

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RUMAH TANGGA PADA PT. PLN (Persero) RAYON SAMARINDA ULU

SABARIAH¹

Abstrak

Sabariah 1102015169, Penelitian ini membahas tentang Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Tangga Pada PT. PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu, di bawah bimbingan bapak Dr. H. Achmad Djumlani, M.si dan bapak Dr. Enos Passele, S.Sos M.AP.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengukur kekuatan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu.

Populasi yang diambil dalam penelitian ini menggunakan metode sampling random (Probability Sampling), Sedangkan jenis probability sampling yang digunakan adalah Cluster Sampling. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah korelasi statistik parametris. Yaitu koefisien Product Moment dan analisis Regresi Linear Sederhana.

Berdasarkan analisis data dan pengujian hipotesis diketahui bahwa kedua variabel yaitu kualitas pelayanan (X) dan kepuasan pelanggan (Y) mempunyai pengaruh yang positif dan sedang, hal ini dibuktikan dengan $r = 0,85$ dimana pedoman untuk memberikan interpretasi yang berada pada interval 0,80-1,00 yang termasuk kategori sangat. Kualitas pelayanan PT. PLN (persero) Rayon Samarinda Ulu memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan yaitu sebesar 72,25% , oleh karena itu kualitas pelayanan pada PT. PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu harus dipertahankan dan di tingkatkan lagi agar kualitas pelayanan yang sudah ada dapat lebih baik guna memberikan kepuasan kepada pelanggan.

Kata Kunci : *Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan*

PENDAHULUAN

Pelayanan merupakan tugas utama yang hakiki dari sosok aparatur, sebagai abdi negara dan abdi masyarakat. Tugas ini dijelaskan dalam pembukaan UUD 1945 alinea keempat, yang meliputi empat aspek pelayanan pokok aparatur terhadap masyarakat, yaitu melindungi segenap bangsa Indonesia, memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsadan melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi dan keadilan sosial.

¹ Mahasiswa Program Studi Ilmu Administrasi Negara, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email: sabariahhasan92@gmail.com

Tuntutan masyarakat akan pelayanan prima saat ini memaksa penyedia layanan untuk menata kembali pelayanan publik yang di sediakan kepada masyarakat. Masyarakat dengan banyak kebutuhannya selalu mencari kepuasan dalam memenuhi kebutuhan hidupnya. Jika masyarakat tidak mendapatkan kepuasan, maka akan menimbulkan persepsi negatif akan pelayanan dalam lingkungan masyarakat.

Pada umumnya, pelayanan publik perlu memperhatikan kebutuhan pelanggan. Kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi jika pelayanan publik dapat memberikan pelayanan yang memenuhi enam dari sepuluh indikator pelayanan yang baik berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Gasperz (1997:2) yaitu kepastian waktu pelayanan, akurasi pelayanan, kesopanan dan keramahan, tanggung jawab, kelengkapan, dan kemudahan mendapatkan pelayanan. Jika pelayanan yang diberikan telah memenuhi kriteria-kriteria tersebut, maka dapat dikatakan kebutuhan telah terpenuhi sehingga dapat memberikan kepuasan kepada masyarakat.

Berdasarkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 tahun 2003 tentang pedoman umum penyelenggaraan pelayanan publik seperti prosedur pelayanan, persyaratan pelayanan, kemampuan petugas pelayanan, kecepatan pelayanan, keadilan mendapatkan pelayanan, kepastian biaya pelayanan, dan kepastian jadwal pelayanan maka pemerintah memiliki konsekuensi untuk meningkatkan pelayanan dalam sektor pelayanan publik.

PLN adalah salah satu sektor pelayanan publik yang saat sekarang ini mendapatkan banyak sorotan dan keluhan dari masyarakat termasuk PLN Rayon Samarinda Ulu. Kebijakan TDL (tarif dasar listrik) yang terus meningkat menjadi masalah. TDL terus meningkat salah satunya di sebabkan oleh penggunaan energi BBM untuk membangkitkan mesin pembangkit listrik PLN dimana untuk saat ini harga BBM tidak stabil karena sangat tergantung pada harga minyak dunia.

Selain masalah TDL yang terus meningkat masalah lain yang peneliti dapatkan dari observasi sementara, menyangkut kualitas pelayanan PLN Rayon Samarinda Ulu adalah pemadaman listrik yang dilakukan oleh PLN. Begitu banyak kerugian yang dialami masyarakat dengan pemadaman listrik secara sepihak oleh pihak PLN. Masyarakat yang mengandalkan pekerjaannya dengan listrikpun tidak dapat bekerja.

Menurut peneliti pada peninjauan data awal di lokasi penelitian, peneliti menarik kesimpulan awal bahwa, sikap petugas pelayananpun sering mendapat sorotan. Ketika pelanggan melakukan komplain, pihak pemberi layanan tidak memberikan pelayanan yang maksimal. PLN dinilai kurang tanggap dan lambat dalam menyelesaikan keluhan dan masalah yang pada akhirnya membuat masyarakat kecewa. Pelayanan pun mendapat nilai negatif dari masyarakat dan menimbulkan ketidakpuasan bagi masyarakat selaku pelanggan PT.PLN (Persero).

Asumsi penulis tentang kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di dukung oleh teori Rangkuti (2002:20) yang mengatakan bahwa tujuan manajemen

pelayanan jasa adalah untuk meningkatkan kualitas tertentu, karena erat kaitannya dengan pelanggan, tingkat ini dihubungkan dengan tingkat kepuasan pelanggan

Berdasarkan latar belakang di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul : “ Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Tangga pada PT. PLN (PERSERO) Rayon Samarinda Ulu“

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian serta penjelasan yang telah dikemukakan pada latar belakang masalah maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: seberapa kuat pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu?

Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah : untuk mengukur kekuatan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu.

Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

1. Segi Teoritis: Diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan dapat membandingkan antara teori yang diperoleh di bangku kuliah dengan kenyataan yang ada dilapangan dalam rangka meningkatkan dan mengembangkan ilmu pengetahuan.
2. Segi Praktis: Diharapkan bahwa hasil ini dapat memberikan sumbangan pemikiran bagi pemecahan masalah praktis yang berkaitan dengan bagaimana meningkatkan pelayanan PT. PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu.

Pelayanan Publik

Pelayanan publik pada dasarnya dapat didefinisikan sebagai aktivitas seseorang, sekelompok atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan (Pasolong,2007:128)

Pelayanan publik menurut Sinambela (Pasolong,2007:128) adalah sebagai setiap kegiatan yang dilakukan oleh pemerintah terhadap sejumlah manusia yang memiliki setiap kegiatan yang menggantungkan dalam suatu kesimpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada produk secara fisik.

Sedangkan menurut Robert (1996:30) pelayanan publik adalah segala bentuk kegiatan pelayanan umum yang dilaksanakan oleh instansi pemerintah pusat, di daerah dan lingkungan badan usaha milik negara dan daerah dalam barang atau jasa baik dalam rangka upaya pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketertiban.

Standar Pelayanan Publik

Berdasarkan Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara No. 63 Tahun 2003 tentang pedoman umum penyelenggaraan pelayanan publik, standar kualitas pelayanan sekurang-kurangnya meliputi :

- a. Prosedur pelayanan yang di lakukan bagi pemberi dan penerima pelayanan termasuk pengaduan.
- b. Waktu penyelesaian yang di tetapkan sejak sesaat pengajuan permohonan sampai penyelesaian pelayanan termasuk pengaduan.
- c. Biaya pelayanan termasuk rinciannya yang ditetapkan dalam proses pemberian pelayanan.
- d. Produk pelayanan, hasil pelayanan yang akan diterima sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
- e. Sarana dan prasarana, penyedia sarana dan prasarana pelayanan yang memadai oleh penyelenggara pelayanan publik.
- f. Kompetensi petugas pemberi layanan harus ditetapkan dengan tepat berdasarkan pengetahuan, keahlian, keterampilan, sikap dan perilaku yang dibutuhkan.

Pengertian Kualitas

Kata kualitas memiliki banyak definisi yang konvensional hingga yang strategis. Definisi yang konvensional dari kualitas biasanya menggambarkan karakteristik langsung dari suatu produk, seperti *performance* (kinerja), *reability* (kehandalan), *esthetic* (estetika), dsb. Sedangkan dalam definisi strategis dinyatakan bahwa kualitas adalah sesuatu yang mampu memenuhi keinginan atau kebutuhan pelanggan (Sinambela,2010:6)

Hal ini sejalan dengan yang dikemukakan Vincent dan Gazperz (2006:1) bahwa kualitas diartikan sebagai segala sesuatu yang menentukan kepuasan pelanggan dan upaya perubahan kearah perbaikan terus menerus sehingga dikenal istilah Q=MATCH (*Meets Agreed Terms and Changes*).

Kualitas Pelayanan

Kasmir (dalam Pasolong, 2007:133) bahwa pelayanan yang baik adalah kemampuan seseorang dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan dengan standar yang di tentukan.

Konsep kualitas pelayanan dapat pula dipahami melalui “*consumer behavior*” (perilaku konsumen) yaitu perilaku yang dimainkan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan dan mengevaluasi suatu produk pelayanan yang diharapkan mampu memenuhi kebutuhannya. Keputusan-keputusan konsumen untuk mengkonsumsi atau tidak mengkonsumsi suatu barang atau jasa dipengaruhi berbagai faktor, antara lain persepsinya terhadap kualitas pelayanan. Hal ini menunjukkan adanya interaksi yang kuat antara kepuasan konsumen dengan kualitas pelayanan. (Pasolong, 2007:135).

Indikator Kualitas Pelayanan

Konsep kualitas pelayanan merupakan faktor penilaian yang merefleksikan persepsi konsumen terhadap lima dimensi spesifik dari kinerja layanan. Parasuraman dkk (dalam Lupiyoadi, 2006:182) menyimpulkan bahwa ada lima dimensi ServQual (Service Quality) yang dipakai untuk mengukur kualitas pelayanan, yaitu :

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

Kepuasan Pelanggan

Kotler (dalam Lupiyoadi, 2006:192) mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap konerja (hasil) yang di harapkan. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan puas. Jika kinerja melebihi harapan , pelanggan amat puas atau senang.

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

Faktor-Faktor Penentu Kepuasan Pelanggan

Menurut Lupiyoadi (2001:78) terdapat lima faktor utama yang harus di perhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan yaitu:

1. Kualitas Produk

Pelanggan akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka gunakan berkualitas. Pelanggan rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang di lakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini , kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah di benak konsumen.

2. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan terutama di bidang jasa, pelanggan akan merasa puas bila mendapat pelayanan yang baik atau yang sesuai dengan yang di harapkan. Pelanggan yang puas akan menunjukkan kemungkinan untuk kembali membeli produk yang sama. Pelanggan yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk tersebut.

3. Emosional

Pelanggan akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang lain akan kagum terhadap dia bila menggunakan produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan lebih tinggi. Kepuasan yang di peroleh bukan karena kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau *self esteem* yang membuat pelanggan menjadi puas terhadap merek tertentu.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menetapkan harga yang relatif murah akan memberi nilai yang lebih tinggi kepada pelanggannya.

5. Biaya

Pelanggan tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkan suatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Jenis penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif jika dilihat dari jenis datanya. Menurut Sugiyono (2010:4) data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka, atau data kuantitatif yang diangkakan. Berdasarkan cara pengumpulan data, penelitian ini merupakan penelitian survey dimana dalam penelitian ini di lakukan dengan memberikan kuisisioner, wawancara langsung atau tidak langsung. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui adanya pengaruh antara variabel dependen (terikat) dengan variabel independen (bebas).

Definisi Operasional

Untuk membatasi ruang lingkup penelitian ini dan menyamakan persepsi dengan batasan variabel yang digunakan , maka berikut di uraikan mengenai variabel yang digunakan. Yang menjadi Indikator Kualitas Pelayanan dalam penulisan skripsi ini yaitu :

1. *Tangible* atau bukti langsung
2. *Reliability* atau daya tanggap
3. *Responsivness* atau kehandalan
4. *Assurance* atau jaminan
5. *Emphaty* atau empati

Sedangkan indikator kepuasan pelanggan antara lain meliputi :

1. Kualitas Produk

2. Kualitas Pelayanan

3. Harga

Jenis Data

1. Data Primer, yaitu data diperoleh melalui narasumber dengan cara melakukan wawancara secara langsung dan dipandu melalui pertanyaan yang sesuai dengan fokus penelitian yang dipersiapkan sebelumnya oleh peneliti.
2. Data Sekunder, yaitu data yang diperoleh dari melalui beberapa sumber informasi antara lain :
 - a. Dokumen-domen atau arsip, laporan dan lain-lain
 - b. Buku-buku ilmiah, hasil penulisan yang relevan dengan penelitian ini .
(Sugiyono, 2006:216)

Tekhnik Pengumpulan Data

- a. Penelitian Kepustakaan merupakan teknik pengambilan data yang dilakukan dengan membaca buku-buku, literatur, jurnal-jurnal, referensi yang berkaitan dengan penelitian ini dan penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang sedang di lakukan.
- b. Penelitian Lapangan yaitu pengumpulan data dengan berhadapan langsung dengan cara yaitu :
 - Kuisisioner Yaitu teknik pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pernyataan kepada responden yakni pelanggan PT.PLN (persero) Rayon Samarinda Ulu dengan harapan diberi respos atas daftar pernyataan tersebut.
 - Yaitu teknik pengumpulan data yang dilaksanakan dengan menggunakan tanya jawab secara langsung dengan pihak-pihak terkait seperti karyawan PT. PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu untuk mendapatkan informasi.

Alat Pengukur Data

Pengukuran variabel bebas dan terikat menggunakan skala likert yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi, yang dijabarkan menjadi indikator variabel dan dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrumen dengan menghadapkan responden terhadap pernyataan kemudian memberikan jawaban atas pertanyaan yang di ajukan, pada setiap jawaban akan diberi skor (Sugiyono, 2008: 107). Skala likert menggunakan tiga tingkatan jawaban dengan skor (3,2,1).

Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data yang diperoleh dalam rangka pengujian hipotesis penulis menggunakan statistik parametris. Adapun teknik yang dipakai untuk menguji hipotesis adalah dengan menggunakan rumus korelasi *Product Moment*, persamaan regresi linear sederhana, dan Koefisien determinasi.

HASIL PENELITIAN

Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian dapat dibahas lebih lanjut mengenai data yang diperoleh dari warga Rayon Samarinda Ulu selaku responden. Bahwa pelayanan yang diberikan PLN sudah baik namun belum maksimal, hal ini dapat dilihat hasil jawaban responden melalui kuisioner yang disebarakan ke lapangan. Adapun analisis data yang diperoleh dari persamaan regresi linear sederhana $Y = a + bX$, dimana nilai $a = 8,30$ dan $b = 0,37$ dan jika dimasukkan kedalam persamaan regresi linear sederhana menjadi $Y = 8,30 + 0,37X$. Jadi interpretasinya adalah peningkatan kualitas pelayanan akan diikuti dengan peningkatan kepuasan pelanggan, persamaan regresi linear sederhana tersebut memberikan informasi bahwa jika tidak ada kualitas pelayanan kepuasan pelanggan sebesar 8,30 namun jika terjadi atau ada peningkatan kualitas pelayanan maka nilai kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 8,67.

Berdasarkan analisis-analisis tersebut, maka hipotesis yang penulis ajukan terdapat pengaruh positif antara variabel kualitas pelayanan (X) dengan Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT.PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu dapat diterima serta terbukti kebenarannya.

Tangible (Bukti Langsung)

Tangible atau bukti langsung merupakan kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Suatu pelayanan dapat dilihat dari berapa besar kemampuan PLN dalam memberikan pelayanan kepada pelanggannya. Ketika pelanggan melakukan transaksi sudah terdapat tempat-tempat khusus untuk berbagai transaksi baik itu transaksi pembayaran maupun penanganan keluhan-keluhan pelanggan.

Kemudian kualitas produk dapat dilihat dari frekuensi pemadaman listrik setiap bulannya serta seberapa kuat instalasi dan KWH meter yang diberikan PLN kepada pelanggan. Frekuensi pemadaman listrik yang dilakukan PLN masih di anggap PLN terlalu sering dan tanpa informasi yang jelas hal ini di anggap pelanggan sebagai suatu permasalahan yang harus segera diperbaiki oleh pihak PLN agar pelanggan merasa puas.

Reliability (Kehandalan)

Kehandalan (*reliability*) menunjukkan kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang segera, akurat, dan memuaskan. kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya seperti ketepatan dalam menepati janji dapat dikatakan cukup baik, karena menurut responden apabila pelanggan mengalami masalah mengenai listrik yang mereka gunakan pelanggan bisa langsung melakukan pengaduan ke kantor PLN atau bisa juga melalui via telepon selama 24 jam sehingga memudahkan pelanggan menyampaikan keluhan kepada pihak PLN.

Responsivness (Daya Tanggap)

Yaitu kemauan untuk membantu memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas seperti Kesiapan petugas dalam melayani pelanggan terbilang sudah cukup baik hal ini terlihat dari hampir dari setengah pelanggan yang menjadi responden menjawab setuju, petugas pelayanan di anggap sudah cukup siap karena ketika ada pelanggan yang melakukan pengaduan petugas sudah sangat siap untuk menjawab dan melayani semua keluhan pelanggan.

Assurance (Jaminan)

Kemampuan dan keterampilan para pegawai untuk menimbulkan rasa percaya kepada para pelanggan seperti pengetahuan yang dimiliki pegawai, pengetahuan merupakan hal yang sangat penting dalam menimbulkan rasa percaya di mata pelanggan.

Transaksi yang aman di anggap pelanggan sudah cukup baik, karena ketika pelanggan melakukan transaksi di kantor PLN semua pembayaran dan adm yang mereka lakukan sudah sangat jelas dan baik sehingga mereka sudah merasa transaksi yang mereka lakukan aman.

Emphaty (Empati)

Perbandingan antara harapan dengan kenyataan terhadap kemudahan dan kejelasan dalam memberikan layanan yang sesuai dengan kebutuhan masing-masing pelanggannya. Seperti keadilan responden memberi penilaian biasa-biasa saja hal ini dikarenakan pelanggan masih merasa pelayanan yang diberikan petugas kurang seimbang dengan pembayaran yang mereka lakukan.

Perhatian pegawai, dalam hal ini pelanggan merasa perhatian yang diberikan pihak PLN sudah cukup namun harus lebih ditingkatkan lagi agar lebih maksimal dalam memahami kebutuhan pelanggan.

Kualitas Produk

Indikator kualitas produk merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata tertinggi kedua hal ini menunjukkan bahwa respon pelanggan akan kualitas produk yang dimiliki PT.PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu sudah cukup memberikan kepuasan hal ini terlihat dari jaringan yang dimiliki PLN luas dan mudah di jangkau, pelanggan sudah merasa cukup memuaskan karena jaringan PLN yang sudah sangat luas karena tersebar dimana mana serta mudah di akses oleh pelanggan.

Kemudian KWH meter yang diberikan oleh pihak PLN sudah dirasa cukup aman oleh pelanggan namun terkadang masih ditemukan KWH meter yang mudah rusak sehingga dari kualitas KWH meter mungkin perlu diperbaiki lagi.

Kemudian di segi instalasi yang dipasangkan oleh pihak PLN di rumah pelanggan sudah dirasa aman dan cukup memuaskan.

Selain itu sumber tenaga yang selalu stabil sudah memiliki penilaian yang cukup baik dan cukup memuaskan di mata pelanggan namun perlu di tingkatkan lagi agar pelanggan semakin merasa terpuaskan.

Kualitas Pelayanan

Untuk indikator Kualitas Pelayanan pada PT. PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu merupakan indikator yang memiliki rata-rata respon terendah diantar dua indikator lainnya hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang dimiliki kantor PT. PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu masih kurang memuaskan maka hendak pihak PLN dapat memperbaiki segi pelayanan terhadap pelanggan yaitu meliputi, kecepatan dan ketanggapan pihak PLN dalam merespon keluhan pelanggan, pelanggan masih merasa pihak PLN kurang cepat dalam merespon keluhan yang mereka sampaikan karena pihak PLN terbilang lamban dalam menanggapi masalah yang pelanggan alami.

Harga

Indikator Harga yang mencakup, Biaya pemasangan baru dan tarif dasar listrik yang murah, kebijakan tarif dasar listrik yang sesuai, dan biaya tambah daya yang terjangkau, sudah mendapat tanggapan yang cukup memuaskan bagi pelanggan hal ini terlihat dari rata-rata responden yang memiliki nilai paling tinggi atau paling dominan. Tarif dasar listrik di anggap sudah sesuai dengan pembayaran yang mereka lakukan, namun harusnya pihak PLN dapat menyesuaikan harga dengan tingkat pemadaman yang mereka lakukan agar pelanggan tidak merasa kecewa dan dirugikan. Oleh karena itu hendaknya pihak PLN dapat mempertahankan hal tersebut agar tetap dapat menjaga kepuasan pelanggan.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah penulis maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Tangga pada PT.PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu berdasarkan perhitungan analisis data adalah kuat. Yaitu ketika kualitas pelayanan mengalami peningkatan maka akan diikuti oleh meningkatnya kepuasan pelanggan.
2. Kualitas pelayanan *Responsivness* atau daya tanggap merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata paling baik atau tinggi hal ini menunjukkan bahwa daya tanggap terhadap permasalahan pelanggan yang dimiliki oleh pegawai PT. PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu sudah baik dan dapat memenuhi kebutuhan pelanggan oleh karena itu pihak PLN harus mempertahankan dan lebih meningkatkan lagi hal tersebut.
3. Kepuasan Pelanggan Harga merupakan indikator yang memiliki nilai rata-rata paling baik atau tinggi hal ini berarti bahwa harga atau biaya yang ditetapkan

oleh pihak PLN sudah cukup baik dan sesuai sehingga sudah memberikan kepuasan kepada pelanggannya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dilapangan dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Rumah Tangga pada PT.PLN (Persero) Rayon Samarinda Ulu, maka penulis mengemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan memiliki pengaruh yang kuat terhadap kepuasan pelanggan sehingga pihak PLN harus mempertahankan dan lebih meningkatkan lagi kualitas pelayanan yang sudah cukup baik agar pelanggan selalu merasa puas dengan pelayanan yang diterimanya.
2. *Tangible* merupakan indikator dari kualitas pelayanan yang memiliki nilai rata-rata paling rendah dan kurang baik dimata pelanggan sehingga seharusnya pihak PLN dapat lebih meningkatkan lagi bukti langsung atau hal-hal yang terlihat yang ada. Pihak PLN harusnya tidak hanya melihat dari sisi kerapian pegawai maupun kebersihan gedung, namun yang harus diperhatikan yaitu frekuensi pemadaman listrik yang masih sering terjadi guna untuk memberikan rasa nyaman dan kepuasan kepada pelanggan.
3. Kualitas Pelayanan merupakan indikator dari kepuasan pelanggan yang memiliki nilai rata-rata paling rendah dan kurang baik dimata pelanggan sehingga seharusnya pihak PLN lebih memperhatikan semua hal-hal penting yang berkaitan dengan kualitas pelayanan yang diberikan kepada pelanggan guna mempertahankan kepuasan pelanggan yang sudah ada.

Daftar Pustaka

Buku :

- Alma, buchari, 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Alfabeta, Bandung.
- Fredy rangkuti, 2002. *Measuring Custemer Catisfication* (cetakan ketiga). PT. GRAMEDIA PUSTAKA, JAKARTA
- Gaspert, Vincent, 1997. *Manjemen Kualitas*. Yayasan Emas dan Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat, 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Edisi pertama. PT. Salemba Empat, Jakarta.
- dan Hamadani, 2006. *Manajmen Pemasaran Jasa*, PT. Salemba Empat, Jakarta.
- Pasolong Harbani, 2007. *Teori Administrasi Publik*, CV. Alfabeta, Bandung.
- Ratminto, dan Atik Winarsih, 2005. *Manajemen Pelayanan*. Pustaka Pelajar, Yogyakarta.
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Adminitasi*. CV Alfabeta, Bandung.
- Sinambela, Lijan Poltak, 2006. *Reformasi Pelayanan Publik*. Bumi Aksara, Jakarta.

Tjiptono, Fandy, 2014. Pemasaran Jasa. Andi Offset, Yogyakarta.

Widodo, Joko, 2001. Etika Birokrasi Dalam Pelayanan. CV. Citra, Malang.

Yamane, Jalaludin Rakhmad, 1991. *Teknik Analisis Statistik*. Gramedia, Jakarta.

Dokumen :

Undang-undang Nomor 30 Tahun 2009 Tentang Ketenagakerjaan

Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63/KEP/M.PAN/
2003 tentang Pedoman Umum Tentang Pelayanan Publik.