

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN PERUBAHAN DAYA LISTRIK TERHADAP KEPUASAAN
PELANGGAN RAYON UJUNG BERUNG DI PT.PLN BANDUNG DISTRIBUSI JAWA BARAT DAN
BANTEN**

Santa Tobing¹

Martha Tri Lestari, S.Sos., MM²

Asaas Putra, S.Sos., M.I.Kom³

^{1,2,3}Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹santatobing@gmail.com, ²martha.djamil@gmail.com, ³asaasputra@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan perubahan daya listrik yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan rayon ujung berung di PT.PLN Bandung Distribusi Jawa Barat dan Banten. Penelitian ini menggunakan beberapa teori yang relevan, seperti teori dasar komunikasi dan pemakaian teori umum seperti *uses and gratification*, kualitas layanan, dan kepuasan pelanggan.

Penelitian ini memakai metode deskriptif kuantitatif. Populasi dan sampel ditetapkan 100 responden menggunakan rumus Slovin. Teknik pengumpulan data menggunakan observasi dan kuesioner. Teknik analisa data dalam penelitian ini adalah analisis Regresi Linier Berganda.

Hasil penelitian menemukan bahwa secara simultan, penelitian ini membuktikan dugaan hipotesis H_0 ditolak dan H_1 diterima yaitu kualitas layanan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT.PLN Bandung DJBB. Secara parsial kualitas layanan telah diterapkan dengan baik dalam mencapai kepuasan pelanggan oleh PT.PLN DJBB. Hasil dari penelitian ini mengungkapkan adanya pengaruh kualitas layanan yaitu sebesar 72,21%, adanya pengaruh kepuasan pelanggan yaitu sebesar 79,73, dan pengaruh dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 62.2% dan sisanya yang sebesar 37,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Kata Kunci : kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan, *uses and gratification*, komunikasi

ABSTRACT

The research aims to know affected of service quality of electricity energy transformation toward satisfaction by ujung berung's customer in PT.PLN Bandung Distribution West Java and Banten. These research using some theories that relevant with these research, like communication as a basic theory and the general theory like uses and gratification, quality service and customer satisfaction.

These research using of quantitative descriptive. Population and sample to appointment 100 respondent through Slovin formulation. Gathering data technique using observation and questioner. Data analysis technique using of Simple Regression analysis.

The resulted of research to found that in simultaneous the result of research to be proof the hypohthesis H_0 to push and H_1 to accepted the service quality of in simultaneous to affected in significant positive toward satisfaction by PT.PLN Bandung Distribution West Java and Banten. In partially the service quality have applied with good in achieve of satisfaction by ujung berung's customer in PT.PLN Bandung Distribution West Java and Banten. The resulted is the influenced of quality service with amount 75,21%, the satisfaction by customer with amount 79,73%, and the influenced of service quality to customer's satisfaction with amount 62,2%. Rest amount 37,8% influenced by other factors outside of variables of these research.

Keywords: service quality, costumer satisfaction, uses and gratification, communication

1. Pendahuluan

Perusahaan Listrik Negara (PLN) adalah badan usaha milik negara yang bergerak dibidang pelayanan jasa dan bertanggung jawab mengurus semua aspek kelistrikan yang ada di Indonesia atau dapat dikatakan sebagai perusahaan monopoli di Indonesia yang bertugas sebagai penyedia tenaga listrik, baik dalam kegiatan penyaluran dan distribusi. Walaupun memiliki status sebagai perusahaan monopoli di Indonesia, Kondisi tersebut tidak membuat

PLN lengah untuk selalu berinovasi dalam menjaga kepuasan pelanggan, justru sebaliknya PLN selalu meningkatkan kualitas pelayanan mereka. Layanan Perubahan Daya (PD) adalah jasa yang ditawarkan PLN Bandung Distribusi Jawa Barat dan Banten, untuk pelanggan yang ingin mengubah daya listrik dikediamannya baik menambah maupun mengurangi daya. PLN DJBB juga memiliki standarisasi waktu pelayanan PD listrik, bahwa lama pergantian perubahan daya dilakukan maksimal 5 hari kerja, guna untuk memenuhi kebutuhan pelanggan dan meningkatkan kualitas layanan Perubahan Daya

Berdasarkan data tabel 1 diketahui bahwa dari 544 orang pelanggan yang melakukan perubahan daya tahun 2014, lama pergantian setelah membayar biaya ,selama 1 s/d 5 hari kerja sebanyak 349 orang pelanggan dan yang menyatakan 5 s/d 10 hari ada sebanyak 127 orang pelanggan, sementara pelanggan yang lama pergantiannya >10 hari ada sebanyak 68 orang pelanggan. Total keseluruhan pelanggan yang mendapatkan pelayanan lebih dari 5 hari ada sebanyak 195 orang pelanggan. Dapat dilihat bahwa adanya masalah dalam layanan perubahan daya PT.PLN DJBB, lama pergantian daya setelah pelanggan membayar biaya administrasi masih belum sesuai dengan standarisasi waktu pergantian daya yang telah ditetapkan oleh PLN yaitu maksimal 5 hari kerja. Hal ini tidak sesuai dengan harapan pelanggan yang menginginkan kualitas pelayanan yang baik dan menimbulkan ketidakpuasan pada diri pelanggan.

Permasalahan yang terjadi pada bagian standarisasi waktu pelayanan dapat terjadi akibat Iklan dan slogan/janji perusahaan seringkali mempengaruhi ekspektasi pelanggan. Jika penyedia jasa memberikan janji berlebihan, maka risikonya adalah harapan pelanggan bisa membumbung tinggi dan sulit dipenuhi. Maka dalam hal ini, komunikasi memiliki peranan penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan yang baik dan efektif dari petugas ke pelanggan, baik komunikasi secara tatap muka maupun komunikasi menggunakan media. Petugas callback center 123 dan petugas lapangan di PT.PLN (persero) Distribusi Jawa Barat dan Banten tidak hanya dibekali kemampuan dalam masalah teknis saja, namun juga pengetahuan dan penerapan dalam komunikasi dan *service*. Petugas juga merupakan ujung tombak komunikasi antara perusahaan dengan pelanggan, dalam penelitian ini adalah pelanggan yang melakukan perubahan daya di rayon Ujung berung. Bila terjadi gap atau kesenjangan komunikasi, maka bisa timbul penilaian atau persepsi negatif terhadap kualitas jasa, Tjiptono & Chandra (2011: 255). PT. PLN perlu secara cermat memenuhi kebutuhan pelanggan agar tidak terjadinya kekecewaan terhadap layanan yang diberikan. Penelitian ini lebih spesifik mengamati mengenai pengaruh kualitas layanan perubahan daya terhadap kepuasan pelanggan rayon ujung berung dan untuk mengetahui apakah komunikasi yang dilakukan petugas memiliki peranan penting dalam pemenuhan informasi pelanggan.

Bitner (1993), Oliver (1981) & Parasuraman, et al., (1988) dalam Tjiptono dan Chandra (2011: 310) menunjukkan adanya hubungan antara kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Ia menyatakan bahwa, Kepuasan pelanggan terhadap pengalaman jasa tertentu akan mengarah pada evaluasi atau sikap keseluruhan terhadap kualitas jasa sepanjang waktu. Kepuasan pelanggan sangat tergantung pada kinerja dan harapan pelanggan, dimana kinerja perusahaan melebihi ekspektasi pelanggan sehingga memunculkan rasa puas pada diri pelanggan. Sementara menurut Tjiptono & Chandra (2011: 180) yang menyatakan bahwa, "Kualitas jasa bisa diwujudkan melalui pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan".

Dalam penelitian ini ketepatan penyampaian merupakan salah satu bentuk komunikasi antara petugas dan pelanggan. Mahmud (2010: 17) Komunikasi yakni penyampaian pesan dari suatu sumber melalui medium kepada penerima. Ketepatan penyampaian informasi yang diterima pelanggan, dapat terjadi jika komunikasi terjalin secara efektif kepada pelanggan. Menurut Wijaya (2011: 8) menyatakan bahwa Komunikasi merupakan bagian dari kualitas..., kualitas informasi yang menyertai produk tersebut dapat secara mendalam mempengaruhi persepsi kualitas konsumen dan kepuasannya.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dan verifikatif melalui pendekatan survey, Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana tanggapan pelanggan rayon Ujung Berung dengan adanya standarisasi waktu layanan Perubahan Daya (maksimal 5 hari kerja) PT.PLN DJBB dan Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas Layanan Perubahan Daya (maksimal 5 hari kerja) PT.PLN DJBB terhadap kepuasan pelanggan rayon ujung berung.

2. Dasar Teori/ Material dan Metodologi dan Perancangan

2.1 Teori

Komunikasi

Penelitian ini menggunakan teori komunikasi sebagai teori dasar, Komunikasi merupakan salah satu kegiatan intraksi yang sangat penting dalam semua aspek kehidupan manusia. menurut Laswell (2009: 5) menyatakan bahwa, “Komunikasi yaitu adalah proses yang menggambarkan siapa mengatakan apa dengan cara apa, kepada siapa dengan efek apa”

A. Jenis-Jenis Komunikasi

Menurut (Barker, 1987:13) dalam (Deddy Mulyana, 2009:32) transaksi antara manusia dalam kegiatan komunikasi meliputi:

- a. *Intrapersonal Communication*: Merupakan Komunikasi dengan diri sendiri, atau berbicara sendiri.
- b. *Interpersonal Communication*: Komunikasi yang terjadi antar individu yang satu dengan yang lain atau melibatkan dua atau lebih individu. Berbicara melalui telepon, wawancara, merupakan beberapa kegiatan komunikasi interpersonal yang sering dilakukan oleh orang.
- c. *Group Communication*: Beberapa orang yang memiliki tujuan yang sama dan saling berintraksi.
- d. *Organizational Communication*: bentuk komunikasi antar pribadi untuk mencapai tujuan organisasi.
- e. *Mass transaction communication*: Komunikasi yang dilakukan melalui media masa, baik cetak maupun elektronik.

B. Teori Uses and Gratification

Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974. Teori ini mempersoalkan apa yang dilakukan khalayak pada media, yakni menggunakan media sebagai pemuas kebutuhannya. Konsep uses and gratification dikembangkan oleh Philip Palmgreen dengan menambahkan apakah motif dapat dipenuhi oleh media. Konsep ini disebut GS (Gratification Sought) dan GO (Gratification Obtained). Gratification sought adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengkonsumsi suatu jenis media sedangkan gratification obtained adalah kepuasan nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu media. Kriyantono (2009: 210).

Jasa

Menurut (Nirwana, 2006) menyatakan bahwa, “Jasa atau service merupakan bentuk pelayanan, aktivitas ekonomi, bersifat immaterial, memberikan nilai tambah (value added), memberikan manfaat waktu dan tempat yang dapat memberikan tingkat kepuasan pelanggan.” Sedangkan menurut Kotler (2006) yang dikutip oleh Wijaya, (2011: 16) menyatakan, “Jasa adalah setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak ke pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Kualitas Pelayanan

Salah satu faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah kualitas. Definisi kualitas bagi pelanggan adalah keseluruhan kemampuan dan karakteristik yang dimiliki oleh sebuah produk atau jasa untuk memenuhi kepuasan atau kebutuhan pelanggan. Sedangkan bagi perusahaan baik itu yang menjual produk ataupun jasa, perusahaan yang berkualitas adalah yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggannya Kotler & Keller (2012: 131).

Kualitas pelayanan (jasa) dikelompokkan ke dalam 5 Dimensi kualitas oleh Parasuraman Zeithaml & Berry (1988) dalam Tjiptono & Chandra (2011:198), yaitu:

1. Reliabilitas (*Reliability*)

Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati.

2. Daya Tanggap (*Responsiveness*)
Berkenan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.
3. Jaminan (*Assurance*)
Kesediaan dan Kemampuan karyawan dalam menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Jaminan juga berarti bahwa para karyawan selalu bersikap sopan dan menguasai pengetahuan dan keterampilan yang dibutuhkan untuk menangani setiap pertanyaan atau masalah pelanggan.
4. Empati (*Emphaty*)
Perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam oprasional yang nyaman.
5. Bukti Fisik (*Tangible*)
Berkenan dengan daya Tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Kepuasan Pelanggan

Setiap perusahaan selalu menginginkan memiliki pelanggan yang merasa puas dan loyal Soedjas (2014: 107). Kepuasan mencerminkan penilaian seseorang tentang kinerja produk anggapannya (atau hasil) dalam kaitannya dengan ekspektasi. Jika kinerja produk tersebut tidak memenuhi ekspektasi, pelanggan tersebut tidak puas dan kecewa. Jika kinerja produk sesuai dengan ekspektasi, pelanggan tersebut puas. Jika kinerja produk melebihi ekspedisi, pelanggan tersebut senang. Menurut pendapat Kotler dan Keller (2009: 138), kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka.

2.2 Metodologi

Populasi dalam Penelitian ini adalah Pelanggan Rayon Ujung Berung yang pernah menggunakan Layanan Perubahan Daya di PT. PLN Distribusi Jawa Barat dan Banten, Area Bandung dengan sampel sebanyak 100 responden dengan tingkat kesalahan 10 %. Menggunakan teknik wawancara, kuesioner dan studi pustaka.

Penelitian ini menggunakan uji validitas dan realibilitas yaitu Pengujian Validitas menurut Siregar (2013:46) adalah suatu hal yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur sementara Pengertian realibilitas menurut Siregar (2013: 55) mengatakan bahwa reabilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan pengukur alat yang sama pula. Teknik analisis data yang digunakan teknik deskriptif, analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi dan koefisien determinasi.

2.3 Keterangan Tabel dan Gambar

Tabel 1

Banyaknya Jumlah Pelanggan Berdasarkan Lama Pergantian Perubahan Daya Listrik

NO.	Lama Pergantian Setelah Membayar	Jumlah Responden Ujung berung (orang)
1	1 s/d 5 Hari	349
2	5 s/d 10 Hari	127
3	>10 Hari	68

Total Pelanggan	544
-----------------	-----

Sumber : Grafik rekapitulasi calback center 2014

Tabel 4.2

Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standartized Coefficients	t	Sig.	Correlations	
	B	Std.Error	Beta			Zero-order	Partial
1 (Constant)	3.857	1.591		2.425	.017		
Kualitas Pelayanan	.314	.025	.789	12.729	.000	.789	.789

a. Dependent Variabel: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Hasil olah data peneliti dengan SPSS for Mac 22

Tabel 4.3

Hasil Koefisien Korelasi dan Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics			
					R Square Change	F Change	df1	df2
1	.789 ^a	.623	.619	2.139	.623	162.020	1	98

Sumber: Hasil olah data peneliti dengan SPSS for Mac 22

3. Pembahasan

Menurut Nina Rahmayanty, (2010: 5) Pelayanan dan kepuasan pelanggan merupakan tujuan utama perusahaan, karena tanpa pelanggan perusahaan tidak akan ada. Penilaian pelanggan pada kualitas pelayanan perusahaan merupakan hal yang penting sebagai acuan dalam peningkatan pelayanan sehingga terciptanya suatu kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, memberikan layanan yang baik kepada pelanggan merupakan hal mutlak yang perlu dilakukan oleh perusahaan guna membuat pelanggan tetap merasa loyal dan puas terhadap kinerja perusahaan. Kepuasan pelanggan atau konsumen berlaku untuk semua industri baik yang bergerak dibidang manufaktur maupun di bidang jasa, Tony Wijaya, (2011: 63).

Berdasarkan data karakteristik responden terlihat bahwa yang menggunakan jasa layanan perubahan daya PLN di Rayon ujung berung didominasi oleh pria, pada karakteristik berdasarkan usia, data menunjukkan usia yang paling banyak menggunakan jasa layanan perubahan daya listrik pada rayon ujung berung adalah dari usia 41-50 tahun dan 31-40 tahun, sementara karakteristik berdasarkan pendidikan terakhir adalah yang memiliki gelar pendidikan terakhir S1, dan dari data tersebut juga terlihat bahwa karakteristik pekerjaan yang paling banyak menggunakan jasa layanan perubahan daya listrik pada rayon ujung berung adalah yang bekerja sebagai pegawai swasta.

Reliabilitas Tjiptono & Chandra (2011:198) adalah Kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang akurat sejak pertama kali tanpa membuat kesalahan apapun dan menyampaikan jasanya sesuai dengan waktu yang disepakati. Realibilitas dalam penelitian ini adalah bagaimana tanggapan pelanggan rayon ujung berung terhadap

prosedur penerimaan pelanggan di PT.PLN DJBB, apakah pelayanan perusahaan cepat dan akurat, apakah jadwal standarisasi waktu sudah tepat max lima hari kerja dan juga apakah prosedur tersebut tidak berbelit-belit. Prosedur penerimaan dan pelayanan, antara pelanggan dan petugas *frontliner* (*callcenter* 123) dilakukan dengan menggunakan media telfon, guna sebagai tempat pemenuhan informasi dan keluhan pelanggan. Hal tersebut masuk kedalam konsep *uses and gratification* dimana khalayak menggunakan media sebagai pemuas kebutuhannya. Konsep ini disebut GS (*Gratification Sought*) dan GO (*Gratification Obtained*). *Gratification sought* adalah kepuasan yang dicari atau diinginkan individu ketika mengkonsumsi suatu jenis media sedangkan *gratification obtained* adalah kepuasan nyata yang diperoleh seseorang setelah mengkonsumsi suatu media. Kriyantono (2009: 210). Melihat dari pengertian realibilitas sebelumnya, perusahaan PT.PLN DJBB telah memberikan layanan yang tepat, yaitu sesuai dengan waktu yang telah disepakati, dapat dilihat berdasarkan data yang diperoleh dari kuesioner, semua butir pertanyaan untuk mengukur dimensi reliabilitas masuk ke dalam kategori baik, dengan peringkat persentase tertinggi adalah jadwal standarisasi waktu pelayanan dijalankan dengan tepat yaitu max lima hari kerja terhitung setelah pelanggan membayar biaya administrasi. Dapat ditarik kesimpulan bahwa semakin baik tingkat reliabilitas PT.PLN DJBB maka akan mempengaruhi kepuasan dari pelanggan rayon ujung berung.

Mengutip dari (Kotler, 2000) dalam Tjiptono & Chandra, (2011: 74) Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa dan menurut Kotler & Keller (2012: 131) perusahaan yang berkualitas adalah yang mampu memenuhi kebutuhan pelanggannya. Oleh karena itu, memberikan layanan yang baik kepada pelanggan merupakan hal mutlak yang perlu dilakukan oleh perusahaan guna membuat pelanggan tetap merasa loyal dan puas terhadap kinerja perusahaan. Penelitian ini menggunakan dimensi kualitas jasa pada variabel kualitas layanan (X) yang bertujuan untuk mengukur kepuasan pelanggan berdasarkan kualitas layanan PT.PLN DJBB. Kualitas pelayanan (jasa) dikelompokkan ke dalam lima Dimensi kualitas oleh Parasuraman Zeithaml & Berry (1988) dalam Tjiptono & Chandra (2011:198) adapun dimensi kualitas jasa tersebut yaitu, reliabilitas, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik.

Mengutip dari Tjiptono & Chandra (2011:198) Daya tanggap yaitu, berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat. Pada penelitian ini daya tanggap merupakan kemampuan dari karyawan atau petugas cepat tanggap dalam menyelesaikan keluhan pelanggan, bagaimana petugas memberikan informasi dengan jelas dan mudah dimengerti oleh pelanggan, dan juga respon yang cepat saat pelanggan membutuhkan. Melihat dari pengertian daya tanggap sebelumnya, PT.PLN DJBB telah memperlihatkan daya tanggap yang cepat terhadap kebutuhan pelanggan, dapat dilihat berdasarkan data kuesioner yang telah diolah, ketiga butir pertanyaan untuk dimensi daya tanggap yang telah diajukan kepada pelanggan rayon ujung berung masuk kedalam kategori baik, dengan presentase tertinggi yaitu “petugas memberikan informasi kepada pelanggan dengan jelas dan mudah dimengerti” dalam hal ini Dimensi daya tanggap juga dapat dinilai dari bagaimana cara petugas berkomunikasi dalam memahami dan memberikan perhatian kepada pelanggan, seperti yang dikutip dari Wijaya (2011: 8) yang menyatakan bahwa Komunikasi merupakan bagian dari kualitas..., kualitas informasi yang menyertai produk tersebut dapat secara mendalam mempengaruhi persepsi kualitas konsumen dan kepuasannya.

Jaminan Tjiptono & Chandra (2011:198) adalah kesediaan dan kemampuan karyawan dalam menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya. Dalam penelitian ini jaminan merupakan pengetahuan dan kemampuan petugas dalam memahami permintaan pelanggan, keterampilan dalam melayani, pelayanan yang sopan dan ramah, juga keamanan dan kepercayaan pelayanan. Melihat dari pengertian jaminan sebelumnya, PT.PLN DJBB telah memberikan jaminan pelayanan yang baik kepada pelanggan rayon ujung berung, dapat dilihat berdasarkan kuesioner keempat butir pertanyaan yang diajukan untuk dimensi ini, masuk kedalam kategori baik dengan persentase tertinggi “pelayanan yang sopan dan ramah” mencapai 82,8%. Maka semakin baik jaminan yang diperlihatkan oleh perusahaan PLN DJBB maka akan mempengaruhi kepuasan dari pelanggan rayon ujung berung.

Tjiptono & Chandra (2011:198) Empati yaitu perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi kepentingan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasional yang nyaman. Pada penelitian ini empati merupakan kemampuan perusahaan PT.PLN DJBB memberikan perhatian khusus kepada pelanggan, perhatian terhadap keluhan pelanggan, pelayanan yang baik terhadap semua pelanggan tanpa memandang status sosial. Melihat dari pengertian empati sebelumnya, secara keseluruhan PT.PLN DJBB telah memperlihatkan bentuk empati perusahaan terhadap masalah pelanggan dengan baik. Namun, pada butir pertanyaan mengenai “memberikan perhatian khusus kepada setiap pelanggan” dimensi empati masuk kedalam

kategori kurang baik. Menurunnya rasa empati perusahaan terhadap masalah pelanggan, akan mempengaruhi kepuasan pelanggan tersebut.

Masih menurut Tjiptono & Chandra (2011:198) Bukti fisik berkenaan dengan daya Tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan. Dalam hal ini bagian dimensi bukti fisik merupakan bentuk komunikasi nonverbal yang dilakukan oleh perusahaan PT.PLN DJBB terhadap pelanggannya. Melihat dari pengertian sebelumnya, kualitas bukti fisik mempengaruhi pelanggan rayon ujung berung, dapat dilihat berdasarkan data yang telah diolah, semua butir pertanyaan pada dimensi ini masuk kedalam kategori baik dengan presentase tertinggi ada pada butir pertanyaan mengenai “kerapihan dan kebersihan penampilan petugas” yaitu mencapai 81,2% yang juga sebagai bentuk komunikasi nonverbal yang dilakukan oleh petugas ke pelanggan.

Berdasarkan tabel 4.6 yang merupakan hasil keseluruhan dari tanggapan responden terhadap kualitas layanan berdasarkan kelima dimensi tersebut, dapat dilihat adanya pengaruh kualitas layanan perubahan daya listrik di PT.PLN DJBB yaitu sebesar 6393 dengan persentase 75,21% yang termasuk kedalam kategori baik. Artinya tanggapan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT.PLN DJBB dinilai baik. Walaupun demikian, masih terdapat faktor-faktor lain yang perlu untuk diperhatikan seperti dalam hal memberikan perhatian khusus kepada setiap pelanggan, karena memiliki nilai persentase yang terendah dan masuk kedalam kategori kurang baik.

Menurut pendapat Soedjas (2014: 107), Setiap perusahaan selalu menginginkan memiliki pelanggan yang merasa puas dan loyal. Berdasarkan tabel 4.8 yang merupakan hasil keseluruhan dari tanggapan responden terhadap kepuasan kualitas pelayanan PT.PLN terlihat adanya pengaruh kepuasan pelanggan rayon ujung berung di PT.PLN DJBB yaitu sebesar 2392 dengan persentase 79,73% yang termasuk dalam kategori baik. Artinya tanggapan pelanggan terhadap kepuasan PT.PLN DJBB dapat dikatakan baik. Mengutip dari pendapat Kotler dan Keller (2009: 138), kepuasan (*satisfaction*) adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Didalam butir pertanyaan “kualitas jasa perubahan daya yang saya dapatkan di PT.PLN lebih dari yang saya harapkan” memiliki nilai persentase sebesar 75% termasuk ke dalam kategori baik, sesuai dengan pengertian *satisfaction* sebelumnya ekspektasi pelanggan rayon ujung berung terhadap kualitas perubahan daya listrik ternyata sesuai dengan harapan mereka, hal tersebut dapat dipicu oleh beberapa hal, termasuk didalamnya pelayanan petugas yang sopan dan ramah, kerapian dan kebersihan petugas (sebagai bentuk komunikasi nonverbal antara petugas dan pelanggan), kemampuan petugas memberikan informasi kepada pelanggan dengan jelas dan mudah dimengerti, dan juga jadwal standarisasi waktu pelayanan dilakukan dengan tepat waktu yaitu maksimal lima hari kerja. Walaupun demikian, masih terdapat faktor-faktor lain yang perlu diperhatikan seperti “saya mendapatkan apa yang saya inginkan dengan menggunakan layanan jasa perubahan daya listrik PLN” walau termasuk kedalam kategori baik tetapi butir pertanyaan ini memiliki nilai persentase yang terendah, salah satu penyebab yang mungkin terjadi adalah kurangnya perhatian khusus yang diberikan petugas kepada pelanggan.

Penelitian ini menggunakan analisis regresi liner sederhana, regresi sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel tak bebas (*dependent*). Berdasarkan hasil dari tabel 4.10 terlihat konstanta (α) = (3,857) hasil tersebut menyatakan bahwa jika kualitas layanan sama dengan nol maka kepuasan pelanggan sebesar 3,857. Selanjutnya, koefisien regresi untuk variabel bebas (X) = (0,314) hasil tersebut menyatakan jika kualitas layanan sama dengan nol, maka kepuasan pelanggan sebesar 0,314. Nilai regresi variabel X sebesar 0,314 yang berarti setiap kenaikan 1 satuan kualitas pelayanan maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,314.

Penelitian ini menggunakan koefisien korelasi dan determinasi, dimana koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih atau juga dapat menentukan arah dari kedua variabel. Berdasarkan perhitungan sebelumnya terlihat bahwa koefisien korelasi kualitas pelayanan (X) sebesar 0,789. Nilai tersebut berada diantara nilai 0,60 – 0,799, yang berarti variabel (X) memiliki keeratan hubungan yang kuat dengan kepuasan pelanggan rayon ujung berung di PT.PLN DJBB (Y). Sementara koefisien determinasi yg memiliki pengertian angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat). Pada tabel 4.11 dapat dilihat bahwa R sebesar 0,789 dengan R square (r^2) adalah 0,623 dan secara perhitungan koefisien determinasi pada penelitian ini sebesar 62,2% artinya kepuasan pelanggan rayon ujung berung di PT.PLN DJBB dipengaruhi oleh kualitas jasa layanan perubahan daya listrik, dan sisanya 37,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini.

Selain itu, penelitian ini menggunakan uji hipotesis (uji- t) Berdasarkan perhitungan sebelumnya, diperoleh hasil t hitung sebesar 12,56. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa nilai t hitung (12,56) > t tabel (3,232) yang berarti H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan demikian kualitas layanan perubahan daya listrik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan rayon ujung berung di PT. PLN DJBB.

KESIMPULAN

Berdasarkan analisis data yang telah dilakukan, maka kesimpulan yang dapat ditarik pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Tanggapan pelanggan rayon ujung berung terhadap standarisasi waktu pelayanan dapat dikatakan baik, karena memiliki nilai persentasi sebesar 77,4%. Walau demikian, dari 100 responden ada 15 responden berdasarkan data kuesioner yang tidak setuju dengan dengan “jadwal standarisasi waktu pelayanan dijalankan dengan tepat (max 5 hari kerja).
- b. Terdapat pengaruh positif antara kualitas layanan perubahan daya listrik dan kepuasan pelanggan rayon ujung berung di PT.PLN DJBB, hal tersebut dapat dilihat dari hasil perhitungan, koefisien korelasi sebesar 0,789. Nilai tersebut berada diantara nilai 0,60-0,799 yang berarti terdapat hubungan yang kuat antara kualitas layanan dan kepuasan pelanggan rayon ujung berung di PT.PLN DJBB. Koefisien determinasi sebesar 62,2% artinya kepuasan pelanggan rayon ujung berung di PT.PLN DJBB dipengaruhi oleh kualitas jasa layanan perubahan daya listrik, dan sisanya 37,8% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian ini. Hasil uji hipotesis (uji- t) menyatakan bahwa nilai t hitung (12,56) > t tabel (3,232) yang berarti H_a diterima dan H_o ditolak. Dengan demikian kualitas layanan perubahan daya listrik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan rayon ujung berung di PT. PLN DJBB.

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler & Keller (2009). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler & Keller. (2012). *Marketing Management*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kriyantono, Rachmat. (2009). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Machfoed, Mahmud. (2010). *Komunikasi Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Cakra Ilmu.
- Mulyana, Deddy. (2009). *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- Siregar, Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Soedjas, Triwibowo. 2014. *Layanan WOW untuk Pelanggan*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta,CV.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta,CV.
- Tjiptono dan Chandra. (2011). *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: C.V Andi Offset.
- Wijaya, Tony. (2011). *Manajemen Kualitas Jasa: Desain Servqual, OFD, dan Kano: Disertai Contoh Aplikasi Dalam Kasus Penelitian*. Jakarta: PT. Permata Puri Media.