuan memberikan pelayanan khusus kepada pelanggan | 220 (252,85) | 176 (132,66) | 12 (22,65) | 8 (9,19) | 4 (2,62) | 420 |
| | Jumlah | 770 | 404 | 69 | 28 | 8 | 1279 |

Sumber : Data diolah 2010

Tabel 25
Hasil Penelitian Dimensi Kualitas Pelayanan
Pada PT. PLN UPJ Cibadak

| Skor (1) | PLN memberikan pelayanan secara tepat (2) | Jumlah Nilai(2X1) | PLN memberikan pelayanan yang membuat nyaman pelanggan (3) | Jumlah Nilai (3X1) | PLN mempunyai kemauan memberikan pelayanan khusus kepada pelanggan (4) | Jumlah Nilai (4X1) |
|-----------|---|-------------------|--|--------------------|--|--------------------|
| 5 | 50 | 250 | 60 | 300 | 44 | 220 |
| 4 | 30 | 120 | 27 | 108 | 44 | 176 |
| 3 | 10 | 30 | 9 | 27 | 4 | 12 |
| 2 | 6 | 12 | 4 | 8 | 4 | 8 |
| 1 | 4 | 4 | - | - | 4 | 4 |
| Jml | 100 | 516 | 100 | 443 | 100 | 420 |
| Rata-rata | 516/100 | 5,16 | 443/100 | 4,43 | 420/100 | 4,20 |

Sumber: Data diolah 2010

$$\begin{aligned}
 X^2 &= \left(\frac{50 - 250,44}{250,44}\right)^2 + \left(\frac{30 - 131,40}{131,40}\right)^2 + \left(\frac{10 - 22,44}{22,44}\right)^2 + \left(\frac{6 - 9,10}{9,10}\right)^2 \\
 &+ \left(\frac{4 - 2,60}{2,60}\right)^2 + \left(\frac{60 - 266,70}{266,70}\right)^2 + \left(\frac{27 - 139,93}{139,93}\right)^2 + \left(\frac{9 - 23,89}{23,89}\right)^2 + \\
 &\left(\frac{4 - 9,69}{9,69}\right)^2 + \left(\frac{0 - 2,77}{2,77}\right)^2 + \left(\frac{44 - 252,85}{252,85}\right)^2 + \left(\frac{44 - 132,66}{132,66}\right)^2 \\
 &+ \left(\frac{4 - 22,65}{22,65}\right)^2 + \left(\frac{4 - 9,16}{9,16}\right)^2 + \left(\frac{4 - 2,62}{2,62}\right)^2 \\
 &= 160,42 + 78,24 + 6,89 + 1,05 + 0,75 + 160,19 + 90,27 + 9,28 + 3,34 + \\
 &2,77 + \\
 &172,50 + 59,25 + 15,35 + 2,90 + 0,72 \\
 &= 763,92
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 Cc &= \sqrt{\frac{763,92}{100+763,92}} \\
 &= 0,940 \rightarrow 94 \%
 \end{aligned}$$

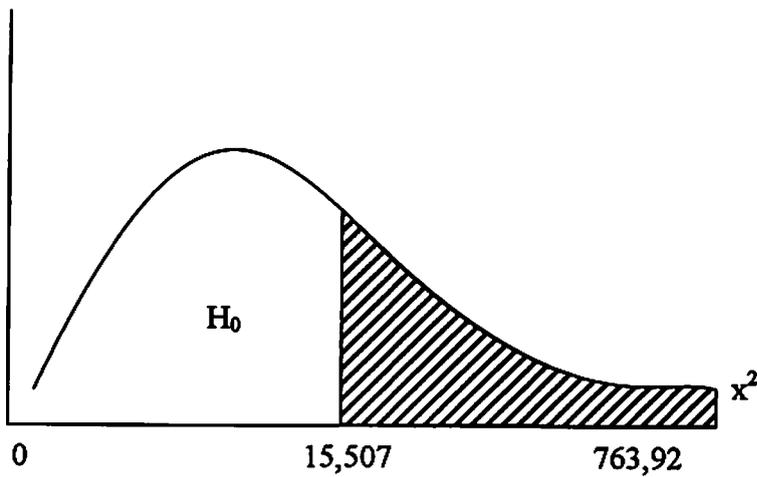
$$\alpha = 0,05$$

$$df = (k - 1) (h - 1)$$

$$= (5 - 1) (3 - 1)$$

$$= 8$$

$$X^2 = 15,507$$



Dari hasil analisa kinerja dimensi pelayanan (daya tanggap) yang diperoleh ternyata

$X^2_{hitung} > X^2_{tabel}$ ($763,92 > 15,507$), maka terdapat perbedaan antara tingkat kinerja dimensi pelayanan (daya tanggap) dengan kepuasan konsumen.

Tabel 26
Frekuensi Tingkat Harapan Kualitas Pelayanan
Pada PT. PLN UPJ Cibadak

| No | Dimensi Pelayanan (Daya Tanggap) | SP | P | CP | KP | TP | Jml |
|----|--|-----------------|---------------------|--------------------|-------------|--------------|-------------|
| 1 | PLN memberikan pelayanan secara tepat | 180 (137,56) | 160 (149,55) | 48 (101,5 8) | 8 (8,46) | 4 (2,820) | 400 |
| 2 | PLN memberikan pelayanan yang membuat nyaman pelanggan | 90 (28,88) | 144 (46,22) | 120 (38,51) | 8 (2,56) | 2 (0,64) | 364 |
| 3 | PLN mempunyai kemauan memberikan pelayanan khusus kepada pelanggan | 120 (39,15) | 120 (39,15) | 120 (39,15) | 8 (2,61) | 2 (0,65) | 370 |
| | Jumlah | 390 | 424 | 288 | 24 | 8 | 1134 |

Sumber: Data diolah 2010

Tabel 27
Hasil Penelitian Kualitas Pelayanan
Berdasarkan Rata-rata Tingkat Harapan
Pada PT. PLN UPJ Cibadak

| Skor (1) | PLN memberikan pelayanan secara tepat (2) | Jumlah Nilai (2X1) | PLN memberikan pelayanan yang membuat nyaman pelanggan (3) | Jumlah Nilai (3X1) | PLN mempunyai kemauan memberiakan pelayanan khusus kepada pelanggan (4) | Jumlah Nilai (4x1) |
|------------------|---|--------------------|--|--------------------|---|--------------------|
| 5 | 36 | 180 | 18 | 90 | 24 | 120 |
| 4 | 40 | 160 | 36 | 144 | 30 | 120 |
| 3 | 16 | 48 | 40 | 120 | 40 | 120 |
| 2 | 4 | 8 | 4 | 8 | 4 | 8 |
| 1 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Jml | 100 | 400 | 100 | 354 | 100 | 370 |
| Rata-rata | 400/100 | 4 | 354/100 | 3,54 | 370/100 | 3,70 |

Sumber: Data diolah 2010

$$\begin{aligned}
 X^2 = & \left(\frac{36 - 137,56}{137,56} \right)^2 + \left(\frac{40 - 149,55}{149,55} \right)^2 + \left(\frac{16 - 101,58}{101,58} \right)^2 + \left(\frac{4 - 8,46}{8,46} \right)^2 \\
 & + \left(\frac{4 - 2,82}{2,82} \right)^2 + \left(\frac{18 - 28,88}{28,88} \right)^2 + \left(\frac{36 - 46,22}{46,22} \right)^2 + \left(\frac{40 - 38,51}{38,51} \right)^2 +
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
& \left(\frac{4 - 2,56}{2,56}\right)^2 + \left(\frac{2 - 0,64}{0,64}\right)^2 + \left(\frac{24 - 39,15}{39,15}\right)^2 + \left(\frac{30 - 39,15}{39,15}\right)^2 \\
& + \left(\frac{40 - 39,15}{39,15}\right)^2 + \left(\frac{4 - 2,61}{2,61}\right)^2 + \left(\frac{2 - 0,65}{0,65}\right)^2 \\
& = 74,98 + 0,80 + 72,10 + 2,35 + 0,49 + 4,09 + 2,25 + 0,05 + 0,81 + 2,89 + \\
& 5,86 + \\
& 2,13 + 0,01 + 0,74 + 2,80 \\
& = 172,35
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
C_c &= \sqrt{\frac{172,35}{100+172,35}} \\
&= 0,795 \rightarrow 79,5 \%
\end{aligned}$$

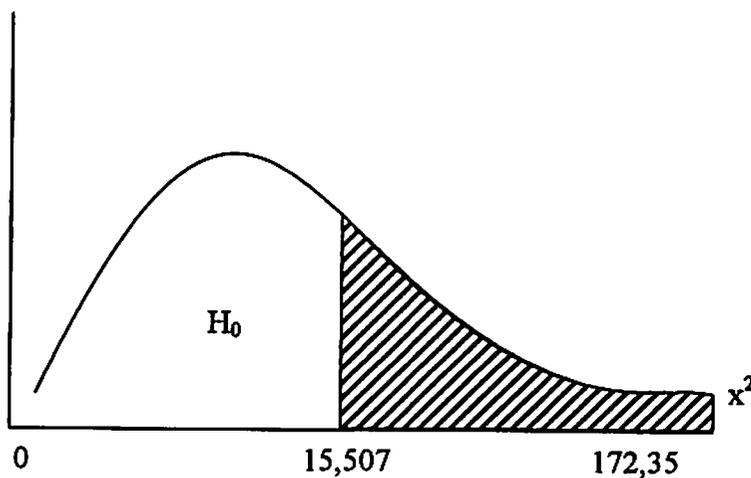
$$\alpha = 0,05$$

$$df = (k - 1)(h - 1)$$

$$= (5 - 1)(3 - 1)$$

$$= 8$$

$$X^2 = 15,507$$



Dari hasil analisis tingkat harapan kualitas pelayanan (daya tanggap) yang diperoleh maka diperoleh ternyata

$X^2_{hitung} > X^2_{tabel}$ ($172,35 > 15,507$) dapat disimpulkan bahwa terdapat peranan antara tingkat harapan dimensi pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Tingkat kinerja kualitas pelayanan yang dihasilkan $C_c >$ tingkat harapan kualitas pelayanan yang dihasilkan ($94\% > 79,5\%$), maka dapat disimpulkan bahwa tingkat dengan baik.

Tabel 28
Frekuensi Tingkat Kinerja Dimensi Kualitas Pelayanan
Pada PT. PLN UPJ Cibadak

| No | Dimensi Pelayanan (kepastian) | SP | P | CP | KP | TP | Jml |
|----|---|-----------------|------------------|---------------|--------------|-------------|-------------|
| 1 | Karyawan berlaku sopan dalam memberikan pelayanan | 230 (218,93) | 136 (9145,95) | 36 (35,82) | 8 (7,96) | 2 (3,32) | 412 |
| 2 | Karyawan berpenampilan rapi dan menarik | 180 (214,68) | 160 (143,12) | 48 (35,13) | 12 (7,80) | 4 (3,25) | 404 |
| 3 | Karyawan bersikap ramah kepada pelanggan | 250 (226,37) | 144 (150,91) | 24 (37,04) | 4 (8,23) | 4 (3,42) | 426 |
| | Jumlah | 660 | 440 | 108 | 24 | 10 | 1242 |

Sumber: Data diolah 2010

Tabel 29
Hasil Penelitian Dimensi Kuakitas Pelayanan
Pada PT. PLN UPJ Cibadak

| Skor (1) | Karyawan berlaku sopan dalam memberikan pelayanan (2) | Jumlah Nilai (2X1) | Karyawan berpenampilan rapi dan menarik(3) | Jumlah Nilai (3X1) | Karyawan bersikap ramah kepada pelanggan (4) | Jumlah Nilai (4X1) |
|------------------|---|--------------------|--|--------------------|--|--------------------|
| 5 | 46 | 230 | 36 | 180 | 50 | 250 |
| 4 | 36 | 136 | 40 | 160 | 36 | 144 |
| 3 | 12 | 36 | 16 | 48 | 8 | 24 |
| 2 | 6 | 12 | 4 | 8 | 2 | 4 |
| 1 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 |
| Jml | 100 | 416 | 100 | 404 | 100 | 428 |
| Rata-rata | 416/100 | 4,16 | 404/100 | 4,04 | 428/100 | 4,28 |

Sumber: Data diolah 2010

$$\begin{aligned}
 X^2 &= \left(\frac{46 - 218,93}{218,93}\right)^2 + \left(\frac{34 - 145,95}{145,95}\right)^2 + \left(\frac{12 - 35,82}{35,82}\right)^2 + \left(\frac{6 - 7,96}{7,96}\right)^2 \\
 &+ \left(\frac{2 - 3,32}{3,32}\right)^2 + \left(\frac{36 - 214,68}{214,68}\right)^2 + \left(\frac{40 - 143,12}{143,12}\right)^2 + \left(\frac{16 - 35,13}{35,13}\right)^2 + \\
 &\left(\frac{4 - 7,80}{7,80}\right)^2 + \left(\frac{4 - 3,25}{3,25}\right)^2 + \left(\frac{50 - 226,37}{226,37}\right)^2 + \left(\frac{36 - 150,91}{150,91}\right)^2 \\
 &+ \left(\frac{8 - 37,04}{37,04}\right)^2 + \left(\frac{2 - 8,23}{8,23}\right)^2 + \left(\frac{4 - 3,42}{3,42}\right)^2 \\
 &= 136,59 + 85,87 + 15,84 + 0,48 + 0,52 + 148,71 + 74,29 + 10,41 + 1,85 + \\
 &0,17 + \\
 &116,77 + 87,49 + 22,76 + 4,71 + 0,09 \\
 &= 706,55
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 Cc &= \sqrt{\frac{706,55}{100+706,55}} \\
 &= 0,935 \rightarrow 93,5 \%
 \end{aligned}$$

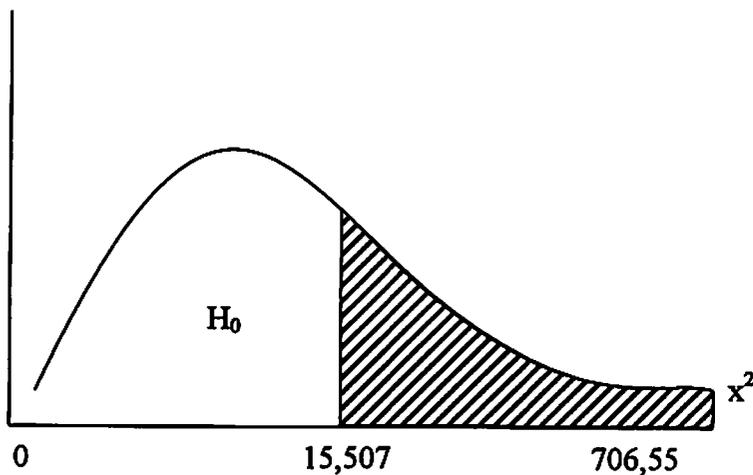
$$\alpha = 0,05$$

$$df = (k - 1)(h - 1)$$

$$= (5 - 1)(3 - 1)$$

$$= 8$$

$$X^2 = 15,507$$



Dari hasil analisa tingkat kinerja kualitas pelayanan

dimensi kepastian yang diperoleh ternyata $X^2_{hitung} >$

X^2_{tabel} ($706,55 > 15,507$) maka terdapat peranan antara

tingkat kinerja kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Tabel 30
Frekuensi Tingkat Harapan Kualitas Pelayanan
Pada PT. PLN UPJ Cibadak

| No | Dimensi Pelayanan (kepastian) | SP | P | CP | KP | TP | Jml |
|----|---|-----------------|-----------------|---------------|---------------|-------------|------|
| 1 | Karyawan berlaku sopan dalam memberikan pelayanan | 180 (213,65) | 176 (142,43) | 36 (38,84) | 8 (6,47) | 4 (2,58) | 404 |
| 2 | Karyawan berpenampilan rapi dan menarik | 280 (213,65) | 112 (38,76) | 30 (10,38) | 30 (10,38) | 2 (2,76) | 432 |
| 3 | Karyawan bersikap ramah kepada pelanggan | 200 (66,02) | 152 (50,17) | 54 (17,82) | 54 (17,82) | 2 (0,66) | 412 |
| | Jumlah | 660 | 440 | 120 | 20 | 8 | 1248 |

Sumber: Data diolah 2010

Tabel 31
Hasil Kualitas Pelayanan
Berdasarkan Rata-rata Tingkat Harapan
Pada PT. PLN UPJ Cibadak

| Skor (1) | Karyawan berlaku sopan dalam memberikan pelayanan (2) | Jumlah Nilai (2X1) | Karyawan berpenampilan rapi dan menarik (3) | Jumlah Nilai (3X1) | Karyawan bersikap ramah kepada pelanggan(4) | Jumlah Nilai (4X1) |
|------------------|---|--------------------|---|--------------------|---|--------------------|
| 5 | 36 | 180 | 56 | 180 | 40 | 200 |
| 4 | 44 | 176 | 28 | 112 | 38 | 152 |
| 3 | 12 | 36 | 10 | 30 | 18 | 54 |
| 2 | 4 | 8 | 4 | 8 | 2 | 4 |
| 1 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Jml | 100 | 404 | 100 | 432 | 100 | 412 |
| Rata-rata | 404/100 | 4,04 | 432/100 | 4,32 | 412/100 | 4,12 |

Sumber: Data diolah 2010

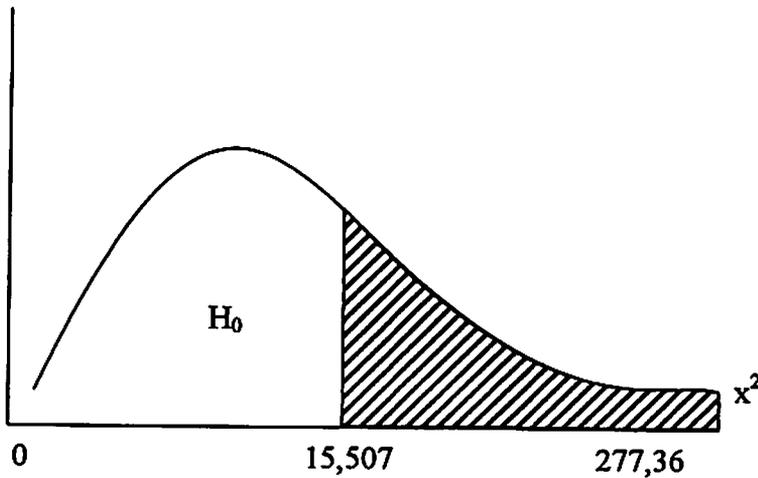
$$\begin{aligned}
 \chi^2 &= \left(\frac{36 - 213,65}{213,65}\right)^2 + \left(\frac{44 - 142,43}{142,43}\right)^2 + \left(\frac{12 - 38,84}{38,84}\right)^2 + \left(\frac{4 - 6,47}{6,47}\right)^2 \\
 &+ \left(\frac{4 - 2,58}{2,58}\right)^2 + \left(\frac{56 - 96,92}{96,92}\right)^2 + \left(\frac{28 - 37,76}{37,76}\right)^2 + \left(\frac{10 - 10,38}{10,38}\right)^2 + \\
 &\left(\frac{4 - 2,76}{2,76}\right)^2 + \left(\frac{2 - 0,69}{0,69}\right)^2 + \left(\frac{40 - 66,02}{66,02}\right)^2 + \left(\frac{36 - 50,17}{50,17}\right)^2 \\
 &+ \left(\frac{18 - 17,82}{17,82}\right)^2 + \left(\frac{2 - 1,32}{1,32}\right)^2 + \left(\frac{2 - 0,66}{0,66}\right)^2 \\
 &= 147,71 + 68,02 + 18,54 + 0,94 + 0,78 + 17,27 + 2,98 + 0,01 + 0,55 + 2,48 \\
 &+ \\
 &10,25 + 2,95 + 1,81 + 0,35 + 2,72 \\
 &= 277,36
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 C_c &= \sqrt{\frac{277,36}{100+277,36}} \\
 &= 0,857 \rightarrow 85,7 \%
 \end{aligned}$$

$$\alpha = 0,05$$

$$\begin{aligned} df &= (k - 1) (h - 1) \\ &= (5 - 1) (3 - 1) \\ &= 8 \end{aligned}$$

$$X^2 = 15,507$$



Dari hasil analisis tingkat harapan dimensi pelayanan (kepastian) yang diperoleh ternyata $X^2_{hitung} > X^2_{tabel}$ ($277,36 > 15,507$), maka terdapat peranan antara tingkat harapan dimensi pelayanan (kepastian) dengan kepuasan konsumen.

Hasil analisis memperlihatkan bahwa dimensi pelayanan (kepastian) yang dihasilkan $C_c >$ tingkat harapan dimensi pelayanan yang dihasilkan ($93,5\% > 85,7\%$) maka dapat disimpulkan bahwa tingkat kinerja kualitas pelayanan yang dihasilkan sangat baik, jadi kepuasan konsumen sudah tercapai dengan baik.

Tabel 32
Frekuensi Tingkat Kinerja Dimensi Kualitas Pelayanan
Pada PT. PLN UPJ Cibadak

| No | Dimensi Pelayanan (Empati) | SP | P | CP | KP | TP | Jml |
|----|---|-----------------|-----------------|---------------|-------------|-------------|-------------|
| 1 | Kepekaan karyawan dalam menangani pengaduan | 275 (305,52) | 148 (100,95) | 21 (34,86) | 2 (3,98) | - (0,66) | 446 |
| 2 | Sikap karyawan terhadap pelanggan akan melakukan tugasnya | 310 (308,95) | 108 (108,08) | 27 (35,26) | 4 (4,02) | 2 (0,67) | 451 |
| 3 | Karyawan PLN cepat tanggap dalam melayani pelanggan | 335 (305,52) | 48 (100,95) | 57 (34,86) | 6 (3,98) | - (0,66) | 446 |
| | Jumlah | 920 | 304 | 105 | 12 | 2 | 1343 |

Sumber: Data diolah 2010

Tabel 33
Hasil Penelitian Dimensi Kuakitas Pelayanan
Pada PT. PLN UPJ Cibadak

| Skor (1) | Kepekaan karyawan dalam menangani pengaduan (2) | Jumlah Nilai (2X1) | Sikap karyawan terhadap pelanggan dalam melakukan tugasnya (3) | Jumlah Nilai (3X1) | Karyawan PLN cepat tanggap dalam melayani pelanggan (4) | Jumlah Nilai (4X1) |
|------------------|---|--------------------|--|--------------------|---|--------------------|
| 5 | 55 | 275 | 62 | 310 | 67 | 335 |
| 4 | 37 | 148 | 27 | 108 | 12 | 48 |
| 3 | 7 | 21 | 7 | 27 | 19 | 57 |
| 2 | 1 | 2 | 2 | 4 | 2 | 6 |
| 1 | - | - | 1 | 2 | - | 1 |
| Jml | 100 | 446 | 100 | 451 | 100 | 446 |
| Rata-rata | 446/100 | 4,46 | 451/100 | 4,51 | 446/100 | 4,46 |

Sumber: Data diolah 2010

$$\begin{aligned}
 X^2 = & \left(\frac{55 - 305,52}{305,52} \right)^2 + \left(\frac{37 - 100,95}{100,95} \right)^2 + \left(\frac{7 - 34,86}{34,86} \right)^2 + \left(\frac{1 - 3,98}{3,98} \right)^2 \\
 & + \left(\frac{0 - 0,66}{0,66} \right)^2 + \left(\frac{62 - 308,95}{308,95} \right)^2 + \left(\frac{27 - 102,08}{102,08} \right)^2 + \left(\frac{7 - 35,26}{35,26} \right)^2 + \\
 & \left(\frac{2 - 4,02}{4,02} \right)^2 + \left(\frac{2 - 0,67}{0,67} \right)^2 + \left(\frac{67 - 305,52}{305,52} \right)^2 + \left(\frac{12 - 100,95}{100,95} \right)^2 \\
 & + \left(\frac{19 - 34,86}{34,86} \right)^2 + \left(\frac{2 - 3,98}{3,98} \right)^2 + \left(\frac{0 - 0,66}{0,66} \right)^2
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 &= 205,42 + 40,51 + 22,26 + 2,23 + 0,66 + 197,39 + 55,22 + 22,64 + 1,015 + \\
 &\quad 2,64 + 186,21 + 78,37 + 7,21 + 0,98 + 0,66 \\
 &= 823,41
 \end{aligned}$$

$$C_c = \sqrt{\frac{823,41}{100+823,41}}$$

$$= 0,944 \rightarrow 94,4 \%$$

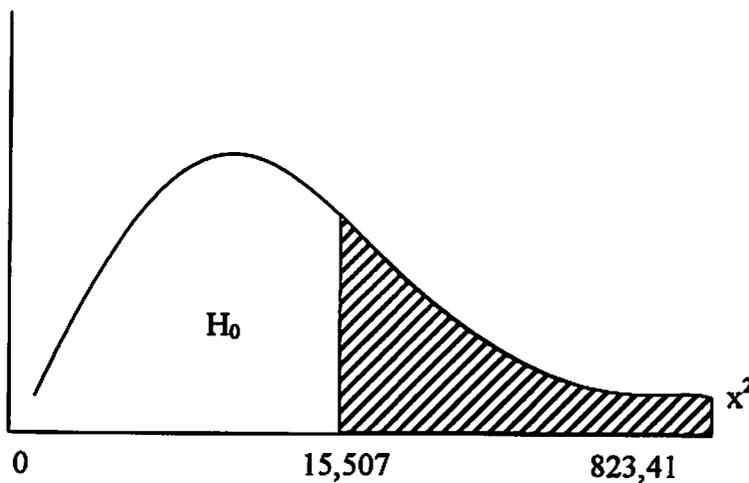
$$\alpha = 0,05$$

$$df = (k - 1) (h - 1)$$

$$= (5 - 1) (3 - 1)$$

$$= 8$$

$$X^2 = 15,507$$



Dari hasil analisis tingkat kualitas pelayanan dimensi empati yang diperoleh ternyata $X^2_{hitung} > X^2_{tabel}$ ($823,41 > 15,507$) maka terdapat peranan antara tingkat kinerja kualitas pelayanan dimensi empati dengan kepuasan konsumen

Tabel 34

**Frekuensi Tingkat Harapan Kualitas Pelayanan
Pada PT. PLN UPJ Cibadak**

| No | Dimensi Pelayanan (Empati) | SP | P | CP | KP | TP | Jml |
|----|--|-----------------|-----------------|---------------|-------------|--------------|-------------|
| 1 | Kepakaan karyawan dalam menangani pengaduan | 260 (244,09) | 160 (162,72) | 12 (22,69) | 4 (5,50) | 2 (13,75) | 438 |
| 2 | Sikap karyawan kepada pelanggan dalam melakukan tugasnya | 200 (66,24) | 192 (63,59) | 24 (7,94) | 4 (1,32) | 2 (0,66) | 422 |
| 3 | Karyawan PLN cepat tanggap dalm melayani pelanggan | 250 (81,24) | 120 (38,99) | 30 (9,74) | 8 (2,59) | 6 (1,94) | 414 |
| | Jumlah | 710 | 472 | 66 | 16 | 10 | 1274 |

Sumber: Data diolah 2010

Tabel 35

**Hasil Penelitian Kualitas Pelayanan
Berdasarkan Rata-rata Tingkat Harapan
Pada PT. PLN UPJ Cibadak**

| Skor (1) | Kepekaan karyawan dalam menangani pengaduan (2) | Jumlah Nilai (2X1) | Sikap karyawan kepada pelaggan dalam melukukan tugasnya (3) | Jumlah Nilai (3X1) | Karyawan PLN tanggap dalm melayani pelanggan (4) | Jumlah Nilai (4X1) |
|------------------|---|--------------------|---|--------------------|--|--------------------|
| 5 | 52 | 260 | 40 | 200 | 50 | 250 |
| 4 | 40 | 160 | 48 | 192 | 31 | 120 |
| 3 | 4 | 12 | 8 | 24 | 10 | 30 |
| 2 | 2 | 4 | 2 | 4 | 4 | 8 |
| 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 6 | 6 |
| Jml | 100 | 438 | 100 | 422 | 100 | 414 |
| Rata-rata | 438/100 | 4,38 | 422/100 | 4,22 | 414/100 | 4,14 |

Sumber: Data diolah 2010

$$\begin{aligned}
 X^2 = & \left(\frac{52 - 244,09}{244,09} \right)^2 + \left(\frac{40 - 162,27}{162,27} \right)^2 + \left(\frac{4 - 22,68}{22,68} \right)^2 + \left(\frac{2 - 5,50}{5,50} \right)^2 \\
 & + \left(\frac{2 - 13,75}{13,75} \right)^2 + \left(\frac{40 - 66,24}{66,24} \right)^2 + \left(\frac{48 - 63,59}{63,59} \right)^2 + \left(\frac{8 - 7,94}{7,94} \right)^2 +
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
& \left(\frac{2 - 1,32}{1,32}\right)^2 + \left(\frac{2 - 0,66}{0,66}\right)^2 + \left(\frac{50 - 81,24}{81,24}\right)^2 + \left(\frac{30 - 38,39}{38,39}\right)^2 \\
& + \left(\frac{10 - 9,74}{9,74}\right)^2 + \left(\frac{4 - 2,59}{2,59}\right)^2 + \left(\frac{6 - 1,94}{1,94}\right)^2 \\
& = 151,16 + 92,13 + 15,39 + 2,22 + 10,04 + 10,39 + 3,82 + 4,53 + 0,35 + \\
& 2,72 + \\
& 12,01 + 1,83 + 6,94 + 0,76 + 8,49 \\
& = 322,78
\end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
C_c &= \sqrt{\frac{322,78}{100+322,78}} \\
&= 0,873 \rightarrow 87,3 \%
\end{aligned}$$

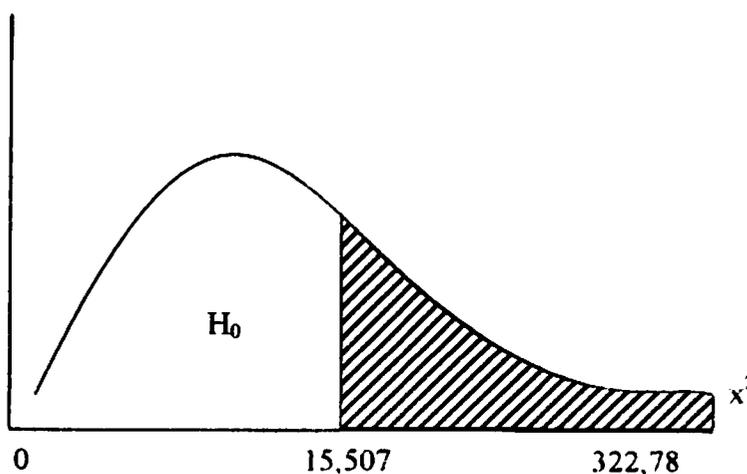
$$\alpha = 0,05$$

$$df = (k - 1)(h - 1)$$

$$= (5 - 1)(3 - 1)$$

$$= 8$$

$$X^2 = 15,507$$



Dari hasil analisis tingkat harapan diensi pelayanan (empati) yang diperoleh ternyata $X^2_{hitung} > X^2_{tabel}$ ($322,78 >$

15,507), maka terdapat peranan antara tingkat harapan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Tingkat kinerja kualitas pelayanan yang dihasilkan Cc tingkat harapan do\imensi pelayanan (empati) yang dihasilkan (99,4% > 85,7%), maka dapat disimoukan bahwa tingkat kinerja dimensi pelayanan yang dihasilkan sangat baik, hal ini membuktikan bahwa kepuasan konsumen tercapai dengan baik.

Tabel 36
Frekuensi Tingkat Harapan Kualitas Pelayanan
Pada PT. PLN UPJ Cibadak

| No | Dimensi Pelayanan (Berwujud) | SP | P | CP | KP | TP | Jml |
|----|--|-----------------|----------------|---------------|--------------|-------------|-------------|
| 1 | Kebersihan, kerapihan dan kenyamanan PLN UPJ Cibadak | 350 (299,87) | 80 (96,54) | 12 (39,49) | 8 (13,16) | 2 (2,92) | 452 |
| 2 | Perlengkapan elektronik terutama computer dalm menunjang pekerjaan | 320 (115,98) | 104 (37,69) | 18 (6,52) | 4 (1,44) | 4 (0,72) | 448 |
| 3 | Area parker sudah menadai | 160 (45,71) | 84 (24) | 84 (24) | 26 (7,24) | 6 (1,71) | 360 |
| | Jumlah | 830 | 268 | 114 | 38 | 10 | 1260 |

Sumber: Data diolah 2010

Tabel 37
Frekuensi Tingkat Kinerja Dimensi Kualitas Pelayanan
Pada PT. PLN UPJ Cibadak

| No | Dimensi Pelayanan (Berwujud) | SP | P | CP | KP | TP | Jml |
|----|---|------------------|-----------------|----------------|-------------|-------------|-------------|
| 1 | Kebersihan, kerapihan dan kenyamanan PLN UPJ Cibadak | 180 (148,42) | 160 (148,42) | 48 (91,28) | 8 (8,90) | 4 (2,96) | 400 |
| 2 | Perlengkapan elektronik terutama computer dalam menunjang pekerjaan | 100 (110,57) | 80 (110,04) | 108 (68,04) | 8 (6,63) | 2 (2,21) | 298 |
| 3 | Area parker yang sudah memadai | 120 (141,00) | 160 (141,00) | 90 (86,71) | 8 (8,46) | 2 (2,82) | 380 |
| | Jumlah | 400 | 400 | 246 | 24 | 8 | 1078 |

Sumber: Data diolah 2010

Tabel 38
Hasil Penelitian Dimensi Kualitas Pelayanan
Berdasarkan Rata-rata Tingkat Harapan
Pada PT.PLN UPJ Cibadak

| Skor (1) | Kebersihan, Kerapihan dan kenyamanan PT. PLN UPJ Cibadak (2) | Jumlah Nilai (2X1) | Perlengkapan eelektronik terutama computer dalm menunjang pekerjaan (3) | Jumlah Nilai (3x1) | Area parkir Yang sudah memadai (4) | Jumlah Nilai (4X1) |
|-----------|--|--------------------|---|--------------------|------------------------------------|--------------------|
| 5 | 36 | 180 | 20 | 100 | 24 | 120 |
| 4 | 40 | 160 | 40 | 80 | 40 | 160 |
| 3 | 16 | 48 | 36 | 108 | 30 | 90 |
| 2 | 4 | 8 | 4 | 8 | 4 | 8 |
| 1 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Jml | 100 | 400 | 100 | 298 | 100 | 380 |
| Rata-rata | 400/100 | 4,00 | 298/100 | 2,98 | 380/100 | 3,80 |

Sumber: Data diolah 2010

$$\begin{aligned}
 X^2 &= \left(\frac{36 - 148,42}{148,42}\right)^2 + \left(\frac{40 - 148,42}{148,42}\right)^2 + \left(\frac{16 - 91,28}{91,28}\right)^2 + \left(\frac{4 - 8,90}{8,90}\right)^2 \\
 &+ \left(\frac{4 - 2,96}{2,96}\right)^2 + \left(\frac{20 - 10,57}{10,57}\right)^2 + \left(\frac{40 - 110,57}{110,57}\right)^2 + \left(\frac{36 - 68,04}{68,04}\right)^2 + \\
 &\left(\frac{4 - 8,63}{8,63}\right)^2 + \left(\frac{2 - 2,21}{2,21}\right)^2 + \left(\frac{24 - 141,00}{141,00}\right)^2 + \left(\frac{40 - 141,00}{141,00}\right)^2 \\
 &+ \left(\frac{30 - 86,71}{86,71}\right)^2 + \left(\frac{4 - 8,46}{8,46}\right)^2 + \left(\frac{2 - 2,82}{2,82}\right)^2 \\
 &= 85,15 + 79,20 + 62,08 + 2,69 + 0,36 + 8,41 + 45,04 + 15,08 + 2,48 + 0,02 \\
 &+ \\
 &97,08 + 72,34 + 37,08 + 2,35 + 0,23 \\
 &= 509,59
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 C_c &= \sqrt{\frac{509,59}{100+509,59}} \\
 &= 0,914 \rightarrow 91,4 \%
 \end{aligned}$$

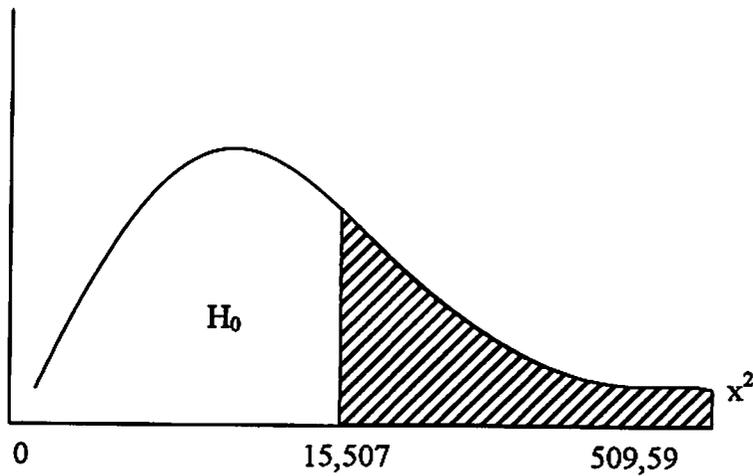
$$\alpha = 0,05$$

$$df = (k - 1)(h - 1)$$

$$= (5 - 1)(3 - 1)$$

$$= 8$$

$$X^2 = 15,507$$



Dari hasil analisis tingkat kinerja dimensi (berwujud) yang diperoleh ternyata X^2

Hitung $> X^2$ tabel ($509,59 > 15,507$), maka terdapat peranan antara tingkat kinerja dimensi pelayanan dengan kepuasan konsumen

Tabel 39
Hasil Penelitian Kualitas Pelayanan
Berdasarkan Rata-rata Tingkat Harapan
Pada PT. PLN UPJ Cibadak

| Skor (1) | Kebersihan, Kerapihan dan kenyamanan PT. PLN UPJ Cibadak (2) | Jumlah Nilai (2X1) | Perlengkapan elektronik terutama computer dalam menunjang pekerjaan (3) | Jumlah Nilai (3X1) | Area parker Yang sudah memadai (4) | Jumlah Nilai (4X1) |
|------------------|--|--------------------|---|--------------------|------------------------------------|--------------------|
| 5 | 70 | 350 | 64 | 320 | 32 | 160 |
| 4 | 20 | 80 | 26 | 104 | 21 | 84 |
| 3 | 4 | 12 | 6 | 18 | 28 | 84 |
| 2 | 4 | 8 | 2 | 4 | 13 | 26 |
| 1 | 2 | 2 | 2 | 2 | 6 | 6 |
| Jml | 100 | 452 | 100 | 448 | 100 | 360 |
| Rata-rata | 452/100 | 4,52 | 448/100 | 4,48 | 360/100 | 3,60 |

Sumber: Data diolah 2010

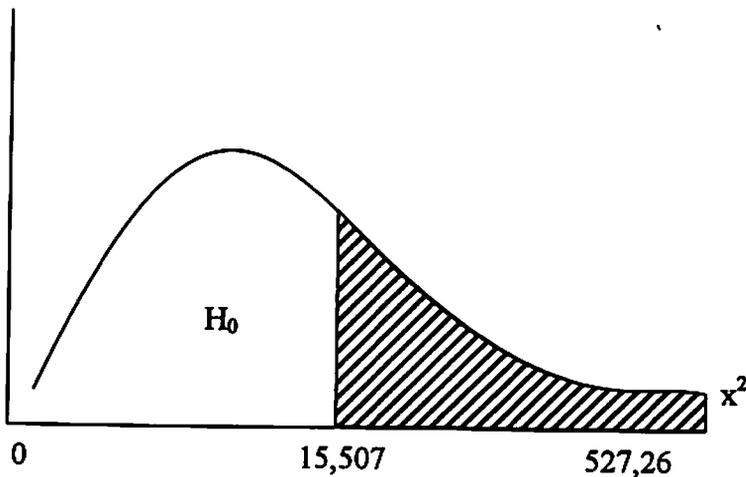
$$\begin{aligned}
 X^2 &= \left(\frac{70 - 299,87}{299,87}\right)^2 + \left(\frac{20 - 96,54}{96,54}\right)^2 + \left(\frac{4 - 39,49}{39,49}\right)^2 + \left(\frac{4 - 13,16}{13,16}\right)^2 \\
 &+ \left(\frac{2 - 2,92}{2,92}\right)^2 + \left(\frac{64 - 115,98}{115,98}\right)^2 + \left(\frac{26 - 37,69}{37,69}\right)^2 + \left(\frac{6 - 6,52}{6,52}\right)^2 + \\
 &\left(\frac{2 - 1,44}{1,44}\right)^2 + \left(\frac{2 - 0,72}{0,72}\right)^2 + \left(\frac{32 - 45,71}{45,71}\right)^2 + \left(\frac{21 - 24}{24}\right)^2 \\
 &+ \left(\frac{28 - 24}{24}\right)^2 + \left(\frac{13 - 7,42}{7,42}\right)^2 + \left(\frac{6 - 1,71}{1,71}\right)^2 \\
 &= 176,21 + 60,68 + 31,89 + 6,37 + 0,28 + 225,53 + 3,62 + 0,04 + 0,28 + \\
 &2,27 + \\
 &4,11 + 0,37 + 0,66 + 4,19 + 10,76 \\
 &= 527,26
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 Cc &= \sqrt{\frac{527,26}{100+527,26}} \\
 &= 0,914 \rightarrow 91,4 \%
 \end{aligned}$$

$$\alpha = 0,05$$

$$\begin{aligned} df &= (k - 1) (h - 1) \\ &= (5 - 1) (3 - 1) \\ &= 8 \end{aligned}$$

$$X^2 = 15,507$$



Dari hasil analisis tingkat harapan dimensi pelayanan (berwujud) yang diperoleh ternyata X^2 hitung $> X^2$ tabel ($527,29 > 15,507$), maka terdapat peranan antara tingkat harapan kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen.

Karena tingkat kinerja dimensi pelayanan (berwujud) yang dihasilkan Cc dari tingkat harapan (91,4%, 91,6%) dimensi pelayanan berwujud yang dihasilkan dengan pembulatan angka dari CC tidak mengalami perbedaan yang signifikan, maka artinya bahwa apa yang diharapkan oleh konsumen = kinerja yang dihasilkan. Jadi kepuasan konsumen telah tercapai dengan baik.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Dari penelitian yang penulis lakukan dapat diambil simpulan sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN UPJ Cibadak terbukti dapat memberikan kepuasan kepada pelanggannya.
 - a. Keandalan yang ditunjukkan oleh PT. PLN Cubadak dalam melayani pelanggan secara akurat menunjukkan hasil yang memuaskan.
 - b. Daya tanggap yaitu usaha dari PT. PLN UPJ Cibadak untuk membantu dan melayani pelanggan secara cepat telah memperoleh hasil yang memuaskan.
 - c. Kepastian yaitu usaha memperoleh kepercayaan dan keyakinan dari pelanggan telah menunjukkan hasil yang memuaskan.
 - d. Empati atau kepedulian yang ditunjukkan oleh PT. PLN UPJ Cibadak telah menunjukkan hasil yang memuaskan.
 - e. Fasilitas dan peralatan pendukung yang dimiliki oleh PT. PLN UPJ Cibadak

Nilai masih kurang memadai. Hal tersebut bisa dilihat dari ara parkir yang sempit sehingga menyulitkan pelanggan untuk memarkir kendaraanya ditempat yang aman, kebersihan kantoer PLN UPJ Cibadak yang kurang terpelihara, kurangnya tempat duduk di ruang tunggu sehingga harus berdiri dan mondar-mandir saat menunggu

antrian, tidak ada pendingin ruangan yang membuat pelanggan tidak nyaman berada diruang tunggu.

2. Dalam uji peranan dari kualitas pelayanan yang mencakup keandalan, daya tanggap, kepastian, empati dan berwujud secara keseluruhan sudah terlaksana dengan baik. Seluruh indikator telah menciptakan kepuasan pelanggan.
3. Hasil perhitungan uji Chi-Square menunjukkan bahwa $X^2_{hitung} > X^2_{tabel}$.
 - Keandalan
 $X^2_{hitung} (798,61 > 15,507) X^2_{tabel}$
 - Daya Tanggap
 $X^2_{hitung} (763,92 > 15,507) X^2_{tabel}$
 - Kepastian
 $X^2_{hitung} (706,55 > 15,507) X^2_{tabel}$
 - Empati
 $X^2_{hitung} (763,92 > 15,507) X^2_{tabel}$
 - Berwujud
 $X^2_{hitung} (509,59 > 15,507) X^2_{tabel}$

Hal tersebut membuktikan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN UPJ Cibadak berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas peneliti memberikan saran mengenai penelitiannya yang menyangkut kualitas pelayanan terhadap tingkat kepuasan pada PT. PLN UPJ Cibadak yaitu :

1. Untuk memberikan rasa nyaman kepada pelanggan, maka disarankan kepada PT. PLN UPJ Cibadak untuk lebih memperhatikan kebersihan dan penataan ulang kantor serta menambah tempat duduk di ruang tunggu dan memasang pendingin ruangan.
2. Untuk mempermudah dan mempercepat pelayanan administrasi, maka disarankan supaya PT. PLN UPJ Cibadak menambah jumlah komputer.
3. Dalam usaha memberikan kenyamanan dan rasa aman kepada pelanggan yang menggunakan kendaraan roda dua maaupun roda empat, maka disarankan kepada PT. PLN UPJ Cibadak untuk memperluas area parkir.

DAFTAR PUSTAKA

- A. Zeithaml, Berry. 1998. *Service Quality and Its Implication for Future Research*. Terjemahan: Me Graw Hill Companies.
- A. Zeithaml dan Mary Jo Bitner. 2000. *Service Quality*, Jilid Dua. Me Graw Hill Companies.
- Amin Widjaya Tunggal. 2002. *Tanya Jawab Manajemen Pemasaran Komtemporer*. Harvarindo, Jakarta.
- Basu Swastha. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta
- Basu Swastha. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.
- Buchari Alma. 2000. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Buchari Alma. 2002. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Christoper, H. dan Lauren K. 2005. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Indeks Gramedia, Jakarta.
- David Jober. 2000. *Principle and practice of marketing*. 2 Edition. Mc Graw Hill Internasional Editions.
- Fandy Tjiptono. 2002. *Strategi Pemasaran*. Jakarta.
- Fandy Tjiptono. 2008. *Strategi Pemasaran*. Jakarta.
- Freddy Rangkuti. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Bandung
- Handi Irawan. 2002. *Sepuluh Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT Elex Media Komputindo Kelompok Gramedia, Jakarta.
- J. Supranto dan Mandan Cimagrinsa. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Gramedia. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*. Edisi Keenam. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Milenium*. Jilid II. Prehallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. 2003. *Manajemen Pemasaran Milenium*. Jakarta
- Kotler, Philip. 2004. *Manajemen Pemasaran Milenium*. Prehallindo, Jakarta.
- Kotler dan Kevin Lane Keller. 2009.
- Lenna Ellitan. 2001. *Strategi Mendongkrak Kualitas Pelayanan*. Jurnal Ekonomi STIE. NO.15/Thn. X.

- M. Manulung. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Gramedia. Bandung
- Pillai dan Bagathvi. 1997. *Marketing Shcema Company*. Subquen Edition. New Delhi.
- Pillai dan Bagathvi. 1999. *Marketing Shcema Company*. Subquen Edition. New Delhi.
- Rambat Lupiyoadi. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Pertama. Salemba Empat, Jakarta.
- Roller. 2003. *Marketing*. Indeks Gramedia. Jakarta.
- Siswanto Sutojo. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Damar mulia. Jakarta.
- Sofyan Assauri. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Gramedia. Jakarta.
- Sunarno. 2004. *Manajemen Pemasaran*. Salemba 4. Jakarta.
- William. G. Zikmud, Michael d' Amico. 1996. *Marketing*.
- William J. Stanton. 1996. *Marketing*. Irwin, Me Graw Hill Companies.
- William J. Stanton, Buchari Alma. 2000. *Marketing*. Me Graw Hill Companies.
- Yazia. 2008. *Manajemaen Pemasaran*. Gramedia.

LAMPIRAN

**EVALUASI PERSEPSI PELANGGAN TERHADAP KUALITAS
PELAYANAN PT. PLN UPJ CIBADAK**

Salam Hormat,

Mohon bantuan dan kesediaan untuk menjawab seluruh pertanyaan yang tersedia dengan memberi tanda (X) pada suatu item jawaban, sesuai dengan pengalaman Anda sebagai pelanggan PT. PLN UPJ Cileungsi.

A. Karakteristik Responden

1. Nama : L/P
2. Alamat :
3. Umur
 - a. <25
 - b. 26 – 30
 - c. 31 – 40
 - d. 36 - 40
 - e. >40
4. Pekerjaan
 - a. Pegawai negeri
 - b. Pegawai swasta
 - c. ABRI
 - d. Wirausahawan
 - e. Lainnya.....
5. Pendidikan terakhir
 - a. SD atau sederajat
 - b. SMP atau sederajat
 - c. SMA atau sederajat
 - d. DI – DII
 - e. Lainnya.....
6. Alasan datang ke PLN UPJ Cileungsi
 - a. Pembayaran rekening
 - b. Pemasangan baru
 - c. penambahan daya
 - d. pengaduan/keluhan
 - e. Lainnya.....

**Penilaian Konsumen Berdasarkan Tingkat Harapan
Terhadap Kualitas Pelayanan PT. PLN UPJ Cibadak**

Berilah tanda "X" pada kolom yang tersedia

Ket :

SB : Sangat Baik

B : Baik

CB : Cukup Baik

KB : Kurang Baik

TB : Tidak Baik

| No. | Kualitas Pelayanan | SB | B | CB | KB | TB |
|-----------|--|----|---|----|----|----|
| A. | Dimensi Keandalan | | | | | |
| | 1. Kemudahan jadi pelanggan baru | | | | | |
| | 2. Kemudahan proses pembayaran rekening | | | | | |
| | 3. Kemudahan dalam memberikan pelayanan yang di janjikan | | | | | |
| B. | Dimensi Daya Tanggap | | | | | |
| | 1. PLN memberikan pelayanan secara tepat | | | | | |
| | 2. PLN memberikan pelayanan yang membuat pelanggan nyaman | | | | | |
| | 3. PLN mempunyai kemauan memberikan pelayanan khusus kepada pelanggan | | | | | |
| C. | Dimensi Kepastian | | | | | |
| | 1. Karyawan berlaku sopan saat memberikan pelayanan | | | | | |
| | 2. Karyawan berpenampilan rapi dan menarik | | | | | |
| | 3. Karyawan bersikap ramah kepada pelanggan | | | | | |
| D. | Dimensi empati | | | | | |
| | 1. Kepekaan karyawan dalam menangani pengaduan | | | | | |
| | 2. Sikap karyawan terhadap pelanggan dalam melakukan tugasnya | | | | | |
| | 3. Karyawan PLN cepat tanggap dalam melayani pelanggan | | | | | |
| E. | Dimensi Berwujud | | | | | |
| | 1. Kebersihan, kerapian, dan kenyamanan kantor PLN UPJ Cileungsi | | | | | |
| | 2. Perlengkapan elektronik terutama komputer dalam menunjang pekerjaan | | | | | |
| | 3. Area parker yang memadai | | | | | |

Penilaian Konsumen Berdasarkan Tingkat Kinerja Terhadap Kualitas Pelayanan PT. PLN UPJ Cibadak

Berilah tanda "X" pada kolom yang tersedia

Ket :

SP : Sangat Puas

P : Puas

CP : Cukup Puas

TP : Tidak Puas

| No. | Kualitas Pelayanan | SP | P | CP | KP | TP |
|-----|--|----|---|----|----|----|
| A. | Dimensi Keandalan | | | | | |
| | 1. Kemudahan jadi pelanggan baru | | | | | |
| | 2. Kemudahan proses pembayaran rekening | | | | | |
| | 3. Kemudahan dalam memberikan pelayanan yang di janjikan | | | | | |
| B. | Dimensi Daya Tanggap | | | | | |
| | 1. PLN memberikan pelayanan secara tepat | | | | | |
| | 2. PLN memberikan pelayanan yang membuat pelanggan nyaman | | | | | |
| | 3. PLN mempunyai kemauan memberikan pelayanan khusus kepada pelanggan | | | | | |
| C. | Dimensi Kepastian | | | | | |
| | 1. Karyawan berlaku sopan saat memberikan pelayanan | | | | | |
| | 2. Karyawan berpenampilan rapid dan menarik | | | | | |
| | 3. Karyawan bersikap ramah kepada pelanggan | | | | | |
| D. | Dimensi empati | | | | | |
| | 1. Kepekaan karyawan dalam menangani pengaduan | | | | | |
| | 2. Sikap karyawan terhadap pelanggan dalam melakukan tugasnya | | | | | |
| | 3. Karyawan PLN cepat tanggap dalam melayani pelanggan | | | | | |
| E. | Dimensi Berwujud | | | | | |
| | 1. Kebersihan, kerapihan, dan kenyamanan kantor PLN UPJ Cileungsi | | | | | |
| | 2. Perlengkapan elektronik terutama komputer dalam menunjang pekerjaan | | | | | |
| | 3. Area parker yang memadai | | | | | |

: 306/ /UPJCBD/2010

26 Oktober 2010

an : -
: Pelaksanaan Survey
Akademis (Observasi)

Kepada :
Yth. Pimpinan
Universitas Pakuan Bogor
di
Bogor

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sundiat
Jabatan : Spv. Adm & Keuangan

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa Mahasiswa tersebut dibawah ini :

Nama : Santi Damayanti
NPM : 021106200
Jurusan : Manajemen

Adalah benar telah melaksanakan Survey Akademis (Observasi) di PT. PLN (Persero) UPJ Cibadak pada bulan September 2010.

Demikian surat keterangan ini kami buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan seperlunya.

