

**PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PT PLN (PERSERO) WS2JB CABANG PALEMBANG RAYON A. RIVAI**



SKRIPSI

**Diajukan Untuk Melengkapi Salah Satu Syarat Guna Memperoleh Gelar
Sarjana (S.1) Sarjana Komunikasi Islam (S.Kom.I) Dalam Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (Konsentrasi Hubungan Masyarakat)**

DISUSUN OLEH :

**CHAIRUNNISAH PUTRI AYU NINGSIH
NIM : 11 51 0007**

**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) RADEN FATAH
PALEMBANG
1437 H / 2015 M**

NOTA PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Ujian Skripsi

Kepada Yth
Dekan Fakultas Dakwah Dan
Komunikasi
UIN Raden Fatah
di-
Palembang

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Dengan Hormat,

Setelah mengadakan bimbingan pemeriksaan dan perbaikan seperlunya, maka kami berpendapat bahwa skripsi saudara: **Chairunnisah Putri Ayu Ningsih, Nim: 11510007** yang berjudul **“Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai.”** Sudah dapat diajukan dalam ujian Skripsi di Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Palembang, 2015

Pembimbing I

Achmad Syarifudin, MA.
NIP. 19731110 200003 1003

Pembimbing II

Anita Trisiah, M.Sc.
NIP.19820924201101 2010

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Chairunnisah Putri Ayu Ningsih
NIM : 11 51 0007
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)
Judul Skripsi : **“PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT PLN (PERSERO) WS2JB CABANG PALEMBANG RAYON A. RIVAI”.**

Telah dimunaqsyakan dalam Sidang Terbuka Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Hari/Tanggal : Selasa, 27 Oktober 2015
Tempat : Ruang Sidang Munaqsyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang.

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Program Strata 1 (S1) pada Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Konsentrasi Hubungan Masyarakat.

Palembang, Oktober 2015
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Dr. Kusnadi, MA.
NIP. 19710819 200003 1 002

TIM PENGUJI

Ketua

Sekretaris

Achmad Syarifudin, MA.
NIP. 19731110 200003 1003 003

Manalullaili, M.Ed.
NIP.19720415 200312 2

Penguji I

Penguji II

Drs. Syahir, M.Si
NIP. 19521223 198303 1 003

Nurseri Hasnah Nasution, M.Ag.
NIP. 19780414 200212 2 004

PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Chairunnisah Putri Ayu Ningsih
Nim : 11 51 0007
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi
Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)
Judul Skripsi : **“PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT PLN (PERSERO) WS2JB CABANG PALEMBANG RAYON A. RIVAI”.**

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa:

1. Seluruh data, informasi, interpretasi, pembahasan, dan kesimpulan yang disajikan dalam skripsi ini kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran peneliti dengan pengarahan pembimbing yang ditetapkan.
2. Skripsi yang tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah maupun di Perguruan Tinggi lainnya.

Demikian pernyataan ini dibuat dengan sebenar benarnya dan apabila dikemudian hari ditemukan adanya bukti ketidak benaran dalam pernyataan tersebut diatas, maka peneliti bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar akademik yang peneliti peroleh melalui penajuan skripsi ini.

Palembang, 21 Oktober 2015
Yang Membuat Pernyataan

Chairunnisah Putri Ayu Ningsih
NIM: 11 51 0007

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO.

Jangan Tunda Untuk Melakukan Kebaikan Terhadap Sesama. Kebaikan Tidak Bernilai Selama di Ucapkan Tetapi Bernilai Sesudah di Lakukan. Karena Sebaik-Baik Hidup di Dunia Adalah Orang Yang Bermanfaat Untuk Orang Lain.

PERSEMBAHAN.

Sembah sujud serta syukur kepada ALLAH SWT, karena rahmad dan kasih sayangmu yang telah memberikanku kekuatan, dan membekaliku dengan ilmu. Atas karunia dan kemudahan yang engkau berikan akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Sholawat dan salam selalu terlimpahkan kepada Nabi Muhammad Saw. Skripsi Saya Persembahkan kepada:

1. Islam Agamaku
2. Sebagai tanda bakti, hormat dan rasa terima kasih yang tak terhingga kepada Ibunda **Hj. Hasnah Yahuza** dan Ayahanda **Achmad Rusdi Machdi** dan saudara saya **M. Hardiansyah Rahman Syaputra** yang telah memberikan kasih sayang dan seluruh hidupnya untukku.
3. Kupersembahkan cinta dan sayangku. Kepada keluarga yang telah mengkatku sebagai anaknya sendiri Bapak **M. Zaini Lison** dan Ibu **Taslimah** (almh) dan terkhususkan kakakku **Rukmini, Ama. Pd. Or** yang telah menjadi motivasi, inspirasi dan yang telah memberikan dukungan serta doanya.
4. Terima kasihku juga persembahkan kepada para sahabat-sahabatku, Utari, Anafatun Walidah, Ageng Thohir Prabowo, Hade Saputra, Robin Hut, Syukrillah, Qoyyum Inkandrinatir dan lain-lainnya yang tidak bisa kusebutkan satu persatu, yang senantiasa menjadi penyemangat dan menemani disetiap hariku.
5. Teruntuk teman-teman angkatanku **KPI 2011** yang selalu membantu, berbagi keceriaan dan melewati setiap suka dan duka selama kuliah, terima kasih. Hari-hari yang indah yang akan menjadi sebuah kenangan.
6. Almamaterku UIN Raden Fatah Palembang.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah rabbil' alamin atas segala nikmat Iman, Islam, kesempatan, serta kekuatan yang telah diberikan ALLAH SWT sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Sholawat beriring salam senantiasa tercurahkan kepada suri tauladan Rasulullah shallallahu a'laihi wasalam beserta keluarga, dan sahabat beliau yang senantiasa menjunjung tinggi nilai-nilai Islam sampai saat ini dapat dinikmati oleh seluruh manusia di penjuru dunia.

Skripsi ini dibuat sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana komunikasi Islam (S.Kom.I) dari program studi Komunikasi Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang. Judul skripsi ini adalah "Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai."

Penulis menyadari bahwa skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan petunjuk dari berbagai pihak maka dari itu penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. H. Aflatun Muchtar, MA selaku Rektor UIN Raden Fatah Palembang.
2. Dr. Kusnadi, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang beserta Staf yang telah memberikan kelancaran dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Achmad Syarifudin, MA sebagai pembimbing pertama yang selama ini banyak meluangkan waktu serta memberikan saran, dan mengarahkan sampai selesainya skripsi ini.
4. Anita Trisiah, M.Sc. selaku pembimbing kedua yang telah banyak meluangkan waktu dan memberikan dukungan berupa wawasan yang sangat membantu dalam penyusunan skripsi ini.

5. Ketua Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Manalullaili, M.Ed. yang telah banyak memberikan motivasi penuh kepada penulis.
6. Segenap Staf Pengajar/ Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah memberikan banyak ilmu pengetahuan.
7. Kepada Pimpinan PT PLN (PERSERO) Cabang Palembang Rayon A. Rivai.
8. Seluruh keluarga besar (**YAHUZA**) yang selalu memberikan dukungan serta motivasi selama diperkuliahan ini.
9. Seluruh sahabat-sahabat sejurusan (Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2011) Utari, Anafatun Walidah, Ageng Thohir Prabowo, Hade Saputra, Robin Hut, A. Syukrillah, Qoyyum Indkandrinatir, dan Dek Ani, teman-teman Chibi2 dan lain-lain yang tidak bisa disebutkan satu persatu yang telah memberikan motivasi serta saling berbagi semasa kuliah.
10. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, namun terlibat dalam penyusunan skripsi ini, terima kasih untuk semua dukungannya.

Dengan segala kerendahan hati, penulis ucapkan terima kasih atas bantuan dan jasa kalian, sepenuhnya penulis serahkan kepada Allah SWT. semoga Allah membalas kebaikan kalian dengan berlipat ganda. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pribadi dan pembaca.

Aamiin ya Robbal'alamin.

Penulis

Chairunnisah Putri Ayu Ningsih

NIM: 11 51 0007

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
NOTA PEMBIMBING	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Batasan Masalah.....	5
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
E. Tinjauan Pustaka	7
F. Landasan Teori.....	10
G. Hipotesis.....	16
H. Variabel Penelitian	17
I. Operasionalisasi Variabel.....	18
J. Metode Penelitian.....	20

BAB II	TINJAUAN UMUM TENTANG PELAYANAN DAN KEPUASAN PELANGGAN	
	A. Pelayanan.....	27
	B. Kepuasan Pelanggan.....	37
	C. Perusahaan Listrik Negara (PLN)	44
BAB III	DESKRIPSI WILAYAH PENELITIAN	
	A. Sejarah Singkat Perusahaan	48
	B. Visi dan Misi Perusahaan Listrik Negara.....	53
	C. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas	54
BAB IV	ANALISIS DATA PENELITIAN	
	A. Tahapan Penelitian	66
	B. Uji Validitas dan Reabilitas	66
	C. Analisis Indikator Variabel X dan Y.....	69
	D. Analisis Dimensi Variabel X dan Y	110
	E. Analisis Variabel X dan Y	124
	F. Uji Hipotesis Statistik	126
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	133
	B. Saran.....	133
	DAFTAR PUSTAKA	135
	LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

	Halaman
1. Variabel X dan Variabel Y	17
2. Operasionalisasi Variabel.....	19
3. Rumus Slovin.....	21
4. Struktur Organisasi PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai ...	55
5. Prosedur Pengaduan Pelanggan	63
6. Hasil Uji Validitas Variabel X	65
7. Hasil Uji Validitas Variabel Y	66
8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y.....	67
9. Persentase Jawaban Responden X1	68
10. Persentase Jawaban Responden X2	70
11. Persentase Jawaban Responden X3	72
12. Persentase Jawaban Responden X4	74
13. Persentase Jawaban Responden X5	76
14. Persentase Jawaban Responden X6	78
15. Persentase Jawaban Responden X7	80
16. Persentase Jawaban Responden X8	82
17. Persentase Jawaban Responden X9	83
18. Persentase Jawaban Responden X10	85
19. Persentase Jawaban Responden X11	87
20. Persentase Jawaban Responden X12	89
21. Persentase Jawaban Responden Y1	92
22. Persentase Jawaban Responden Y2	93
23. Persentase Jawaban Responden Y3	95
24. Persentase Jawaban Responden Y4	97
25. Persentase Jawaban Responden Y5	99
26. Persentase Jawaban Responden Y6	101

27. Persentase Jawaban Responden Y7	102
28. Persentase Jawaban Responden Y8	104
29. Persentase Jawaban Responden Y9	106
30. Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Bukti Fisik ..	108
31. Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Keandalan...	110
32. Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Tanggapan ..	111
33. Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Jaminan.....	112
34. Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Empati	113
35. Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Kinerja	114
36. Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Keistimewaan	115
37. Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Keandalan...	116
38. Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Kesesuaian..	117
39. Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Daya Tahan.	118
40. Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Pelayanan....	120
41. Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Estetika	121
42. Persentase Jawaban Responden terhadap Variabel X.....	122
43. Persentase Jawaban Responden terhadap Variabel Y.....	123
44. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana.....	125
45. Pengaruh Pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai terhadap Kepuasan Pelanggan	126

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
1. <i>Pie Chart</i> Jawaban Kuesioner Nomor 1.....	68
2. <i>Pie Chart</i> Jawaban Kuesioner Nomor 2.....	70
3. <i>Pie Chart</i> Jawaban Kuesioner Nomor 3.....	72
4. <i>Pie Chart</i> Jawaban Kuesioner Nomor 4.....	74
5. <i>Pie Chart</i> Jawaban Kuesioner Nomor 5.....	76
6. <i>Pie Chart</i> Jawaban Kuesioner Nomor 6.....	78
7. <i>Pie Chart</i> Jawaban Kuesioner Nomor 7.....	80
8. <i>Pie Chart</i> Jawaban Kuesioner Nomor 8.....	82
9. <i>Pie Chart</i> Jawaban Kuesioner Nomor 9.....	84
10. <i>Pie Chart</i> Jawaban Kuesioner Nomor 10.....	86
11. <i>Pie Chart</i> Jawaban Kuesioner Nomor 11.....	88
12. <i>Pie Chart</i> Jawaban Kuesioner Nomor 12.....	90
13. <i>Pie Chart</i> Jawaban Kuesioner Nomor 13.....	92
14. <i>Pie Chart</i> Jawaban Kuesioner Nomor 14.....	94
15. <i>Pie Chart</i> Jawaban Kuesioner Nomor 15.....	95
16. <i>Pie Chart</i> Jawaban Kuesioner Nomor 16.....	97
17. <i>Pie Chart</i> Jawaban Kuesioner Nomor 17.....	99
18. <i>Pie Chart</i> Jawaban Kuesioner Nomor 18.....	101
19. <i>Pie Chart</i> Jawaban Kuesioner Nomor 19.....	103

20. <i>Pie Chart</i> Jawaban Kuesioner Nomor 20.....	105
21. <i>Pie Chart</i> Jawaban Kuesioner Nomor 21.....	107
22. <i>Pie Chart</i> Jawaban Dimensi Bukti Fisik	109
23. <i>Pie Chart</i> Jawaban Dimensi Keandalan	110
24. <i>Pie Chart</i> Jawaban Dimensi Tanggapan	111
25. <i>Pie Chart</i> Jawaban Dimensi Jaminan	112
26. <i>Pie Chart</i> Jawaban Dimensi Empati	113
27. <i>Pie Chart</i> Jawaban Dimensi Kinerja	114
28. <i>Pie Chart</i> Jawaban Dimensi Keistimewaan	115
29. <i>Pie Chart</i> Jawaban Dimensi Keandalan	116
30. <i>Pie Chart</i> Jawaban Dimensi Kesesuaian	117
31. <i>Pie Chart</i> Jawaban Dimensi Daya Tahan	119
32. <i>Pie Chart</i> Jawaban Dimensi Pelayanan	120
33. <i>Pie Chart</i> Jawaban Dimensi Estetika	121
34. <i>Pie Chart</i> Jawaban Variabel X	122
35. <i>Pie Chart</i> Jawaban Variabel Y	123

DAFTAR LAMPIRAN

1. Kuesioner
2. Nama Responden
3. Hasil Angket Responden
4. Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

ABSTRAK

*Skripsi ini berjudul “Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai.” Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana pengaruh pelayanan PT. PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian ini menggunakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang mengambil data melalui penyebaran kuesioner serta memiliki variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y) yaitu Pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai (X) dengan dimensi bukti fisik, keandalan, tanggapan, jaminan, dan empati, sedangkan Kepuasan Pelanggan (Y) dengan dimensi kinerja, keistimewaan, keandalan, kesesuaian, daya tahan, pelayanan, dan estetika. Populasi penelitian berjumlah 375 orang, sementara sampelnya berjumlah 80 orang diperoleh dari rumus Slovin dengan teknik Sampling Insidensial. Sedangkan, untuk mengetahui pengaruh pelayanan setelah dilakukan analisis dengan regresi liner sederhana didapat pengaruh pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai terhadap kepuasan pelanggan sebesar 57%. Hal ini terlihat dari hasil observasi yang menjadi pelanggan yang menggunakan produk yang dikeluarkan oleh PLN.
Kata Kunci: Pelayanan PT PLN (PERSERO) dan Kepuasan Pelanggan.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehidupan umat manusia sebagai makhluk sosial atau makhluk bermasyarakat (*zoon politicon*) adalah berdasarkan realitanya mereka saling membutuhkan dan tidak dipungkiri lagi bahwa mereka tidak dapat hidup tanpa adanya bantuan dari orang lain. Dengan adanya saling membutuhkan, ketergantungan dan melengkapi diantara mereka maka secara tidak langsung proses interaksi telah terjadi. Proses interaksi tersebut merupakan salah satu bagian dari proses komunikasi itu sendiri. Dengan demikian dengan informasi dan komunikasi yang telah terjadi pasti ada keberlangsungan dalam interaksi tersebut.¹

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain. Tanpa kita sadari proses komunikasi terjadi dengan sendirinya, yaitu pada saat proses berlangsungnya interaksi dan diantara sesama manusia baik yang dilakukan oleh dua orang maupun lebih, namun tidak kalah pentingnya bahwa peranan media massa merupakan salah satu penunjang dalam menyampaikan suatu informasi kepada khalayak ramai baik itu informasi yang berhubungan dengan

¹ Panut Panuja & Ida Umami, *Psikologi Remaja*, (Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya, 1999), Cet. I, h. 27.

pelayanan. Pelayanan yang ideal pada dasarnya harus mampu memberikan pelayanan yang cepat, murah, mudah, terbuka dan bertanggung jawab.²

Pada dasarnya setiap manusia itu pasti membutuhkan yang namanya pelayanan, dan dapat dikatakan bahwa pelayanan tidak dapat dipisahkan dengan kehidupan manusia apalagi bagi suatu organisasi perusahaan.³ Menurut Kotler dalam Sampara Lukman pelayanan adalah setiap kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan, dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik.⁴ Selanjutnya Sampara berpendapat pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antar seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik, dan menyediakan kepuasan pelanggan.⁵ Sementara dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan pelayanan sebagai hal, cara, atau hasil pekerjaan melayani. Sedangkan melayani adalah menyugahi (orang) dengan makanan atau minuman, menyediakan keperluan orang, menerima, menggunakan.⁶ Pada kebanyakan organisasi dalam suatu perusahaan bagian pelayanan adalah bagian yang paling penting dalam perusahaan.

²*Ibid*, h. 28.

³ Carol Sapin Gold, *Memantapkan Hubungan Dengan Pelanggan*, (Bandung: Angkasa, 1983) h. 3.

⁴ Kotler dalam Sampara Lukman, *Manajemen Kualitas Pelayanan*, (Jakarta: Sinambela, 2008) h. 5.

⁵ *Ibid*, h. 6.

⁶ Badudu, Sutan Mohammad Zain, *Kamus Umum Bahasa Indonesia*, (Jakarta : Pustaka Sinar Harapan, 2001), h. 781-782.

Organisasi dalam suatu perusahaan disini adalah Perusahaan Listrik Negara (PLN). Perusahaan ini sangat penting bagi negara karena listrik merupakan kebutuhan yang mutlak harus dipenuhi bagi masyarakat dalam menunjang kehidupan sehari-hari. Teknologi juga berperan dalam dunia usaha dan dalam kehidupan masyarakat perlu digunakan aktifitas didukung dengan kecukupan energi listrik. Oleh karena itu, sangat berperan aktif dalam kehidupan masyarakat untuk memenuhi kebutuhan listrik terutama yang ada di Indonesia. Pasokan energi listrik oleh perusahaan listrik negara seringkali kurang dalam memenuhi kebutuhan masyarakat sehingga perusahaan listrik negara harus meningkatkan lagi jumlah kebutuhan listrik yang ada di Indonesia.⁷

Perusahaan Listrik Negara (PLN) tidak dapat memenuhi kebutuhan akan energi listrik yang dibutuhkan, bila negara Indonesia tidak ada energi listrik sehingga negara tersebut tidak akan berkembang dan bahkan bisa menjadi negara tertinggal. Penghasilan dari pendapatan energi listrik merupakan salah satu hal penting yang dapat menunjang perekonomian suatu negara. Mengingat pentingnya listrik bagi kehidupan maka PLN tetap harus mengutamakan kualitas akan listrik dan pelayanan yang ada di Indonesia, sehingga pembangunan dapat berjalan dengan efektif dan efisien guna mencapai kesejahteraan masyarakat. PLN harus bisa menstabilkan pemakaian

⁷<http://www.Perkembangan Perusahan Listrik.com>, diakses Senin 05 Januari 2015

beban dan pasokan listrik diberbagai tempat dengan semakin banyaknya beban yang dipasang atau digunakan.⁸

Seiring dengan ilmu pengetahuan dan teknologi yang semakin tinggi maka kebutuhan manusia akan semakin meningkat .Oleh karena itu, PT PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A Rivai berupaya memberikan pelayanan yang terbaik terhadap pelanggan sesuai dengan kebutuhan yang diperlukan, termasuk juga pasokan listrik yang sudah ada didaerah Palembang. Hal ini didukung dengan tingginya kebutuhan masyarakat akan energi listrik. Sejauh ini pasokan listrik di PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai sudah terpenuhi diberbagai daerah di Palembang tetapi ada desa atau pemukiman yang jauh dari pusat kota belum teralirkan listrik karena masih menggunakan genset warga karena belum teralokasikan dana dari PLN maupun dari pemerintah hal itu disebabkan karena jauhnya lokasi, sulitnya mencapai lokasi, jalan rusak dan tidak didukung dengan fasilitas yang memadai, oleh karena itu memerlukan dana yang besar. Secara tidak langsung kepuasan pelanggan sudah terpenuhi di Palembang tetapi masih ada sebagian daerah yang belum mendapatkan pasokan listrik sehingga daerahnya belum teraliri listrik. PLN harus meningkatkan lagi kepuasan pelanggan dengan upaya menambah

⁸ *Ibid*

pasokan listrik energi listrik bagi daerah yang belum teraliri listrik sehingga tercapainya kepuasan pelanggan yang merata.⁹

Sebagai perusahaan umum milik negara yang terbesar ini dalam penyediaan dan pendistribusian tenaga listrik khususnya di PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai diharapkan dapat memberikan kepuasan pelanggan untuk meningkatkan fasilitas pelayanan dengan sebaik-baiknya. Pelayanan tersebut pada dasarnya mencakup mutu, yang terdiri dari kualitas, kehandalan dan pelayanan. Berdasarkan latar belakang diatas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul: **“PENGARUH PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PLN (PERSERO) WS2JB CABANG PALEMBANG RAYON A. RIVAI.”**

B. Rumusan Masalah

Bagaimana pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai?

C. Batasan Masalah

Untuk lebih terarahnya permasalahan dalam penelitian ini, maka penelitian ini difokuskan pada pelayanan yang dilakukan oleh PT. PLN

⁹*Ibid*

(PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai kepada masyarakat yang menggunakan jasa pelayanan Perusahaan Listrik Negara (PLN) yang beralamat dikawasan Jln Kapten A. Rivai No.37 Palembang. Pelayanan yang diberikan mulai dari datangnya keluhan atau pengaduan pelanggan pada PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai. Pelayanan yang menjadi pembahasan dalam penelitian ini adalah pelayanan yang dilaksanakan oleh pihak *customer service* untuk memberikan informasi yang berkaitan dengan masalah pelanggan itu sendiri atau terhadap keluhan-keluhan dari pelanggan pada PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai.

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui pengaruh pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai.

2. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan bermanfaat:

a. Bagi perusahaan

Diharapkan penelitian ini dapat dijadikan masukan yang bermanfaat dan berguna bagi perusahaan dalam meningkatkan pelayanan terhadap pelanggan.

b. Bagi penulis

Supaya dapat menambah pengetahuan tentang bagaimana meningkatkan kepuasan pelayanan terhadap pelanggan.

c. Bagi Almamater

Supaya dapat bermanfaat dan berguna bagi penulis dan mahasiswa-mahasiswa dimasa yang akan datang.

E. Tinjauan Pustaka

Untuk membantu penulisan dalam penyusunan skripsi berikut ini akan peneliti cantumkan beberapa penelitian yang relevan dengan penelitian yang akan dibahas tentang beberapa teori yang berhubungan dengan pelayanan dalam suatu perusahaan. Adapun beberapa skripsi yang terkait dengan masalah yang akan dibahas oleh penulis yaitu sebagai berikut :

Dalam skripsi Bambang Daryoso (2010) Fakultas Ekonomi Universitas Briwijaya yang berjudul “Pengaruh Layanan Pelanggan, Respon PLN, Stabilasi daya terhadap Kepuasan Pelanggan PT. PLN Wilayah Bekasi Timur” penelitian ini meneliti PLN sebagai sebuah penyedia jasa pelayanan umum yang mengawasi sektor ketenaga listrikan satu-satunya, maka kepuasan pelanggan merupakan hal yang sangat penting. Dengan mempertahankan kepuasan pelanggan, maka dapat membangun citra baik bagi perusahaan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh dari layanan pelanggan, respon PLN, stabilasi daya terhadap kepuasan pelanggan PLN dan

untuk mengetahui faktor apa yang dianggap penting dalam meningkatkan kepuasan pelanggan PLN.

Dalam skripsi Sonya Mahanani (C2A006133) Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembayaran Rekening Listrik” Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Dalam skripsi Siska Khrislina (2006211024) Fakultas Ekonomi Universitas Persatuan Guru Republik Indonesia yang berjudul “Pengaruh Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Lahat Rayon Lembayung” mengemukakan bahwa ketidakpuasan pelanggan tercermin dari jumlah pengaduan yang disebabkan karena sering terjadinya listrik mati dan adanya pengaduan dari konsumen mengenai pemakaian listrik yang tidak sesuai dengan pembayaran karena direkening lebih besar pembayaran dari pada yang dipakai sehingga pelanggan banyak

yang merasa tidak puas dengan pelayanan PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Lahat.

Dalam skripsi Suci Astuti A (E31107622) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Dalam Upaya Meningkatkan Citra Perusahaan Universitas Hasanuddin Makassar yang berjudul “Fungsi Public Relations PT. INCO, Tbk Dalam Upaya Meningkatkan Citra Perusahaan” mengemukakan bahwa suatu perusahaan memerlukan adanya komunikasi timbal balik untuk mencapai tujuan. Komunikasi timbal balik tersebut dapat dilakukan dengan adanya *public relations*. *Public relations* muncul karena adanya tuntutan kebutuhan. Artinya menjadi hal yang utama bagi public relations untuk mampu menjalankan salah satu fungsi dan tugasnya yaitu membina hubungan yang harmonis antara pimpinan manajemen dengan para karyawan dan antara pimpinan dengan pemilik perusahaan atau sebaliknya. Begitu juga kemampuannya untuk menjembatani atau membangun komunikasi dengan masyarakat luar sebagai publik yang pada akhirnya dapat menentukan sukses atau tidaknya tujuan dan citra yang hendak dicapai oleh perusahaan.

Dari penelitian di atas, terdapat beberapa persamaan dan perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Adapun persamaannya yakni meneliti tentang pelayanan terhadap kepuasan pelanggan yang berkaitan dengan organisasi dalam perusahaan pada PT. PLN (PERSERO). Sedangkan perbedaan dalam penelitian ini adalah peneliti melihat bagaimana pelayanan yang diberikan dari perusahaan terhadap kepuasan pelanggan.

Dilihat dari berapa besar pengaruh kualitas pelayanan variabel (X) terhadap kepuasan pelanggan variabel (Y) di PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai.

F. Landasan Teori

Agar penelitian ini memiliki dasar yang kuat, maka digunakanlah teori-teori yang menunjang penelitian ini.

1. Komunikasi

Komunikasi secara etimologis, komunikasi berasal dari bahasa Latin *comunis* yang artinya membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih.¹⁰ Secara umum komunikasi adalah menyampaikan pesan dari pembawa pesan (komunikator) kepada penerima pesan (komunikan). Komunikasi juga dapat diartikan juga suatu proses dimana seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi, dan masyarakat dalam menyampaikan pesan dalam bentuk lisan atau verbal yang dapat dimengerti oleh kedua belah pihak. Dan komunikasi nonverbal dapat dilakukan dengan menggunakan gerak gerik badan dalam menunjukkan sikap tertentu seperti tersenyum, menggelengkan kepala, mengangkat bahu.¹¹

Hovland, Janis dan Kalley seperti yang dikemukakan oleh Forsdale (1981) adalah sosiologi Amerika, mengatakan bahwa, "*communication is the*

¹⁰Hafied Cangara, *Perencanaan & Strategi Komunikasi*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), h. 36

¹¹Onong Uchjana Effendi, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2004).h. 4.

process by which an individual transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individuals". Dengan kata-kata lain komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain. Pada definisi ini, mereka menganggap komunikasi sebagai suatu proses, bukan sebagai suatu hal.¹²

Dalam proses komunikasi terdapat unsur-unsur komunikasi yang terdiri: sumber, pesan, media, penerima, efek, lingkungan dan umpan balik. Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia bisa terdiri satu orang tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok, misalnya partai, organisasi atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa Inggrisnya disebut *source, sender atau encoder*.¹³

Komunikasi merupakan salah satu aspek terpenting namun juga kompleks dalam kehidupan manusia. Manusia sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukannya dengan manusia lain, baik yang sudah dikenal maupun yang tidak dikenal sama sekali. Komunikasi memiliki peran yang sangat vital bagi kehidupan manusia, karena itu kita harus memberikan perhatian yang seksama terhadap komunikasi.¹⁴

¹²*Ibid*, h. 5

¹³Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Rajawali Pres), h. 23

¹⁴Morissan. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. (Jakarta: Penerbit Kencana, 2013), h.

Hampir semua studi tentang manusia dan kehidupannya selalu berhubungan dengan ilmu komunikasi. Komunikasi memang selalu ada pada setiap kegiatan manusia. Banyak ahli yang membahas bidang sosial yang selalu menyentuh bidang komunikasi, baik ia ditempatkan sebagai pusat kajian maupun hanya sebagai salah satu aspek atau sudut pandang saja.¹⁵ Dari penjelasan diatas dapat dipahami bahwa komunikasi adalah bentuk penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan yang berisi tentang informasi.

2. Pelayanan

Pelayanan adalah salah satu usaha yang dilakukan perusahaan untuk melayani pembeli (pelanggan) dengan sebaik-baiknya, sehingga dapat memberikan kepuasan kepada pelanggan dan memenuhi kebutuhan serta keinginan pelanggan, baik yang berupa produk barang atau jasa.¹⁶ Suatu pelayanan yang efisien akan dimungkinkan oleh adanya kompetisi dalam memberikan pelayanan, sehingga pemberi layanan dipaksa untuk meningkatkan kemampuan pelayanannya sekaligus melakukan inovasi. Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan dan kualitas perusahaan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang

¹⁵Pawit M.Yusup, *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2009), h. 2.

¹⁶ *Ibid*,

berkualitas kepada para pelanggannya, pencapaian pangsa pasar yang tinggi, serta peningkatan laba perusahaan tersebut sangat ditentukan oleh pendekatan yang digunakan.

Kualitas pelayanan adalah kepedulian kepada konsumen dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya agar mereka selalu loyal kepada organisasinya/perusahaan yang mana dapat mengakibatkan minat konsumen terhadap produk dan jasa. Kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan, jika jasa yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas pelayanan dipersepsikan sangat baik dan berkualitas. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk.

Jadi, tanggung jawab sosial dalam perusahaan sangatlah penting untuk dilakukan. Salah satunya ialah dengan memberikan pelayanan yang baik terhadap para konsumennya. Jika dengan diciptakannya bentuk tanggung jawab sosial seperti berupa pelayanan yang baik terhadap para konsumen, maka akan memberikan berbagai manfaat yang baik untuk perusahaan tersebut kedepannya, sehingga nama baik perusahaan pun meningkat di mata semua konsumen.¹⁷

¹⁷*Ibid*,

3. Kepuasan

Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang, dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan suatu jasa. Definisi lain dari kepuasan adalah tingkat kepuasan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. Jadi kepuasan atau ketidakpuasan adalah kesimpulan dari interaksi antara harapan dan pengalaman sesudah memakai jasa atau pelayanan yang diberikan. Apabila penampilan kurang dari harapan, maka pelanggan tidak dipuaskan, namun apabila penampilan sebanding dengan harapan, pelanggan puas, dan apabila penampilan melebihi harapan pelanggan akan sangat puas atau senang.¹⁸

Kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan pasti puas, tetapi jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas dan senang.¹⁹

4. Pelanggan

Pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita atau perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu yang akan memberikan

¹⁸(<https://cocilku.wordpress.com>. pengertian-kepuasan) diakses Kamis 28 Januari 2015

¹⁹Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta : PT Indeks, 2007), h. 177.

pengaruh pada performansi kita atau perusahaan manajemen perusahaan. Untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, terlebih dahulu iidentifikasi jenis-jenis pelanggan itu. Pada dasarnya, dikenal tiga jenis golongan pelanggan dalam system kualitas modern, yaitu :

- a. Pelanggan Internal (*Internal Customer*), yaitu pelanggan yang berasal dari dalam perusahaan itu sendiri, meskipun unit kerja atau bagian berbeda, tetapi jika masih dilingkungan perusahaan maka dapat dikategorikan sebagai pelanggan internal.
- b. Pelanggan Antara, yaitu mereka yang bertindak atau berperan sebagai perantara, bukan sebagai pemakai akhir produk.
- c. Pelanggan eksternal (*External Customer*), yaitu pelanggan yang berasal dari luar perusahaan, yang membeli barang atau jasa yang diproduksi oleh suatu perusahaan atau mereka yang terkena dampak dari produk, tetapi bukan anggota organisasi penghasil produk tersebut.²⁰

Pelanggan itu bisa bercerita sebanyak yang anda kehendaki tentang produk atau jasa yang dijual. Tanggapila keluhan-keluhan yang mungkin dapat dijadikan data berharga yang tidak diketahui oleh orang-orang dalam perusahaan. Ketidakpuasan saat ini mungkin merupakan sumber produk yang lebih halus. Dengan demikian, perusahaan mungkin dapat memberikan informasi kepada para pelanggan yang membuat kehidupan mereka lebih

²⁰ Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004) h. 102.

mudah.²¹ Banyak pengaduan atau keluhan yang disampaikan melalui media massa atau langsung pada unit pelayanan yang bersangkutan yang menggambarkan ketidakpuasan warga masyarakat terhadap kualitas pelayanan dari berbagai instansi penyelenggaraan pelayanan publik.²²

Para pelanggan dapat membentuk sejumlah masyarakat. Sebuah organisasi dapat memberikan produk dan jasa.²³ Suatu perusahaan tentu saja mempunyai jaringan pelanggan, karyawan, pemegang saham, pemasok, distributor, kreditor dan kelompok-kelompok serta organisasi pemerintahan untuk berkomunikasi. Beberapa petugas *public relations* perusahaan selalu menggunakan berbagai macam aturan pokok untuk mengidentifikasi pesan-pesan yang paling penting.²⁴

G. Hipotesis

Sugiyono dalam bukunya *Statistik dalam Penelitian* Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk pertanyaan.²⁵ Adapun Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

²¹ Carol Sapin Gold, *Memantapkan Hubungan Dengan Pelanggan*, (Bandung: Angkasa), h. 28.

²² Maria Assumpta Rumanti, *Dasar-Dasar Public Relations*, (Jakarta: PT Grasindo, 2002), h. 4.

²³ Colin Coulson-Thomas, *Public Relations- Pedoman Praktis Untuk PR*, (Jakarta : PT Bumi Aksara, 2002), h. 96.

²⁴ Ibid, h. 134

²⁵ Sugiyono, *Statistik Dalam Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 84.

Ho : Tidak ada pengaruh positif pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai.

H_a : Ada pengaruh positif dengan pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai

H. Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini terdapat dua variabel pokok, yaitu variabel pengaruh dan variabel terpengaruh. Variabel pengaruh (X) yaitu pelayanan PT. PLN WS2JB Cabang Palembang, dan variabel terpengaruh (Y) yaitu kepuasan pelanggan.

Tabel 1 Variabel X dan variabel Y

Variabel Pengaruh	Variabel Terpengaruh
Pelayanan Perusahaan (X)	Kepuasan Pelanggan (Y)

I. Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional disini adalah menjelaskan variabel penelitian sebagai berikut:

- a. Pelayanan sebagai variabel independen atau variabel bebas.

Pelayanan yang dimaksud disini adalah suatu tindakan yang diberikan oleh karyawan Bagian Pelayanan Pelanggan PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai kepada pelanggannya.

- b. Kepuasan Pelanggan sebagai variabel dependen atau variabel terikat.

Kepuasan pelanggan berdasarkan indikator tertentu adalah perasaan senang atau kecewa dari pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh karyawan bagian pelayanan pelanggan PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai.

Tabel 2 Operasionalisasi Variabel

No	Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
1.	Pelayanan PLN WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai (X)	Bukti Fisik	1. Sarana dan prasana 2. Penampilan	L I K E R T
		Keandalan	1. Sikap CS 2. SOP Pelayanan	
		Tanggapan	1. Pelaksanaan Pelayanan 2. Waktu	
		Jaminan	1. Perilaku CS 2. Kemampuan CS Pelayanan 3. Keamanan	
		Empati	1. Sungguh-sungguh dalam pelayanan	
2.	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kinerja	1. Respon Pelanggan 2. Keluhan Pelanggan	5 4 3 2 1
		Keistimewaan	1. Kualitas pelayanan	
		Keandalan	1. Sikap CS	
		Kesesuaian	1. SOP pelayanan	
		Daya Tahan	1. Peningkatan Jasa 2. Kualitas Produk	
		Pelayanan (<i>service</i>) dan Kualitas	1. Harapan Pelanggan	
		Estetika	1. Bahasa	

J. METODE PENELITIAN

1. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan yang datang ke bagian pelayanan dengan berbagai keluhan atau pengaduan dari pelanggan pada PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai. Rata-rata jumlah pelanggan yang datang 30 orang setiap harinya. Jika diakumulasi, maka jumlah rata-rata pelanggan perbulan selama hari kerja adalah 375 orang.²⁶

b. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang mempunyai karakteristik tertentu. Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan PLN yang datang ke bagian pelayanan dengan berbagai keluhan terhadap produk atau jasa dari perusahaan itu sendiri. Yang digunakan peneliti untuk menghitung jumlah pelanggan yang akan dijadikan responden adalah teknik Slovin, yaitu:

²⁶ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian*, (Bandung: Angkasa, 2010), h. 61.

Tabel 3 Rumus Slovin

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

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi

e = kesalahan dalam pengambilan sampel, misalnya 10 %, maka:

Jadi, jumlah sampel penelitian ini adalah:

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

maka:

$$n = \frac{375}{1 + 375 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{375}{1 + 375 \cdot 0,01}$$

$$n = \frac{375}{1 + 375}$$

$$n = 78,95$$

Berdasarkan perhitungan diatas, maka jumlah responden dalam penelitian ini adalah 80 pelanggan. Perhitungan ini diambil dari teknik slovin yang mana untuk pengambilan sampel itu bisa mulai dari 1-100 responden. Pelanggan adalah orang yang pernah mengadakan masalah yang mereeka

hadapi yang berkaitan dengan pelayanan PLN di bagian Pelayanan Pelanggan PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon Rivai²⁷

2. Jenis dan Sumber Data

1. Jenis Data

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif yaitu hubungan yang bersifat sebab akibat, jadi disini terdapat pelayanan PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A Rivai (variabel independen atau variabel yang mempengaruhi) dan kepuasan pelanggan (dependen atau variable dipengaruhi).

2. Sumber Data

Sumber data penelitian ini ada dua macam, yakni primer dan sekunder. Sumber data primer adalah data yang didapat secara langsung dari sumber asli yang diteliti. Sumber data sekunder digunakan sebagai pelengkap dalam penelitian ini, data sekundernya adalah buku-buku yang berkaitan dengan pelayanan, kualitas pelayanan, dan sebagainya yang berhubungan dengan penelitian.

²⁷ *Ibid*, hlm 62.

3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan penulis sebagai berikut:

a. Observasi

Yaitu proses pencatatan pola perilaku subyek (orang), obyek (benda), atau kejadian yang sistematis tanpa adanya pertanyaan atau komunikasi pertanyaan atau komunikasi dengan individu yang diteliti. Dalam hal peneliti mengadakan pengamatan secara langsung di lokasi penelitian PT PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A Rivai.

b. Kuesioner

Yaitu dengan memberikan sejumlah daftar pertanyaan kepada pelanggan pada PT PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A Rivai yang datang langsung kebagian pelayanan tersebut.

c. Dokumentasi

Teknik ini digunakan untuk mengumpulkan data tentang sejarah , visi dan misi pada PT PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A Rivai dan keadaan bidang pelayanan yang bertugas di PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A Rivai.

4. Teknik Analisis Data

Data diolah berdasarkan pada kuesioner yang telah disebar dan dijawab oleh masyarakat. Langkah dalam pengolahan data yang dilakukan sebagai berikut:

a. Analisis Data

Data yang dikumpulkan akan dianalisis dengan cara menggunakan perhitungan SPSS versi 20 (*Statistical Product and Service Solution*). Dengan jenis analisis yang melihat hubungan dua variabel, dengan kemungkinan yaitu:

1. Simetris, hubungan yang tidak saling mempengaruhi.
2. Dua variabel mempunyai hubungan dan saling mempengaruhi (timbale balik).
3. Asimetris, sebuah variabel mempengaruhi variabel lain.

b. Uji Hipotesis

1. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkatan-tingkatan kevalidan atau kesahihan sesuatu instrument.²⁸ Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan program SPSS untuk mengukur sah/valid atau tidaknya butir kuesioner. Kuesioner penelitian ini dikatakan valid jika butir pertanyaan kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur.

²⁸Surharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2002), Cet Ke-12, h.144.

2. Uji Releabilitas

Reabilitas adalah sesuatu instrument yang dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik.²⁹ Uji reabilitas dimaksudkan untuk mengukur kuesioner yang merupakan indicator dari variabel atau konstruk. Butir pertanyaan dikatakan reliable atau andal apabila jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten. Penelitian ini menggunakan teknik *One Shot* atau pengukuran sekali saja. Maksudnya sekali menyebarkan kuesioner terhadap responden. Dan hasil skor diukur kolerasinya antar skor jawaban pada butir pertanyaan yang sama menggunakan program computer SPSS versi 20 dengan fasilitas *Cronbach Alpha* (α). suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai *Cronbach Alpha* $> 0,60$.³⁰

3. Uji Hipotesis Statistik

Untuk mengolah data primer yang telah diperoleh dari lapangan, maka penelitian ini menggunakan rumus statistik Regresi Linier Sederhana. Kegunaan uji regresi sederhana untuk meramalkan variabel terikat (Y) bila Variabel bebas (X) diketahui.³¹ Rumusnya sebagai berikut:

²⁹*Ibid*, h. 154

³⁰Syofian Siregar, *Statistika Deskriptif untuk penelitian*, (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2011), Cet Ke-2, h.175.

³¹Riduwan, *Pengantar Statistika Sosial*, (Bandung: Alfabeta, 2012) ,Cet Ke-3, h.269.

$$Y = a + bX$$

Dimana:

Y = Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan.

A = Harga Y ketika harga X = 0 (harga konstan)

b = Angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.

X = Subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu.³²

³² Sugiyono, *Statistika untuk Penelitian*, (Bandung: Alfabeta, 2010), h. 261.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Pelayanan

1. Pengertian Pelayanan

Pelayanan adalah suatu kegiatan atau urutan kegiatan yang terjadi dalam interaksi langsung antara seseorang dengan orang lain atau mesin secara fisik dan menyediakan kepuasan pelanggan. Dalam menjalankan suatu usaha pelayanan dibidang jasa baik itu swasta ataupun pemerintah juga diperlukan suatu bentuk pelayanan yang baik.³³ Definisi lain menyatakan, pelayanan adalah sebuah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktifitas orang yang menyangkut segala usaha yang dilakukan orang lain dalam rangka mencapai tujuannya.³⁴

Menelusuri arti pelayanan tidak terlepas dari masalah kepentingan umum atau kepentingan publik yang menjadi asal usul timbulnya istilah pelayanan umum. Pelayanan umum sendiri dapat didefinisikan sebagai segala bentuk pelayanan jasa, baik dalam bentuk barang publik maupun jasa publik. Pada prinsipnya, pelayanan umum menjadi tanggung jawab dan dilaksanakan oleh instansi pemerintah di pusat, di daerah, dan di lingkungan badan usaha milik negara atau badan usaha milik daerah dalam rangka

243. ³³Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2004), h.

16. ³⁴Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2000) h.

pemenuhan kebutuhan masyarakat maupun dalam rangka pelaksanaan ketentuan peraturan perundang-undangan.³⁵

Senada dengan pembahasan diatas, istilah pelayanan umum atau pelayanan publik juga dapat diartikan sebagai kegiatan-kegiatan dan objek-objek tertentu yang secara khusus dimaksudkan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat umum atau memberi dukungan terhadap upaya meningkatkan kenikmatan dan kemudahan bagi seluruh masyarakat. Dalam hukum administrasi negara, istilah “pelayanan publik” diartikan juga sebagai segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh instansi pemerintahan atau perusahaan sebagai upaya pemenuhan kebutuhan orang atau masyarakat.³⁶ Dari pembahasan tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa pelayanan merupakan aktifitas pemberian jasa dari seseorang kepada orang lain atau dari perusahaan kepada masyarakat (konsumen atau pelanggan).

Salah satu bentuk pelayanan adalah pelayanan jasa. Jasa yaitu suatu produk yang tidak bisa ditimbun, atau ditumpuk dalam gudang, seperti barang-barang lainnya. Akan tetapi, jasa merupakan bentuk layanan yang diberikan kepada konsumen dalam hubungan dengan produk tertentu. Jasa tersebut banyak macamnya seperti jasa pelayanan pelanggan, jasa kesehatan, jasa dibidang perhotelan, jasa angkutan laut, dan lain sebagainya.³⁷

³⁵*Ibid*, h. 28.

³⁶Andrian Sutedi, *Hukum Perrizinan Dalam Sektor Pelayanan Publik*, (Jakarta: 2010), h. 79.

³⁷Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2004), h.

Dari definisi diatas, jasa dibidang pelayanan ini intinya adalah kunci keberhasilan dalam berbagai usaha atau kegiatan yang bersifat melayani. Pelayanan dibidang jasa sendiri harus benar-benar diperhatikan dalam memberikan pelayanan supaya orang atau pelanggan yang menerima pelayanan dari kita bisa merasa senang atau merasa cukup puas. Salah satu faktor yang menentukan tingkat keberhasilan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan kualitas pelayanan kepada pelanggan.³⁸

2. Kebijakan Peningkatan Kualitas Pelayanan

Undang-undang No. 15 tahun 1985 tentang Ketenagalistrikan, mengisyaratkan tentang profesionalisme dalam pelaksanaan pekerjaan. Dimana bentuk pelayanan kepada konsumen dilaksanakan secara profesional sesuai kompetensi. Sementara Undang-undang ketenagalistrikan No. 3 tahun 2005 tentang Ketenagalistrikan, yang pada prinsipnya mendukung seluruh tenaga kerja yang melayani bidang ketenagalistrikan memiliki kompetensi sesuai bidang pekerjaannya serta kemampuan memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada konsumen.³⁹

Pada tahun 1972 sesuai dengan Peraturan Pemerintah No.17, status Perusahaan Listrik Negara (PLN) ditetapkan sebagai Perusahaan Umum Listrik Negara dan sebagai Pemegang Kuasa Usaha Ketenagalistrikan (PKUK) dengan tugas menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum.

³⁸*Ibid*, h. 80.

³⁹Bahrul Kirom, *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*, (Bandung: Pustaka Reka Cipta, 2010) h. 27.

Seiring dengan kebijakan pemerintah yang memberikan kesempatan kepada sector swasta untuk bergerak dalam bisnis penyediaan listrik, maka sejak tahun 1994 status PLN beralih dari Perusahaan Umum menjadi Perusahaan Perseroan (PERSERO) dan juga sebagai PKUK dalam menyediakan listrik bagi kepentingan umum hingga sekarang.⁴⁰

Kemampuan memberikan pelayanan secara profesional merupakan tuntutan yang tidak dapat ditawar lagi mengingat konsumen dalam hal ini selalu berada pada posisi yang dirugikan. Hal tersebut diperkuat dengan telah diberlakukannya Undang-undang No. 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yang pada dasarnya mengatur hak-hak konsumen, dimana konsumen harus diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur. Sehingga dengan demikian tidak ada alternatif lain bagi perusahaan yang bergerak pada bidang pelayanan maupun pelayanan publik (*public service*) untuk tidak berupaya memperbaiki tingkat pelayanan yang lebih baik kepada konsumennya.⁴¹

Adapun sebagai pihak yang ingin memperoleh pelayanan yang baik dan memuaskan, maka perwujudan pelayanan yang didambakan ialah sebagai berikut:

⁴⁰ <http://www.pln.co.id> diakses Jum'at 10-07-2015

⁴¹ Bahrul Kirom, *Op Cit*, h. 28.

- a. Adanya kemudahan dalam pengurusan kepentingan dengan pelayanan yang cepat dalam arti tanpa hambatan yang kadang kala dibuat-buat.
- b. Memperoleh pelayanan secara wajar tanpa gerutu, sindiran atau untaian kata lain semacam itu yang nadanya mengarah pada permintaan sesuatu.
- c. Mendapatkan perlakuan yang sama dan tidak membeda-bedakan satu sama lain terhadap kepentingan yang sama.
- d. Pelayanan yang jujur dan terus terang.⁴²

Keempat hal itulah yang menjadi dambaan setiap orang yang berurusan dengan badan/ instansi yang bertugas melayani masyarakat dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik terhadap konsumen atau pelanggan.

Adapun yang dimaksud dengan kualitas pelayanan itu adalah kepedulian kepada konsumen dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya agar mereka selalu loyal kepada organisasinya/perusahaan yang dimana dapat mengakibatkan minat konsumen terhadap produk dan

⁴²*Ibid*, h. 44.

jasa.⁴³ Kualitas pelayanan tercermin dari dampak positif pada masyarakat yang terlihat antara lain sebagai berikut:

- a. Masyarakat menghargai kepada korps pegawai
- b. Masyarakat patuh terhadap aturan-aturan layanan
- c. Masyarakat bangga terhadap korps pegawai
- d. Ada kegairahan usaha dalam masyarakat
- e. Ada peningkatan dan pengembangan dalam masyarakat menuju segera tercapainya masyarakat adil-makmur berlandaskan Pancasila.⁴⁴

3. Dimensi Kualitas Pelayanan

Sebagaimana kita ketahui terdapat lima dimensi kualitas pelayanan yang dikemukakan oleh dimensi Garvin (dalam buku Nasution, manajemen jasa terpadu, 2004) pelayanan merupakan hal yang sangat penting untuk hal mempengaruhi kepuasan pelanggan. Dimensi pelayanan antara lain:

- a. Bukti yang nyata (*Tangibles*), yaitu bukti fisik kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak luar. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan.

⁴³Bahrul Kirom, *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*, (Bandung: Pustaka Reka Cipta, 2010) h. 29.

⁴⁴Moenir, *Manajemen Pelayanan Umum Di Indonesia*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2000) h. 47.

Yang meliputi fisik gudang, perlengkapan dan peralatan yang dipergunakan serta penampilan pegawainya.

- b. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
- c. Tanggapan (*Responsiveness*), yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas. Memberikan konsumen menunggu tanpa adanya suatu alasan yang jelas menyebabkan persepsi yang negatif dalam kualitas dan pelayanan.
- d. Jaminan (*Assurance*), yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya kepada pelanggan terhadap perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi dan sopan santun.
- e. Sungguh-sungguh (*Empathy*), yaitu meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.

Perusahaan memiliki pengertian dan pengetahuan tentang pelanggan, memahami kebutuhan pelanggan.⁴⁵

4. Faktor-Faktor Pelayanan

Memberikan pelayanan dengan baik menjadi tuntutan perusahaan dalam mempersiapkan tenaga kerjanya agar mampu bekerja secara profesional. Untuk menuju pada kemampuan professional seperti yang dibutuhkan perusahaan, maka diperlukan beberapa faktor yang mendukung suatu pekerjaan pelayanan ini antara lain:

a. Nilai Kerja (*Work Values*)

Setiap perusahaan unggulan yang kami telaah sangat jelas dalam nilai-nilai yang mereka junjung tinggi, dan menjalani proses pembentukan nilai secara serius. Dalam program pengembangan sumber daya manusia perusahaan prinsip pengembangan nilai-nilai kerja sangat berpengaruh terhadap hasil kerja seseorang secara keseluruhan. Nilai-nilai kerja seperti: kejujuran, tanggung jawab, dedikasi dan komitmen, dianggap sebagai modal dasar yang harus terpenuhi dalam upaya memiliki tenaga kerja yang kompeten.

b. Semangat Kerja (*Work Spirit*)

Faktor lain yang sangat mempengaruhi seseorang melakukan pekerjaan dengan baik adalah semangat kerja, seseorang dengan semangat kerja yang rendah akan menghasilkan kinerja kerja yang juga rendah,

⁴⁵Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), h. 56.

sebaliknya seseorang dengan semangat kerja yang tinggi akan mampu menghasilkan kinerja yang tinggi bagi perusahaan.

c. Keterampilan Berkomunikasi dengan Konsumen (*Communication Skills*)

Faktor lain yang tidak kalah pentingnya dalam unsur pelayanan adalah keterampilan dan kemampuan staf dalam berkomunikasi dengan konsumen. Bahasa komunikasi ini menjadi jembatan antara perusahaan dengan para konsumennya dalam menjalankan usaha. Kemampuan berkomunikasi dengan konsumen menjadi bagian dari bentuk pelayanan kepada konsumen. Ketidak mampuan staf pelayanan dalam berkomunikasi dengan konsumen dapat menimbulkan ketidak harmonisan hubungan dengan konsumen itu sendiri, maka dapat berakibat pesan yang diinginkan disampaikan tidak akan sampai sesuai dengan yang diharapkan.

d. Penguasaan Teknologi Informasi (*Technological Skills*)

Dalam penguasaan kemampuan berkomunikasi, para staf pelayanan juga harus mampu menguasai teknologi praktis, dalam pemberian pelayanan dibidang ketenagalistrikan, penguasaan teknologi informasi (*customer information system*) merupakan bagian yang tidak terpisahkan dengan kemampuan staf pelayanan di lingkungan perusahaan jasa ketenagalistrikan.⁴⁶

⁴⁶Bahrul Kirom, *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*, (Bandung: Pustaka Reka Cipta, 2010) h. 47.

5. Kinerja Pelayanan

Dalam kinerja tersebut dapat diukur dengan berbagai peningkatan yang menjadikan kinerja pelayanan tersebut menjadi lebih baik lagi, antara lain:

a. Peningkatan Pelayanan

Program peningkatan pelayanan merupakan salah satu upaya perusahaan untuk memberikan pelayanan yang lebih baik kepada konsumen atau pelanggan. Program peningkatan pelayanan tersebut menjadi sangat penting, mengingat sebagai perusahaan yang melayani kebutuhan masyarakat luas (*public service*), maka tuntutan pelayanan diberikan secara baik dan sebagaimana mestinya menjadi suatu keharusan.

b. Kinerja Pelayanan Profesional

Kinerja pelayanan profesional yang harus diberikan oleh para tenaga kerja dilapangan sebagai implementasi daripada program pengembangan sumber daya manusia. Kemampuan perusahaan dalam melaksanakan sesuatu pekerjaan diukur dalam satuan kinerja. Kinerja dalam pengertiannya disebutkan sebagai prestasi atau capaian prestasi atas sesuatu yang telah ditetapkan sebelumnya.

c. Dukungan Kinerja Secara Optimal

Dukungan diperlukan dalam rangka menunjang pencapaian kinerja institusi secara maksimal, dukungan juga dipandang sebagai prasyarat keberhasilan program kerja institusi. Dukungan juga dipandang sebagai pelengkap sarana dan prasarana dalam pencapaian kinerja institusi, tanpa

sarana dan prasarana yang lengkap suatu kinerja yang telah ditetapkan tidak akan berjalan sebagaimana mestinya.⁴⁷

Jadi peningkatan pelayanan juga memperlihatkan kategori yang beragam. Pelayanan yang ditingkatkan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan, karyawan, ataupun pimpinan. Proyek yang dipicu oleh peningkatan pelayanan dipilih guna memberikan pelayanan yang lebih baik terhadap para pelanggannya.⁴⁸

B. Kepuasan Pelanggan

1. Pengertian Kepuasan

Kepuasan dapat diartikan sebagai perasaan puas, rasa senang dan kelegaan seseorang, dikarenakan mengkonsumsi suatu produk atau jasa untuk mendapatkan pelayanan dibidang jasa, dan tingkat kepuasan seseorang itu setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya.⁴⁹ Jadi kepuasan atau ketidakpuasan tergantung dari interaksi antara harapan dan pengalaman sesudah memakai pelayanan dibidang jasa yang diberikan. Apabila penampilan kurang dari harapan, maka pelanggan tidak dipuaskan, namun apabila penampilan

⁴⁷*Ibid*, h. 50.

⁴⁸ Suyanto, *Analisis & Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran*, (Yogyakarta: CV Andi, 2004) h. 50.

⁴⁹*Ibid*, h. 60

sebanding dengan harapan, pelanggan akan merasa puas, dan apabila penampilan melebihi harapan pelanggan akan sangat puas atau senang.⁵⁰

Adapun definisi lain dari kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja atau hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan. Jika kinerja berada dibawah harapan pelanggan tidak puas. Jika kinerja memenuhi harapan pelanggan pasti puas, tetapi jika kinerja melebihi harapan maka pelanggan amat puas dan senang.⁵¹ Dapat disimpulkan kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah mendapatkan kinerja atau hasil yang diharapkan. Adapun untuk mendapatkan hasil yang memuaskan tersebut dikemukakan oleh Garvin, dibidang pelayanan ini harus ada faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap kepuasan konsumen antara lain sebagai berikut:

- a. Kinerja (*Performance*), yaitu cara kerja dan penampilan perusahaan.
- b. Ciri-ciri atau keistimewahan tambahan (*Features*), yaitu hal-hal yang penting, roman dalam suatu perusahaan.
- c. Keandalan (*Reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan yang disajikan secara akurat dan terpercaya.

⁵⁰ Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 1997), h. 229.

⁵¹ *Ibid*, h. 230.

- d. Kesesuaian dengan spesifikasi (*Compliance with specifications*), yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan.
- e. Daya tahan (*Durability*), yaitu beberapa laba barang tersebut dapat terus digunakan.
- f. Pelayanan (*Service*), yaitu sejauh mana pelayanan itu dapat memuaskan konsumen.
- g. Estetika (*Aesthetics*), yaitu daya tarik dari barang tersebut.
- h. Kualitas yang dipersepsikan, yaitu citra dan nama baik perusahaan (harga, promosi, lokasi, reputasi perusahaan).⁵²

2. Pengertian Pelanggan

Pelanggan adalah semua orang yang menuntut kita atau perusahaan untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu yang akan memberikan pengaruh pada performansi kita atau perusahaan manajemen perusahaan. Kualitas produk (barang atau jasa) terletak pada kepuasan pelanggan. Untuk memberikan kepuasan kepada pelanggan, terlebih dahulu diidentifikasi jenis-jenis pelanggan itu. Pada dasarnya, dikenal tiga jenis golongan pelanggan dalam sistem kualitas modern.⁵³

- a. Pelanggan Internal.

⁵²Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), h. 55.

⁵³*Ibid*, h. 101.

Pelanggan internal (*internal costumer*), adalah orang-orang atau pengguna produk yang berada di dalam perusahaan dan sebagainya memiliki pengaruh terhadap maju mundurnya perusahaan. Berdasarkan keanggotaannya pelanggan internal ada dua macam, yaitu pelanggan internal organisasi dan pelanggan internal pemerintah. Pelanggan internal organisasi adalah setiap orang yang terkena dampak produk dan merupakan anggota dari organisasi yang menghasilkan produk tersebut. Pelanggan internal pemerintah adalah setiap orang yang terkena dampak produk dan bukan anggota organisasi penghasil produk, tetapi masih dalam lingkungan atau instansi pemerintah.

a. Pelanggan Antara.

Pelanggan antara (*intermediate costumer*) adalah setiap orang yang berperan sebagai perantara produk, bukan sebagai pemakai. Komponen distributor, seperti agen-agen koran yang memasarkan koran, atau toko-toko buku merupakan contoh pelanggan perantara. Misalnya Penerbit Armico Bandung menerima pesanan buku dari toko buku untuk dijual kepada siswa SMK maka dalam hal ini Penerbit Armico bertindak sebagai pemasok, toko buku sebagai pelanggan perantara, dan siswa SMK sebagai pelanggan akhir atau pelanggan nyata.

b. Pelanggan Eksternal.

Pelanggan eksternal (*external costumer*) adalah setiap orang atau kelompok orang pengguna suatu produk (barang/jasa) yang dihasilkan oleh perusahaan bisnis. Pelanggan eksternal inilah yang berperan sebagai pelanggan nyata atau pelanggan akhir.⁵⁴

3. Mengukur Kepuasan Konsumen atau Pelanggan

Dalam era globalisasi ini, persaingan bisnis menjadi sangat tajam, baik dipasar domestik (nasional) maupun dipasar internasional/global. Untuk memenangkan persaingan, perusahaan harus mampu memberikan kepuasan kepada para pelanggannya, misalnya dengan memberikan produk yang mutunya lebih baik, harganya lebih murah, penyerahannya lebih cepat dan pelayanannya yang lebih baik dari pada para pesaingnya. Produk dengan mutu jelek, harga yang mahal, penyerahan produk yang lambat bisa membuat pelanggan tidak puas, walaupun dengan ikatan yang berbeda. Misalnya angka (5) sangat setuju, angka (4) setuju, angka (3) netral, angka (2) tidak setuju, angka (1) sangat tidak setuju.⁵⁵

Pelanggan memang harus dipuaskan, sebab kalau mereka tidak puas akan meninggalkan perusahaan dan menjadi pelanggan pesaing. Hal ini akan menyebabkan penurunan penjualan dan pada gilirannya akan menurunkan laba dan bahkan kerugian. Maka dari itu, pimpinan perusahaan harus berusaha melakukan pengukuran tingkat kepuasan pelanggan agar segera mengetahui

⁵⁴ *Ibid*, h. 102.

⁵⁵Supranto, *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2011), h. 1.

atribut apa dari suatu produk yang bisa membuat pelanggan tidak puas. Mengukur tingkat kepuasan pelanggan tidak semudah mengukur berat badan/tinggi badan. Data yang diperoleh bersifat subyektif, sesuai dengan jawaban para responden menurut pengalaman mereka, dalam menggunakan suatu jenis produk atau jasa tertentu.⁵⁶

Tingkat kepuasan pelanggan sangat tergantung pada mutu suatu produk, dalam buku ini produk bisa berarti *barang* atau *pelayanan (jasa)*. Jadi, suatu produk dikatakan bermutu bagi seseorang kalau produk tersebut dapat memenuhi kebutuhannya. Aspek mutu ini bisa diukur, pengukuran tingkat kepuasan erat hubungannya dengan mutu produk (barang atau jasa). Pengukuran aspek mutu bermanfaat bagi pimpinan bisnis yaitu:

- a. Mengetahui dengan baik bagaimana jalannya atau bekerjanya proses bisnis.
- b. Mengetahui dimana harus melakukan perubahan dalam upaya melakukan perbaikan secara terus menerus untuk memuaskan pelanggan, terutama untuk hal-hal yang dianggap penting oleh para pelanggan.
- c. Menentukan apakah perubahan yang dilakukan mengarah keperbaikan (*improvement*).⁵⁷

Salah satu cara untuk mengukur sikap pelanggan ialah dengan menggunakan kuesioner. Organisasi bisnis perusahaan harus mendesain

⁵⁶*Ibid*, h. 2.

⁵⁷*Ibid*, h. 3

kuesioner kepuasan pelanggan yang secara akurat dapat memperkirakan persepsi pelanggan tentang mutu barang atau pelayanan jasa.⁵⁸

Senada pernyataan diatas kepuasan pelanggan juga dapat diukur dengan berbagai metode dan teknik sebagai berikut:

1. Sistem keluhan dan saran

Perusahaan yang fokus kepada pelanggan mempermudah pelanggannya untuk memberikan saran dan keluhan terhadap perusahaan. Setiap organisasi yang berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*) perlu memberikan kesempatan yang luas kepada para pelanggannya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka.

2. *Ghost Shopping*

Salah satu cara untuk memperoleh gambaran mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan mempekerjakan beberapa orang untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan/pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Kemudian mereka melaporkan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

3. Analisa Pelanggan Yang Hilang (*Lost customer analysis*)

Perusahaan-perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli produk perusahaan ataupun telah berpindah pada pemasok lain untuk mempelajari sebabnya.

⁵⁸*Ibid*, h. 5

4. Survei kepuasan pelanggan

Perusahaan harus menghubungi para pelanggan yang berhenti membeli atau yang telah beralih ke pemasok lain guna mempelajari alasan kejadian itu. Ada dua hal yang harus diperhatikan adalah; pertama, melakukan wawancara terhadap pelanggan yang keluar setelah berhenti membeli, yang kedua adalah memantau tingkat kehilangan pelanggan.

5. Analisis Problem

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.⁵⁹

C. Perusahaan Listrik Negara (PLN)

Salah satu organisasi yang bergerak dalam bidang pelayanan kepada publik adalah Perusahaan Listrik Negara (PLN). PLN (Persero) merupakan badan usaha milik negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang kelistrikan di Indonesia. PLN (Persero) mempunyai tugas sebagai pengelola transmisi, operasi sistem dan transaksi tenaga listrik dengan kualitas pelayanan setara kelas dunia, yang mampu memenuhi harapan *stakeholder*, dan memberikan kontribusi dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu

⁵⁹Nasution, *Manajemen Jasa Terpadu*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2004), h. 121.

PLN harus mampu memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada masyarakat dari pelosok desa hingga ke kota besar.⁶⁰

Salah satu bentuk pelayanan kepada masyarakat adalah *Payment Point Online Bank* (PPOB). *Payment Point Online Bank* (PPOB) adalah suatu loket penerimaan (*payment point*) pembayaran tagihan listrik dari pelanggan PLN yang langsung online dengan bank. *Payment Point Online Bank* (PPOB) mulai efektif difungsikan untuk melayani pelanggan sejak bulan Mei 2009 hingga sekarang. Maksud dan tujuan dibuka pelayanan ini adalah perubahan pola proses bisnis PLN agar efisien, tetapi mengedepankan kemudahan bagi pelanggan serta persaingan yang sehat diantara penyedia jasa pembayaran rekening listrik. Diharapkan dengan adanya sistem *Payment Point Online Bank* (PPOB) ini, pelanggan mudah membayar listrik, bisa dimana saja, kapan saja dan cara apa saja. Di samping itu, bisa memanfaatkan *Payment Point Online Bank* (PPOB) tidak hanya untuk bayar listrik juga pembayaran lain seperti cicilan motor, PBB, PDAM, Telkom, cicilan KPR dan lain-lain (PLN,2010). Obyek penelitian ini adalah PT. PLN (Persero) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai. Alasannya karena jumlah tagihan pelanggan pada sistem ini cenderung menurun. Hal ini karena dengan berbagai kemudahan yang diberikan oleh PLN melalui sistem *Payment Point Online Bank* (PPOB) diharapkan masyarakat dapat menggunakannya semaksimal mungkin. Namun demikian kurangnya promosi dari pihak PLN terhadap program ini maka

⁶⁰<http://www.pln.co.id>, diakses jum'at 10 Juli 2015.

berpengaruh terhadap jumlah tagihan yang setiap bulannya cenderung menurun. Undang-undang No 8 tahun 1999 tentang perlindungan konsumen, yang pada dasarnya mengatur hak-hak dan kewajiban konsumen dimana konsumen harus diperlakukan atau dilayani secara benar dan jujur. Hak dan kewajiban pelanggan antara lain:

1. Hak dan kewajiban pelanggan listrik

Kewajiban pelanggan

- a. Menyetujui ketentuan penempatan APP milik PLN sedemikian rupa sehingga aman dan mudah untuk diperiksa petugas.
- b. Menjaga APP dan perlengkapan PLN.
- c. Memeriksa surat tugas dan identitas petugas P2TL, pelayanan teknik, pelayanan gangguan, pemutusan dan penyambungan PLN.
- d. Mengizinkan PLN memasang instalasi listrik antara lain tiang listrik atau peralatan pendukung lainnya di halaman rumah atau bangunan pelanggan guna memberikan listrik kepada pengguna lain.
- e. Membayar ganti rugi APP yang hilang atau rusak akibat kelalaian atau kesengajaan pelanggan sesuai ketentuan yang berlaku.
- f. Membayar tagihan susulan akibat ditemukan pelanggaran pemakaian tenaga listrik tidak terukur secara penuh akibat peralatan pengukuran bekerja tidak normal bukan dikarenakan kesalahan pelanggan.

- g. Menyediakan lokasi, membayar biaya pemindahan dan anti rugi kWh yang tidak tersalur. Apabila pelanggan bermaksud untuk memindahkan tiang listrik dan peralatan pendukung lainnya atas persetujuan PLN.
- h. Memenuhi segala ketentuan yang berlaku di PLN.⁶¹

Hak Pelanggan

- a. Menerima pelayanan sesuai tingkat mutu pelayanan (TMP) yang telah ditetapkan PLN
- b. Menerima restitusi dari PLN akibat tidak terpenuhinya (TMP), sesuai ketentuan yang berlaku.
- c. Mendapatkan pelayanan untuk perbaikan apabila ada gangguan instalasi tenaga listrik milik PLN.
- d. Menanyakan kartu identitas atau surat perintah kerja yang membuktikan bekerja untuk PLN kepada siapapun juga yang akan melakukan tindakan mengatasnamakan kepentingan PLN dan menolak kedatangan PLN tanpa kartu identitas atau surat perintah.
- e. Mendapatkan informasi dan penjelasan mengenai hal-hal yang berkaitan dengan tenaga listrik.⁶²

⁶¹<http://www.pln.co.id>, diakses Jum'at 10 Juli 2015

⁶²<http://www.pln.co.id>, diakses Jum'at 10 Juli 2015

BAB III

GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN

A. Sejarah Singkat Perusahaan

1. Sejarah Perusahaan Listrik Negara

Kelistrikan di Indonesia di mulai pada akhir abad ke 19, pada saat beberapa perusahaan Belanda antara lain pabrik gula dan pabrik teh mendirikan pembangkit tenaga listrik untuk keperluan sendiri. Kelistrikan untuk pemanfaatan umum mulai ada pada saat perusahaan swasta Belanda yaitu NV NIGN yang semula bergerak dibidang gas memperluas usahanya dibidang listrik untuk kemanfaatan umum. Pada tahun 1927 Pemerintah Belanda membentuk s'Land Waterkracht Bedrijven (LB) yaitu perusahaan listrik Negara yang mengelola PLTA Pelanggan, PLTA Lamajan dan PLTA Bengkok Dago, PLTA Ubrug dan Kracak di Jawa Barat, PLTA Giringan di madiun, PLTA tes di Bengkulu, PLTA Tonsea lama di Sulawesi Utara dan PLTU di Jakarta. Selain itu beberapa Kotapraja dibentuk perusahaan-perusahaan listrik di Kotapraja.

Menyerahnya Pemerintahan Belanda kepada Jepang dalam Perang Dunia II maka Indonesia dikuasai oleh Jepang, yang kemudian jatuhnya Jepang ke tangan Sekutu dan diproklamasikannya kemerdekaan RI maka diambil alih perusahaan-perusahaan listrik yang dikuasai Jepang. Pengambil alihan tersebut diserahkan kepada Presiden Soekarno dan kemudian dengan

Penetapan Pemerintah tahun 1945 No. 1 tertanggal 27 Oktober 1945 maka dibentuklah Jawatan Listrik dan Gas dibawah Departemen Pekerjaan Umum dan Tenaga.

Sejarah ketenagalistrikan di Indonesia mengalami pasang surut sejalan dengan perjuangan bangsa. Tanggal 27 Oktober 1945 kemudian dikenal sebagai Hari Listrik dan Gas. Penetapan secara resmi sebagai Hari Listrik dan Gas berdasarkan keputusan Menteri Pekerjaan Umum dan Tenaga No.20 tahun 1960, namun kemudian berdasarkan keputusan Menteri Pekerjaan Umum dan Tenaga Listrik No.235/KPTS/1975 tanggal 30 September 1975 peringatan Hari Listrik dan Gas yang digabung dengan Hari Kebangkitan Pekerjaan Umum dan Tenaga Listrik yang jatuh pada tanggal 3 Desember. Mengingat pentingnya semangat dan nilai-nilai hari listrik, maka berdasarkan Keputusan Menteri Pertambangan dan Energi No.1134.K/43/MPE/1992 tanggal 31 Agustus 1992 ditetapkan tanggal 27 Oktober sebagai Hari Listrik Nasional.

Pada tahun 1994 terjadi perubahan mendasar dalam tubuh perusahaan yang tadinya berstatus sebagai Perusahaan Umum ini, yaitu setelah keluarnya Peraturan Perundang-undangan No.3 dan sesuai dengan akte notaris Soetjipto, SH No 169 yang menyatakan bahwa Perum PLN statusnya diubah menjadi Perseroan dengan nama PT.PLN (Persero). Perubahan status perusahaan tersebut ternyata membawa dampak sangat kuat bagi perkembangan perusahaan listrik Indonesia dalam menggapai orientasi dan

obsesinya. Selain itu dalam rangka memaksimalkan peran perusahaan itu berbagai upaya telah dilakukan perusahaan ini, baik secara internal maupun secara eksternal. Perubahan internal misalnya dapat dilihat dari perubahan struktur organisasinya baik yang dikantor pusat maupun di daerah. Begitu juga secara eksternal kini PLN telah melakukan ekspansi dengan membentuk unit-unit bisnis dan anak perusahaan sebagai unit pelaksanaannya.

Unit wilayah yang dimiliki PLN terdiri dari 11 wilayah kerja ditambah dengan kawasan Batam sebagai wilayah khusus. Wilayah tersebut antara lain: Wilayah I Aceh, Wilayah II Sumatra Utara, Wilayah III Sumbar-Riau, Wilayah IV Sumsel-Bengkulu-Jambi dan Bangka Belitung, Wilayah V Kalimantan Barat, Wilayah VI Kalimantan Selatan, Timur dan Tengah, Wilayah VII Sulut Sulteng, Wilayah VIII Sulawesi Selatan dan Tenggara, Wilayah IX Maluku, Wilayah X Irian jaya dan Wilayah XI Bali NTT – NTB.

Selain wilayah PLN memiliki unit distribusi Jakarta raya dan Tangerang distribusi Jawa Barat, distribusi Jawa Tengah dan Timur. Begitu juga membentuk anak perusahaan diantaranya PT.Indonesia Power, PT. Icon Plus dan PLN Batam yang sebelumnya menjadi daerah khusus.⁶³

⁶³<http://www.pln.co.id>, diakses Selasa 28 Juli 2015

2. PLN Wilayah Sumatera Selatan, Jambi dan Bengkulu (WS2JB)

Pada tahun 1942 sudah berdiri perusahaan swasta Belanda yang mengelola kelistrikan di kota Palembang yaitu NV. Nederland Indischi Gas Maatschapij yang disingkat NV. NIGEM yang memiliki pembangkit tenaga listrik merk SULZER sebanyak 2 unit yang mulai dioperasikan pada tahun 1927 dan mempunyai anak perusahaan di Tanjung Karang. Saat Perang Dunia II, perusahaan listrik di kota Palembang dikuasai oleh Jepang dan diberi nama Denky Kyoky. Setelah Perang Dunia II berakhir, Jepang menyerahkan Denky Kyoky kepada Belanda dengan nama NV. OGEM.⁶⁴

Pada tahun 1958 pemerintah RI menerbitkan UU No. 86 tentang Nasionalisasi perusahaan milik Belanda termasuk NV. OGEM untuk diambil alih pemerintah RI dan dipegang oleh Perusahaan Listrik dan Gas Sumatera Selatan. Pengambilalihan ini diatur dalam Peraturan Pemerintah No. 16 tahun 1959 yang kemudian di bawah naungan Departemen Pekerjaan Umum dan Tenaga. Berdasarkan Keputusan Menteri Pekerjaan Umum dan Tenaga (PUT) No. Ment.I/U/24 tahun 1959, maka tenaga listrik dikelola oleh Perusahaan Negara Djakarta. Lalu pada Juni 1960 Menteri PUT menerbitkan Keputusan tentang Struktur Organisasi Perusahaan Umum Listrik Negara Eksploitasi yang meliputi area kerja Sumatera Selatan, Lampung, Bengkulu dan Riau.⁶⁵

⁶⁴*Ibid.*,

⁶⁵*Ibid.*,

Kemudian sesuai Keputusan Menteri PUT pada tahun 1965, maka diadakan perubahan daerah kerja PLN Eksploitasi II meliputi Sumatera Selatan, Lampung, Jambi dan Bengkulu. Setelah itu pada tahun 1972 dikeluarkan PP No. 18/1972 yang mengubah PLN Eksploitasi II menjadi PLN Eksploitasi IV dengan wilayah kerja yang sama. Nama PLN Eksploitasi IV inipun tidak bertahan lama dengan diterbitkannya Keputusan Menteri Pekerjaan Umum dan Tenaga No. 013/PRT/1975 yang mengubah PLN Eksploitasi IV menjadi PLN Wilayah IV masih dengan area kerja yang sama dan Kantor Wilayah berkedudukan di Palembang dimana terdiri dari Cabang Palembang, Cabang Tanjung Karang, Cabang Bengkulu, Cabang Lahat, Cabang Jambi, Tanjung Pandan dan Sektor Keramasa. Dan dari beberapa cabang tersebut terdiri dari beberapa rayon dan salah satunya rayon A. Rivai yang berada dikawasan WS2JB ini lah. Seiring dengan terus meningkatnya kebutuhan tenaga listrik bagi masyarakat, maka satuan kerja PLN Wilayah IV berkembang menjadi Cabang Bangka, Sektor Bukit Asam, Unit Pengatur Beban Sistem Sumsel dan Sektor Bandar Lampung.⁶⁶

Selanjutnya sesuai Keputusan Direksi PT Perusahaan Listrik Negara (Persero) No 079.K/023/DIR/1996 maka dibentuk PT PLN (Persero) Pembangkitan dan Penyaluran Sumatera bagian Selatan. Dengan demikian maka PLN Wilayah IV hanya membawahi 7 unit yaitu: Cabang Palembang, Cabang Tanjung Karang, Cabang Jambi, Cabang Bengkulu, Cabang Lahat,

⁶⁶*Ibid.*,

Cabang Tanjung Pandan dan Cabang Bangka. Berdasarkan Keputusan Direksi PT PLN (Persero) No. 114.K/010/2001, PLN Wilayah IV berubah menjadi Unit Bisnis Sumatera Selatan Jambi Bengkulu Bangka Belitung dan Lampung. Selang beberapa waktu kemudian terjadi perubahan organisasi kembali sesuai Keputusan Dir No. 089.K/010/DIR/2002 dimana Unit Bisnis diubah menjadi PT PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan Jambi dan Bengkulu yang membawahi 4 unit yakni Cabang Palembang, Cabang Lahat, Cabang Jambi dan Cabang Bengkulu.⁶⁷

B. Visi dan Misi Perusahaan PLN

1. Visi PLN

Visi Perusahaan PLN ialah Terwujudnya keharmonisan hubungan PT PLN (PERSERO) dengan masyarakat sehingga akan menunjang keberhasilan kegiatan (PERSERO) dalam menyediakan tenaga listrik bagi masyarakat.

2. Misi PLN

- a. Membantu mengembangkan kemampuan masyarakat agar dapat berperan dalam pembangunan.
- b. Berperan aktif dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat dengan jalan program *Community Empowering*.
- c. Berperan aktif dalam mencerdaskan masyarakat melalui pendidikan.

⁶⁷Sumber : wawancara di PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai

- d. Berperan aktif dalam mendorong tersedianya tenaga listrik untuk meningkatkan kualitas hidup dengan jalan penggunaan listrik pada siang hari untuk industri rumah tangga dan pengembangan desa mandiri energi.
- e. Berperan aktif dalam menjaga kesinambungan lingkungan melalui pelestarian alam.⁶⁸

C. Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas

1. Struktur Organisasi PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai

Struktur organisasi PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai tertuang dalam bagan struktur sebagai berikut:

⁶⁸Sumber : PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai

1. Tugas dan Fungsi Manajer (MGS. A. Rachman)

Adalah mengelola dan melaksanakan kegiatan penjualan tenaga listrik, pelayanan pelanggan, pengoperasian pemeliharaan pembangkit dan jaringan distribusi tenaga listrik di wilayah kerjanya secara efisien sesuai tata kelola yang baik berdasarkan kebijakan kantor induk untuk menghasilkan pendapatan perusahaan yang didukung dengan pelayanan, mutu keandalan pasukan tenaga listrik yang memenuhi kebutuhan pelanggan.

2. Tugas dan Fungsi Supervisor Transaksi Energi (Budi Syahputro)

Yaitu melaksanakan kegiatan penyusunan kebutuhan tenaga listrik, penyusunan dan survey data pelanggan tenaga listrik di wilayah kerjanya dengan uraian sebagai berikut:

- a. Merencanakan jadwal dan rute baca meter serta pemeliharaannya.
- b. Menyiapkan kegiatan pelaksanaan pembacaan meter.
- c. Melaksanakan pembacaan dan pencatatan angka kedudukan meter, untuk pelanggan daya besar secara tepat sesuai jadwal yang telah ditetapkan. Menyampaikan surat pemberitahuan kepada pelanggan yang tidak berhasil dilakukan pembacaan meter.
- d. Menyampaikan struk hasil pembacaan meter yang menggunakan alat Pengolahan Data Elektrik (PDE) kepada pelanggan.
- e. Melakukan pembacaan khusus sehubungan dengan adanya pengaduan penyambungan baru.

- f. Melakukan perekaman angka kedudukan meter dan perhitungan pemakaian kWh, KVArh, dan Kva Max.
- g. Mengirim hasil pembacaan neter kepada fungsi pembuatan rekening.
- h. Melakukan pengawasan dan pembinaan pembaca meter.
- i. Melakukan pemeriksaan hasil pembaca meter dan perbaikan kesalahannya.
- j. Mencatat dan menindaklanjuti laporan pembaca meter.
- k. Melakukan koordinasi dengan fungsi terkait.
- l. Membuat laporan sesuai bidangnya.
- m. Melaksanakan pengantian atas material pemeliharaan.
- n. Mengirimkan rekening listrik yang diperbaiki dan menerima kembali rekening perbaikan.
- o. Melaksanakan tugas TUL VI-1 dan TUL VI-3

3. Tugas dan Fungsi Supervisor Teknik dan Distribusi (Melson)

Yaitu melaksanakan bagian pendistribusian dan bagian-bagian yang berkaitan dengan teknik, bagian tersebut antara lain:

- a. Pemeliharaan jaringan distribusi wilayah kerja Rayon A. Rivai
- b. Melaksanakan pekerjaan pengawasan rintisan row tuntas
- c. Melaksanakan pekerjaan perbaikan konstruksi Jaringan Tegangan Rendah (JTR) dan Jaringan Tegangan Menengah (JTM), seperti akibat alam, hujan

angin, timpa pohon, sambar petir, binatang liar, pohon roboh, dan konstruksi yang sudah tua atau rusak

- d. Membuat laporan pemeliharaan dan hasil pelaksanaan pekerjaan dengan Surat Perintah Kerja (SPK) harian, mingguan dan bulanan
- e. Mengevaluasi hasil pengukuran trafo, beban gardu distribusi untuk di tindak lanjuti menyeimbangkan beban gardu (overblasd) dan rotasi trafo dan perbaikan mutu tegangan dari hasil tegangan ujung, menambah Jaringan Tegangan Rendah (JTR) dan kawat kabel penampang.
- f. Menjaga keandalan suplay tegangan listrik di wilayah Rayon A. Rivai dengan inspeksi Jaringan Tegangan Menengah (JTM), Jaringan Tegangan Rendah (JTR) dan pemeliharaan panel tubicel serta gardu-gardu PLN.
- g. Menjaga keandalan suplay listrik dengan melaksanakan pekerjaan pemeliharaan jaringan distribusi untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat.
- h. Melaksanakan pemeliharaan jaringan distribusi tenaga listrik dan bangunan sipil
- i. Pemeliharaan system pendistribusian tenaga listrik secara korektif
- j. Pemeliharaan tenaga listrik secara preventif.

4. Tugas dan Fungsi Supervisor Pelayanan dan Administrasi (Ratih)

Yaitu melaksanakan penjualan listrik dan pengadministrasian pelanggan tenaga listrik dengan uraian sebagai berikut:

- a. Membuat rencana kerja anggaran dan keuangan
- b. Melaksanakan tata usaha/pengkajian/pengupahan dan pembinaan kesejahteraan pegawai
- c. Menekan biaya administrasi
- d. Pelaksanaan pelayanan penerimaan, penyimpanan, pengambilan barang
- e. Melaksanakan pencatatan semua transaksi perusahaan
- f. Pelaksanaan pembuatan aktiva tetap, PDP, persediaan barang dan transaksi barang gudang
- g. Melaksanakan pengawasan pendapatan dan pengelolaan biaya operasional
- h. Melaksanakan tata usaha
- i. Pembuatan laporan keuangan neraca rutin bulanan dan tahunan
- j. Pengolahan data dan alur kas
- k. Pencatatan pajak perusahaan
- l. Pengadaan material dan jasa borongan untuk pengoperasional dan pemeliharaan pendistribusian tenaga listrik
- m. Pengamanan asset perusahaan
- n. Perencanaan dan pengendalian SDM

- o. Pelaksanaan tata usaha dan kegiatan rumah tangga.⁶⁹

5. Tugas dan Fungsi Pelayanan Pelanggan (Aminah, Evimediawati, Reinyta)

yaitu melaksanakan penjualan listrik pelanggan dengan uraian tugas sebagai berikut :

- a. Memberikan informasi tentang hal-hal yang berhubungan dengan penyambungan tenaga listrik kepada calon pelanggan/pelanggan dan masyarakat lainnya.
- b. Melayani permintaan penyambungan baru, perubahan daya, perubahan tarif, ganti nama pelanggan, balik nama pelanggan dan penyambungan sementara serta pengaduan yang berhubungan dengan penyambungan tenaga listrik.
- c. Mencatat dan membuat, mengarsipkan berkas setiap permintaan calon pelanggan/pelanggan dan masyarakat lainnya secara tertib dan teratur pada formulir yang disediakan.
- d. Meneruskan berkas setiap permintaan calon pelanggan/pelanggan dan masyarakat lainnya kepada fungsi terkait.
- e. Memberikan pelayanan pembayaran biaya penyambungan baru/uang jaminan langganan (BB/UJL), tagihan susulan, biaya penyambungan

⁶⁹ Sumber : PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai

sementara, biaya perubahan dan biaya lain ditetapkan sesuai ketentuan yang berlaku.

- f. Menyiapkan dan membuat kwitansi penerimaan biaya penyambungan
- g. Menyiapkan perintah kerja pemasangan, perbaikan, perubahan, pembongkaran sambungan Tenaga Listrik (TL) dan berita acara pelaksanaan
- h. Memelihara arsip data induk pelanggan
- i. Membuat laporan

6. Proses Keluhan atau Prosedur Pengaduan Pelanggan

Dalam era globalisasi seperti sekarang ini, peran listrik sangat penting bagi kehidupan sehari-hari. Kebutuhan dan kesejahteraan semakin meningkat, sehingga harus menciptakan kepuasan pelanggan. Demikian halnya kepuasan bagi para pelanggan PT PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A Rivai juga dipengaruhi oleh factor pelayanan. Khususnya dalam memberikan pencatatan keluhan pelanggan menetapkan prosedur pelayanan keluhan pelanggan yang berfungsi untuk kepentingan pelayanan pelanggan. Jenis pengaduan pelanggan berbagai macam mulai dari datang langsung dan bisa melalui *call center* 123. Adapun jenis pengaduan itu diantaranya mulai dari jaringan listrik, complain baca meter, complain pasang baru/tambah daya/migrasi, dll. Setiap jenis pengaduan ini di tangani oleh pihak nya masing-masing. Misalnya jaringan listrik itu di tangani oleh bagian distribusi

dan teknik, kemudian pelanggan tersebut diharuskan untuk mengisi form pengaduan dan itu akan ditindak lanjuti kemudian akan masuk ke aplikasi pengaduan pelanggan. Dan apabila pelanggan tersebut tidak bisa datang langsung, pelanggan bisa menghubungi *call center* 123 yang mana akan ada bagian yang bertugas disana dan akan ditindak lanjuti oleh bagian yang berkaitan dengan keluhan pelanggan tersebut. Berikut Bagan Prosedur Pengaduan Pelanggan:

Foto Pelanggan saat datang ke PLN Rayon A. Rivai



Sumber: Dok. PT. PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai

Foto pelanggan saat datang ke PLN Rayon A. Rivai



Sumber: Dok. PT. PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai.

Menurut bapak Bandi beliau adalah salah seorang pelanggan yang pernah datang ke PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai. Saat ia datang langsung kesana dan member tahu bahwa kendalanya adalah soal pencatatan stand meter yang salah yang mengakibatkan pembayaran listrik tiap bulannya melonjak naik, ia langsung di tangani oleh pihak PLN terutama bagian pelayanannya.

D. Keadaan Lingkungan Bangunan Fisik dan Aktifitas Sosial

PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai berada di Jalan Kapten A. Rivai No. 37 Palembang 30129. Berada ditengah-tengah lingkungan masyarakat yang beraneka ragam dan satu kawasan dengan PT PLN Wilayah. Gedung ini terdiri dari 5 lantai dan disetiap lantai ada bagiannya masing-masing. Sebagai perusahaan yang dimiliki oleh negara PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai peduli terhadap

lingkungan disekitarnya. Dan bangunan gedung yang sangat strategis di tengah-tengah perkantoran yang ada di Palembang.



Sumber: Dok. PT. PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai.

Perusahaan yang bergerak di bidang kelistrikan ini mempunyai salah satu bentuk kepedulian apabila memperingati hari Listrik Nasional yang jatuh pada tanggal 27 Oktober setiap tahunnya PLN selalu mengadakan kegiatan yang berbentuk sosial atau kemasyarakatan diantaranya:

1. Bantuan untuk beasiswa yang berprestasi bagi keluarga tidak mampu.
2. Sumbangan sosial kepada tempat ibadah, panti asuhan putra putri dan panti jompo.
3. Donor darah, sunatan massal, kunjungan ke rumah sakit dan makam pahlawan.
4. Bantuan pinjaman lunak bagi pengusaha kecil.
5. Serta bantuan-bantuan lain terhadap lingkungan disekitarnya.

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Tahapan Penelitian

Setelah kuesioner dibuat serta dibagikan kepada responden sebanyak 80 orang di PT PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A Rivai. Hal ini dimaksudkan untuk:

1. Menguji validitas dan reliabilitas dari kuesioner yang diolah dengan menggunakan SPSS versi 20.
2. Menganalisis perindikator, perdimensi serta pervariabel X dan Y.
3. Melakukan uji hipotesis statistik dengan rumus regresi linier sederhana dan membahas hasil yang diperoleh.

B. Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

Penelitian ini memiliki 21 item. 12 item untuk variabel Pelayanan Pelanggan PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai (X) dan 9 item untuk variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Untuk mengetahui valid atau tidaknya item bisa dilihat pada *corrected item total correlation* jika r hitung $<$ r tabel maka item dinyatakan tidak valid, sedangkan r hitung item $>$ r tabel maka dinyatakan valid. Uji validitas ini menggunakan r tabel product moment dengan taraf signifikan sebesar 0,10

dengan rumus *degree of freedom* yaitu $df = n$ (jumlah sampel) -2 , maka $df = 80-2 = 78$ sehingga r tabel $0,143$. Berikut hasil uji validitas:

Tabel 6 Hasil Uji Validitas Variabel X

Item	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	r tabel	Keterangan
Item1	0,352	0,143	Valid
Item2	0,456	0,143	Valid
Item3	0,402	0,143	Valid
Item4	0,448	0,143	Valid
Item5	0,595	0,143	Valid
Item6	0,513	0,143	Valid
Item7	0,537	0,143	Valid
Item8	0,549	0,143	Valid
Item9	0,526	0,143	Valid
Item10	0,666	0,143	Valid
Item11	0,610	0,143	Valid
Item12	0,454	0,143	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah, September 2015

Tabel 7 Hasil Uji Validitas Variabel Y

Item	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	r tabel	Keterangan
Item1	0,674	0,143	Valid
Item2	0,581	0,143	Valid
Item3	0,479	0,143	Valid
Item4	0,669	0,143	Valid
Item5	0,655	0,143	Valid
Item6	0,570	0,143	Valid
Item7	0,657	0,143	Valid
Item8	0,575	0,143	Valid
Item9	0,526	0,143	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah, September 2015

Berdasarkan data pada tabel 6 dan 7 dapat dilihat bahwa semua nilai pada *corrected item total correlation* lebih besar dari r tabel, maka dapat disimpulkan instrument variabel X dan variabel Y dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam kuesioner.

2. Uji Reliabilitas

Setelah melakukan uji validitas, selanjutnya menguji reliabilitas variabel Pelayanan Pelanggan pada PT. PLN (PERSERO) Cabang Palembang Rayon A. Rivai (X) dan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) dengan menggunakan SPSS versi 20 dan rumus *Cronbach's Alpha*, jika nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60 maka variabel tersebut dinyatakan reliabel dan memenuhi syarat sebagai alat ukur pengambilan data penelitian, sebaliknya jika *Cronbach's Alpha* lebih kecil dari 0,60 variabel tersebut tidak dapat digunakan.⁷⁰

Tabel 8 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y

Variabel	Item Pertanyaan	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Pelayanan PT. PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai (X)	12 Pertanyaan	.840	Valid
Kepuasan Pelanggan(Y)	9 Pertanyaan	.863	Valid

Sumber: Data Primer yang Diolah, September 2015

Berdasarkan dari tabel 8, maka dapat disimpulkan variabel X dan Variabel Y memenuhi syarat sebagai alat ukur untuk pengambilan data dalam penelitian karena nilai *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,60.

⁷⁰Rahayu, *Pengaruh Program Sehati Radio Ismoyo terhadap pemahaman keagamaan*. 2014. h. 55

C. Analisis Indikator Variabel X dan Y

1. Indikator Variabel Pelayanan pada PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai (X)

Pada variabel X (Pelayanan pada PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai), terdapat 5 item dimensi variabel, yaitu bukti fisik, keandalan, tanggapan, jaminan, empati. Dari 5 dimensi tersebut terdapat 12 indikator pernyataan yang telah dijawab oleh responden. Jawaban pernyataan dari responden tersebut ditunjukkan pada tabel-tabel disetiap pernyataan.

a. Dimensi Bukti Fisik

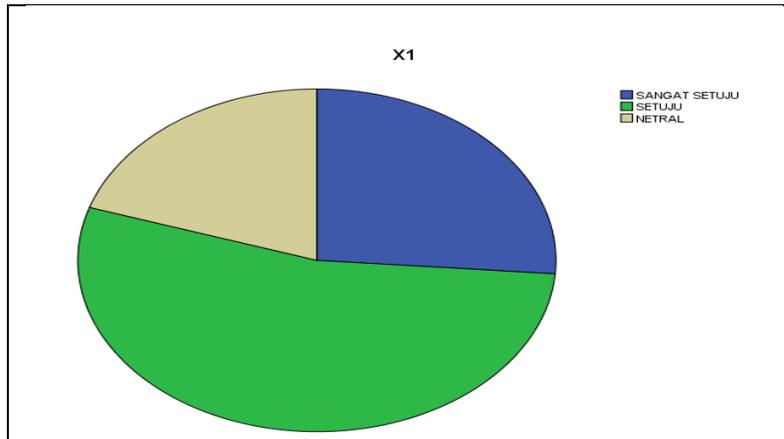
Dimensi ini memiliki 2 indikator pernyataan, yaitu:

1. Ruang pelayanan pelanggan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai tertata rapi, bersih dan nyaman.

Tabel 9 Persentase Jawaban Responden X1

		X1			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT SETUJU	21	26,3	26,3	26,3
	SETUJU	43	53,8	53,8	80,0
	NETRAL	16	20,0	20,0	100,0
Total		80	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



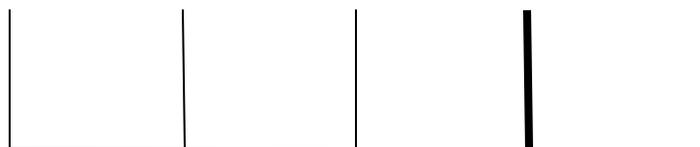
Gambar 1 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 1

Berdasarkan tabel 9 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 80 responden yang menjawab indikator pernyataan no.1 menunjukkan sangat setuju 21 (26,3%), responden menyatakan setuju 43 (53,8%), responden menyatakan netral 16 (20,0%), tidak ada responden yang menyatakan tidak setuju dan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan no.1 positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 80,1 %. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi rentang skala.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
X1	80	4,06

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, September 2015.

Rentangan Skala



1 Low 2,00 Middle 3,00 4,06 High 5

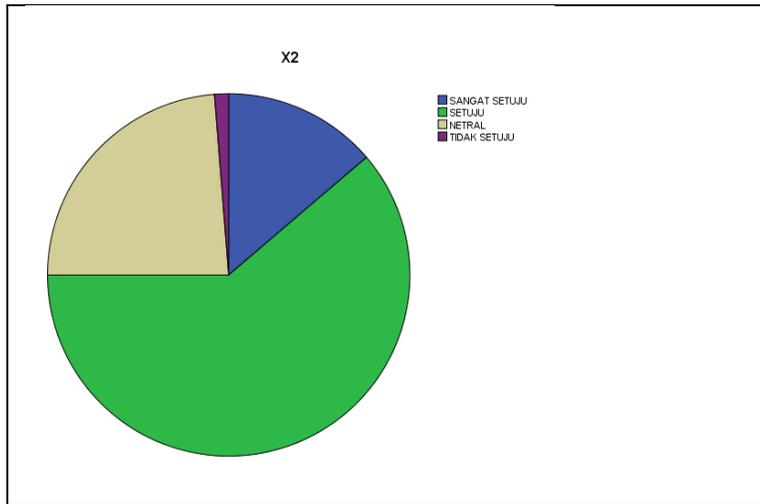
Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 1 memiliki nilai mean sebesar 4,06 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,00 sampai lima 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 1 yaitu ruang pelayanan pelanggan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai tertata rapi, bersih dan nyaman.

2. Peralatan atau media bagian pelayanan tergolong canggih dan lengkap

Tabel 10 Persentase Jawaban Responden X2

		X2			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT SETUJU	11	13,8	13,8	13,8
	SETUJU	49	61,3	61,3	75,0
	NETRAL	19	23,8	23,8	98,8
	TIDAK SETUJU	1	1,3	1,3	100,0
Total		80	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang diolah dengan SPSS 20, September 2015.



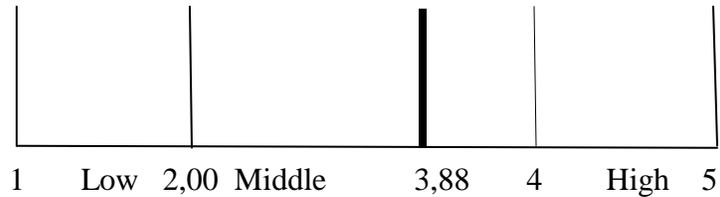
Gambar 2 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 2

Berdasarkan tabel 10 dan *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 80 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 2 menunjukkan 11 (13,8%), responden menyatakan setuju 49 (61,3%), responden menyatakan jawaban netral 19 (23,8%), responden menyatakan jawaban tidak setuju 1 (1,3%), tidak ada yang menyatakan sangat tidak setuju. Artinya, jawaban responden terhadap pernyataan no 2 positif karena jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 75,1%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi rentang skala.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
X2	80	3,88

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, September 2015.

Rentangan Skala



Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 2 memiliki nilai mean sebesar 3,88 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,00 sampai lima 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 2 yaitu peralatan atau media yang digunakan oleh karyawan bagian pelayanan pelanggan tergolong canggih dan lengkap.

b. Dimensi Keandalan

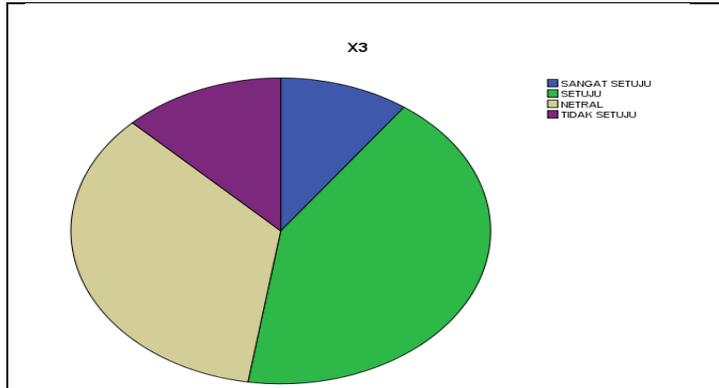
Dimensi ini memiliki 3 indikator pernyataan, yaitu:

3. PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai

Tabel 11 Persentase Jawaban Responden X3

		X3			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT SETUJU	8	10,0	10,0	10,0
	SETUJU	34	42,5	42,5	52,5
	NETRAL	28	35,0	35,0	87,5
	TIDAK SETUJU	10	12,5	12,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



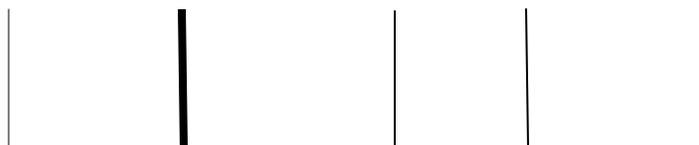
Gambar 3 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 3.

Berdasarkan tabel 11 *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 80 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 3 menunjukkan 8 (10,0%), responden yang menyatakan setuju 34 (42,5%), responden yang menjawab netral 28 (35,0%), responden yang menjawab tidak setuju 10 (12,5%), dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya jawaban responden terhadap pernyataan no.3 positif karena nilai setuju dan sangat setuju mencapai 52,5%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi rentang skala.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
X3	80	3,50

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, September 2015.

Rentangan Skala



1 Low 2,00 Middle 3,50 4 High 5

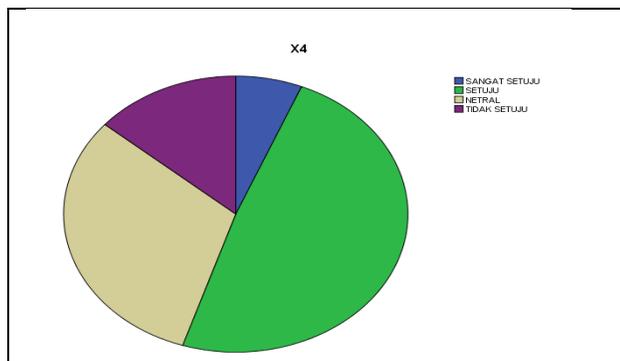
Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 3 memiliki nilai mean sebesar 3,50 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,00 sampai lima 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no.3 yaitu perusahaan melayani pelanggannya dengan tepat waktu.

4. PT PLN Cabang Palembang Rayon A Rivai dalam memberikan informasi atau mengatasi masalah nya dengan maksimal dan sesuai dengan harapan.

Tabel 12 Persentase Jawaban Responden X4

		X4			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT SETUJU	5	6,3	6,3	6,3
	SETUJU	39	48,8	48,8	55,0
	NETRAL	25	31,3	31,3	86,3
	TIDAK SETUJU	11	13,8	13,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.

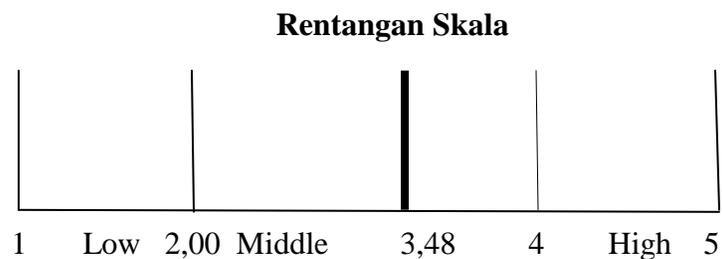


Gambar 4 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 4.

Berdasarkan tabel 12 *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 80 responden yang menjawab indikator pertanyaan no. 4 menunjukkan 5 (6,3%), responden yang menyatakan setuju 39 (48,8%), responden yang menjawab netral 25 (31,3%), responden yang menjawab tidak setuju 11 (13,8%), dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya jawaban responden terhadap pernyataan no.4 positif karena nilai setuju dan sangat setuju mencapai 55,1%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi rentang skala.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
X4	80	3,48

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, September 2015.



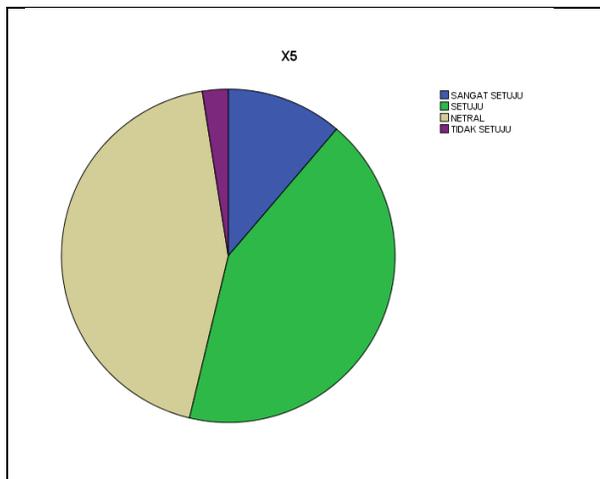
Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 4 memiliki nilai mean sebesar 3,48 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,00 sampai lima 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 4 yaitu perusahaan mengatasi masalah pelanggan dengan maksimal sesuai harapan.

5. Pelayanan dalam mengatasi masalah pelanggan sangat baik dan ditangani sampai tuntas.

Tabel 13 Persentase Jawaban Responden X5

X5				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT SETUJU	9	11,3	11,3	11,3
SETUJU	34	42,5	42,5	53,8
NETRAL	35	43,8	43,8	97,5
TIDAK SETUJU	2	2,5	2,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Sumber: Data yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



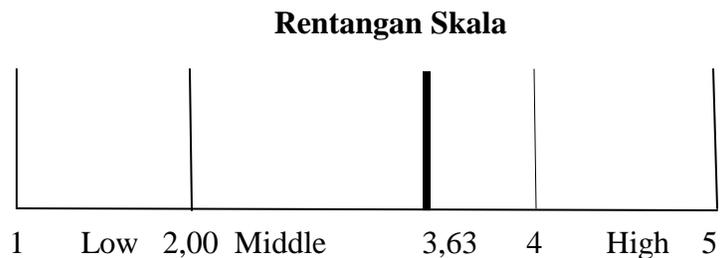
Gambar 5 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 5.

Berdasarkan tabel 13 *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 80 responden yang menjawab indikator pertanyaan no. 5 menunjukkan 9 (11,3%), responden yang menyatakan setuju 34 (42,5%), responden yang menjawab

netral 35 (43,8%), responden yang menjawab tidak setuju 2 (2,5%), dan tidak ada responden yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya jawaban responden terhadap pernyataan no.5 positif karena nilai setuju dan sangat setuju mencapai 53,8%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi rentang skala.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
X5	80	3,63

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, September 2015.



Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 5 memiliki nilai mean sebesar 3,63 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,00 sampai lima 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 5 yaitu pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggan sangat baik dan ditanggapi sampai tuntas.

c. Dimensi Tanggapan

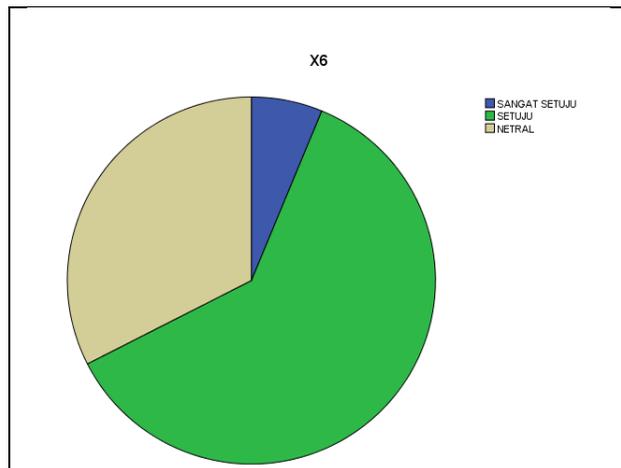
Dimensi ini memiliki 2 indikator pernyataan, yaitu:

6. Bagian pelayanan memberikan penjelasan yang jelas kepada pelanggannya terkait permasalahan yang dihadapi.

Tabel 14 Persentase Jawaban Responden X6

X6				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT SETUJU	5	6,3	6,3	6,3
SETUJU	49	61,3	61,3	67,5
NETRAL	26	32,5	32,5	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.

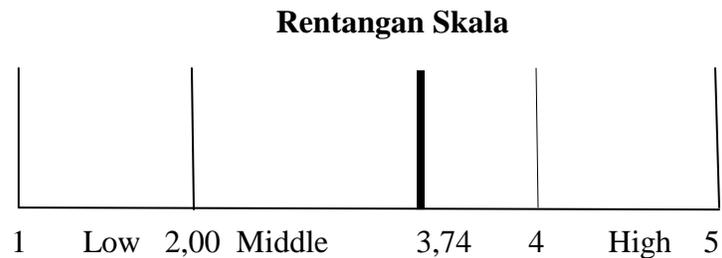


Gambar 6 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 6

Berdasarkan tabel 14 *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 80 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 6 menunjukkan 5 (6,3%), responden yang menyatakan setuju 49 (61,3%), responden yang menjawab netral 26 (32,5%), tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan menjawab sangat tidak setuju. Artinya jawaban responden terhadap pernyataan no.6 positif karena nilai setuju dan sangat setuju mencapai 67,6%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi rentang skala.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
X6	80	3,74

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, September 2015.



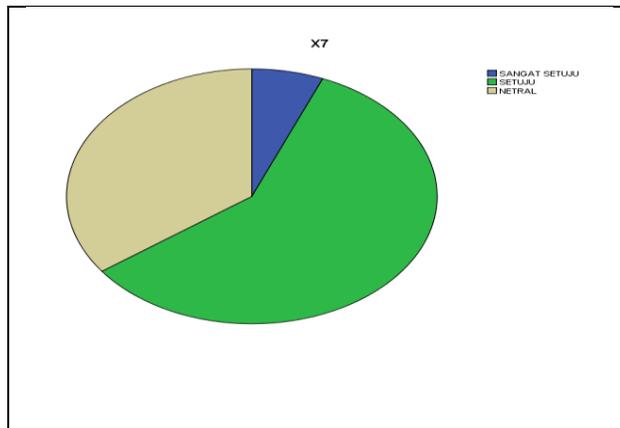
Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 6 memiliki nilai mean sebesar 3,48 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,00 sampai lima 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 6 yaitu perusahaan memberikan penjelasan yang jelas kepada pelanggannya terkait permasalahan yang dihadapi.

7. Respon perusahaan dalam mengatasi keluhan pelanggan sangat cepat dan tepat sasaran.

Tabel 15 Persentase Jawaban Responden X7

		X7			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT SETUJU	5	6,3	6,3	6,3
	SETUJU	47	58,8	58,8	65,0
	NETRAL	28	35,0	35,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



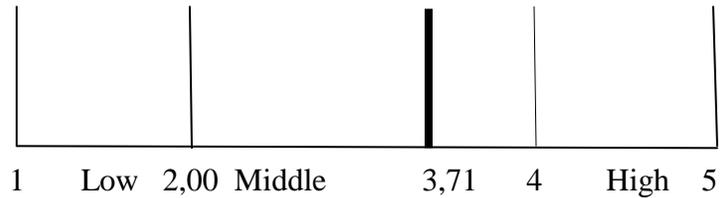
Gambar 7 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 7

Berdasarkan tabel 15 *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 80 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 7 menunjukkan 5 (6,3%), responden yang menyatakan setuju 47 (58,8%), responden yang menjawab netral 28 (35,0%), tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan menjawab sangat tidak setuju. Artinya jawaban responden terhadap pernyataan no.7 positif karena nilai setuju dan sangat setuju mencapai 65,1%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi rentang skala.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
X7	80	3,71

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, September 2015.

Rentangan Skala



Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 7 memiliki nilai mean sebesar 3,71 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,00 sampai lima 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 7 yaitu respon perusahaan mengatasi masalah pelanggan sangat cepat dan tepat sasaran.

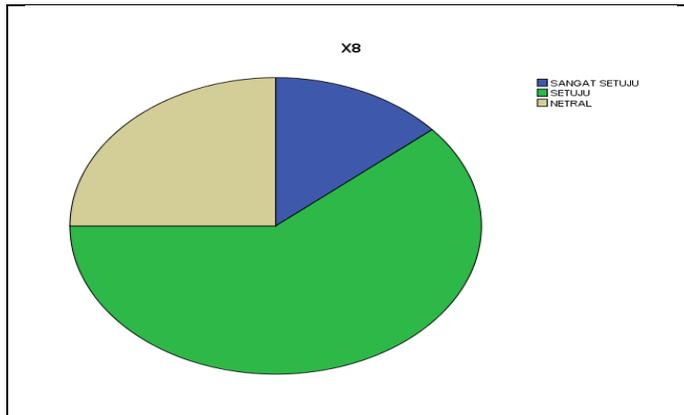
d. Dimensi Jaminan

8. Karyawan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai ramah dan sopan dalam melayani pelanggan.

Tabel 16 Persentase Jawaban Responden X8

X8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT SETUJU	11	13,8	13,8	13,8
	SETUJU	49	61,3	61,3	75,0
	NETRAL	20	25,0	25,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



Gambar 8 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 8

Berdasarkan tabel 16 *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 80 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 8 menunjukkan 11 (13,8%), responden yang menyatakan setuju 49 (61,3%), responden yang menjawab netral 20 (25,0%), tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan menjawab sangat tidak setuju. Artinya jawaban responden terhadap pernyataan no.8 positif karena nilai setuju dan sangat setuju mencapai 75,1%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi rentang skala.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
X8	80	3,89

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, September 2015.

Rentangan Skala



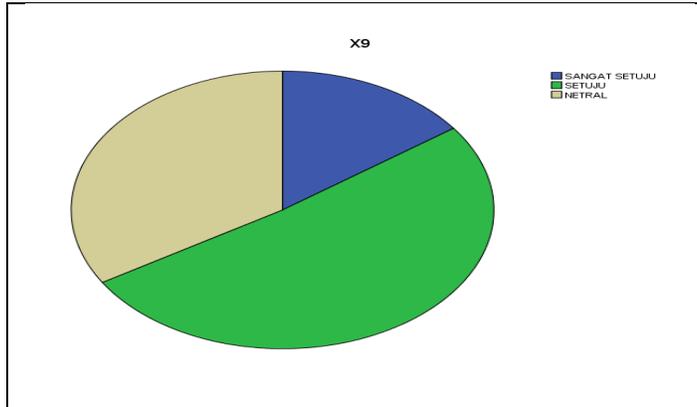
Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 8 memiliki nilai mean sebesar 3,89 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,00 sampai lima 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 8 yaitu karyawan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai ramah dan sopan dalam melayani pelanggannya.

9. Karyawan sangat pandai dan mampu berkomunikasi dengan baik dalam memberikan pelayanan.

Tabel 17 Persentase Jawaban Responden X9

		X9			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT SETUJU	12	15,0	15,0	15,0
	SETUJU	41	51,3	51,3	66,3
	NETRAL	27	33,8	33,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



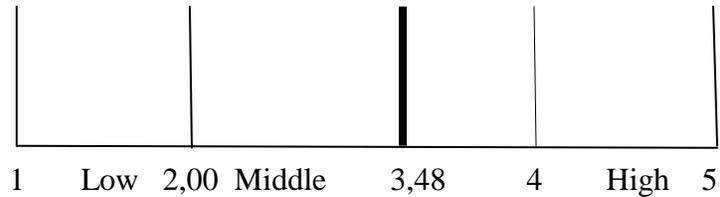
Gambar 9 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 9

Berdasarkan tabel 17 *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 80 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 9 menunjukkan 12 (15,0%), responden yang menyatakan setuju 41 (51,3%), responden yang menjawab netral 27 (33,8%), tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan menjawab sangat tidak setuju. Artinya jawaban responden terhadap pernyataan no.9 positif karena nilai setuju dan sangat setuju mencapai 66,3%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi rentang skala.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
X9	80	3,81

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, September 2015.

Rentangan Skala



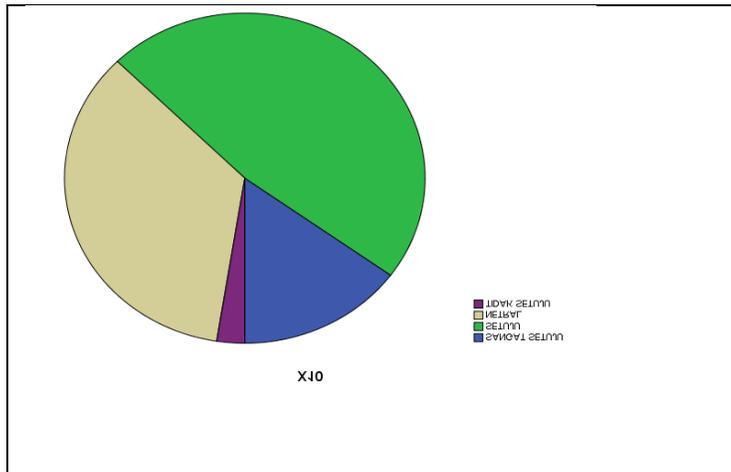
Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 9 memiliki nilai mean sebesar 3,81 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,00 sampai lima 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 9 yaitu karyawan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai sangat pandai dan mampu berkomunikasi dengan baik dalam memberikan pelayanan.

10. Karyawan mampu memberikan rasa nyaman dan aman dalam memberikan pelayanan pelanggannya.

Tabel 18 Persentase Jawaban Responden X10

		X10			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT SETUJU	12	15,0	15,0	15,0
	SETUJU	38	47,5	47,5	62,5
	NETRAL	28	35,0	35,0	97,5
	TIDAK SETUJU	2	2,5	2,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS, September 2015.



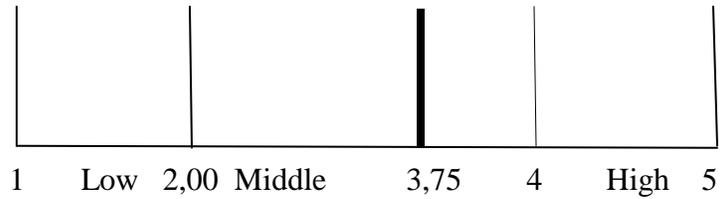
Gambar 10 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 10

Berdasarkan tabel 18 *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 80 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 10 menunjukkan 12 (15,0%), responden yang menyatakan setuju 38 (47,5%), responden yang menjawab netral 28 (35,0%), tidak ada responden yang menjawab tidak setuju 2 (2,5%) dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya jawaban responden terhadap pernyataan no.10 positif karena nilai setuju dan sangat setuju mencapai 62,5%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi rentang skala.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
X10	80	3,75

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, September 2015.

Rentangan Skala



Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 10 memiliki nilai mean sebesar 3,75 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,00 sampai lima 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 10 yaitu karyawan mampu memberikan rasa nyaman dan aman dalam memberikan pelayanan pelanggan.

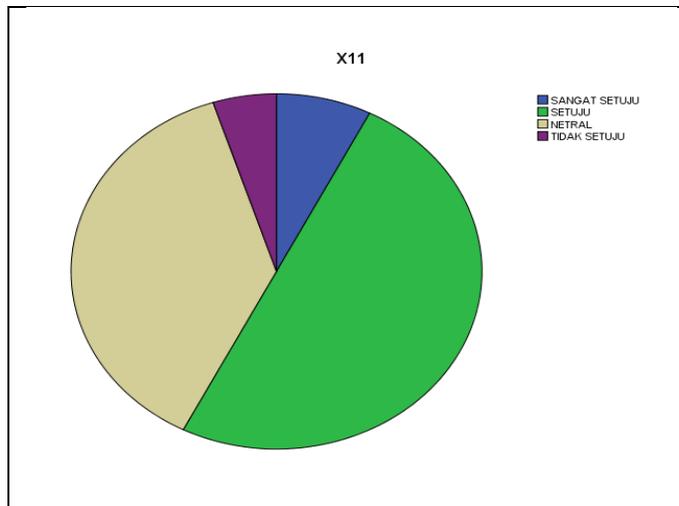
e. Dimensi Empati

11. Pelanggan sangat mudah dan tidak mengalami kesulitan dalam mengadakan permasalahan pada perusahaan.

Tabel 19 Persentase Jawaban Responden X11

		X11			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT SETUJU	6	7,5	7,5	7,5
	SETUJU	40	50,0	50,0	57,5
	NETRAL	30	37,5	37,5	95,0
	TIDAK SETUJU	4	5,0	5,0	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



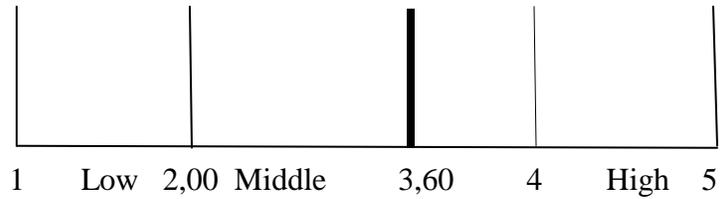
Gambar 11 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 11

Berdasarkan tabel 19 *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 80 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 11 menunjukkan 6 (7,5%), responden yang menyatakan setuju 40 (50,0%), responden yang menjawab netral 30 (37,5%), responden yang menjawab tidak setuju 4 (5,0%) tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya jawaban responden terhadap pernyataan no.11 positif karena nilai setuju dan sangat setuju mencapai 57,5%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi rentang skala.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
X11	80	3,60

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, September 2015.

Rentangan Skala



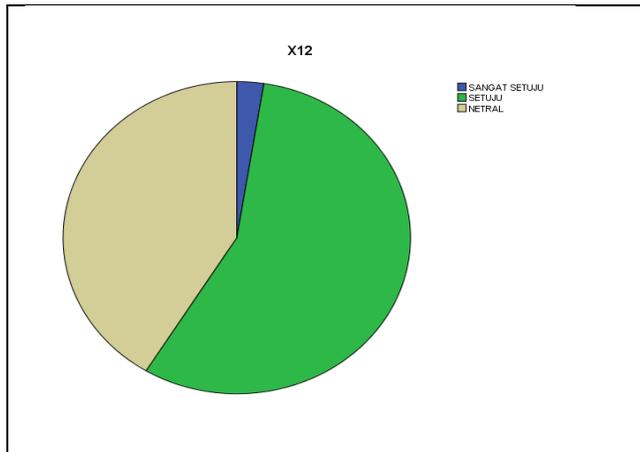
Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 11 memiliki nilai mean sebesar 3,60 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,00 sampai lima 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 11 yaitu pelanggan sangat mudah dalam mengadukan permasalahannya pada perusahaan.

12. Pelayanan pelanggan sungguh-sungguh dalam mengutamakan kepentingan pelanggan.

Tabel 20 Persentase Jawaban Responden X12

X12				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT SETUJU	2	2,5	2,5	2,5
SETUJU	45	56,3	56,3	58,8
NETRAL	33	41,3	41,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



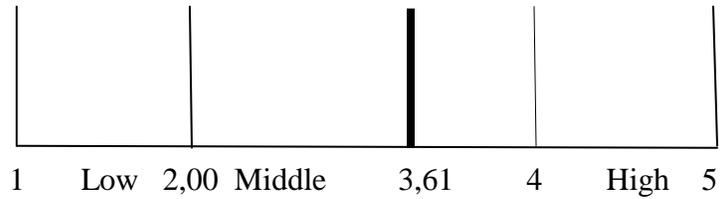
Gambar 12 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 12

Berdasarkan tabel 20 *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 80 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 12 menunjukkan 2 (2,5%), responden yang menyatakan setuju 45 (56,3%), responden yang menjawab netral 33 (41,3%), tidak ada yang menjawab tidak setuju dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya jawaban responden terhadap pernyataan no.12 positif karena nilai setuju dan sangat setuju mencapai 58,8%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi rentang skala.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
X12	80	3,61

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, September 2015.

Rentangan Skala



Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 12 memiliki nilai mean sebesar 3,61 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,00 sampai lima 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 12 yaitu karyawan bagian pelayanan pelanggan sungguh-sungguh dalam mengutamakan kepentingan pelanggan.

2. Indikator Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Pada variabel Y (Kepuasan Pelanggan), terdapat 7 item dimensi variabel, yaitu kinerja, keistimewaan, keandalan, kesesuaian, daya tahan, pelayanan, dan estetika. Dari 7 dimensi tersebut terdapat 9 indikator pernyataan yang telah dijawab oleh responden. Jawaban pernyataan dari responden tersebut ditunjukkan pada tabel-tabel setiap pernyataan.

a. Dimensi Kinerja (Y1)

Dimensi ini memiliki 2 indikator pernyataan, yaitu:

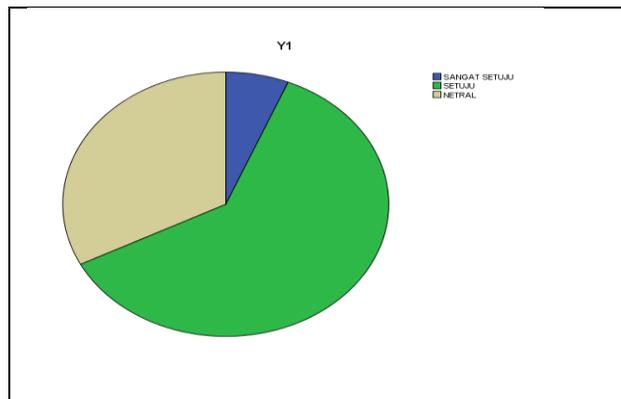
13. Cara kerja karyawan pelayanan sangat baik kepada pelanggannya.

Tabel 21 Persentase Jawaban Responden Y1

Y1				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	SANGAT SETUJU	5	6,3	6,3	6,3
	SETUJU	49	61,3	61,3	67,5
	NETRAL	26	32,5	32,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



Gambar 13 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 13

Berdasarkan tabel 21 *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 80 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 13 menunjukkan 5 (6,3%), responden yang menyatakan setuju 49 (61,3%), responden yang menjawab netral 26 (32,5%), tidak ada yang menjawab tidak setuju dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya jawaban responden terhadap pernyataan no.13 positif karena nilai setuju dan sangat setuju mencapai 67,6%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi rentang skala.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
Y1	80	3,74

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, September 2015.

Rentangan Skala



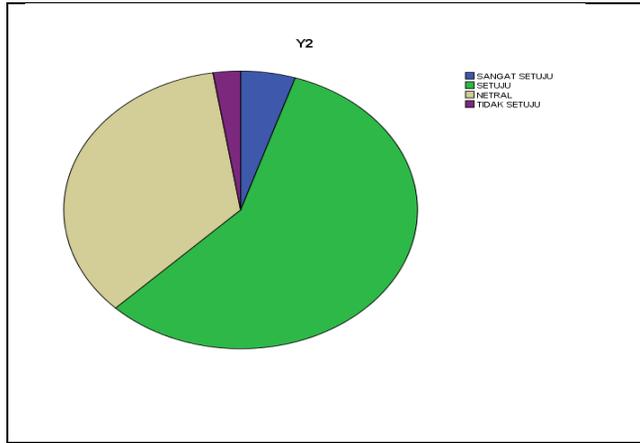
Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 13 memiliki nilai mean sebesar 3,74 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,00 sampai lima 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 13 yaitu cara kerja perusahaan sangat baik.

14. Perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan.

Tabel 22 Persentase Jawaban Responden Y2

Y2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT SETUJU	4	5,0	5,0	5,0
	SETUJU	46	57,5	57,5	62,5
	NETRAL	28	35,0	35,0	97,5
	TIDAK SETUJU	2	2,5	2,5	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



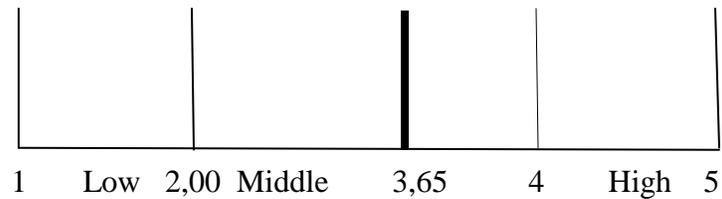
Gambar 14 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 14

Berdasarkan tabel 22 *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 80 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 14 menunjukkan 4 (5,0%), responden yang menyatakan setuju 46 (57,5%), responden yang menjawab netral 28 (35,0%), responden yang menjawab tidak setuju 2 (2,5%), dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya jawaban responden terhadap pernyataan no.14 positif karena nilai setuju dan sangat setuju mencapai 62,5%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi rentang skala.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
Y2	80	3,65

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, September 2015.

Rentangan Skala



Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 14 memiliki nilai mean sebesar 3,65 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,00 sampai lima 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 14 yaitu cara kerja perusahaan memberikan pelayanan yang memuaskan.

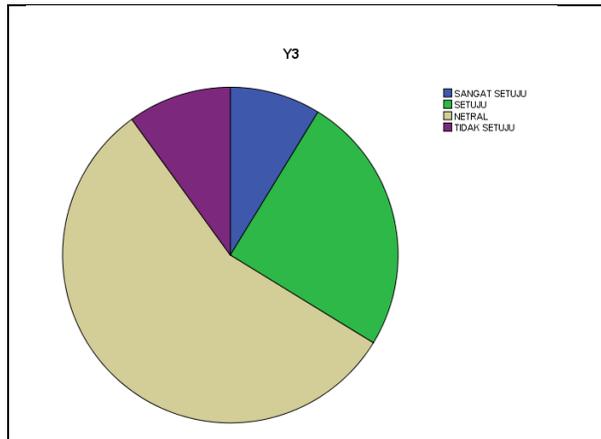
b. Dimensi Keistimewaan

15. Perusahaan memberikan keringanan dan bonus pelayanan tertentu terhadap pelanggannya.

Tabel 23 Persentase Jawaban Responden Y3

Y3				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT SETUJU	7	8,8	8,8	8,8
SETUJU	20	25,0	25,0	33,8
NETRAL	45	56,3	56,3	90,0
TIDAK SETUJU	8	10,0	10,0	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



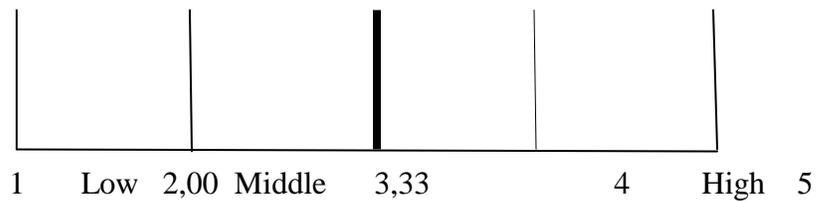
Gambar 15 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 15

Berdasarkan tabel 23 *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 80 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 15 menunjukkan 7 (8,8%), responden yang menyatakan setuju 20 (25,0%), responden yang menjawab netral 45 (56,3%), responden yang menjawab tidak setuju 8 (10,0%), dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya jawaban responden terhadap pernyataan no.15 positif karena nilai setuju dan sangat setuju lebih besar dari pada jawaban tidak setuju dan jawaban sangat tidak setuju. Di indikator ini yang berdominan jawaban netral. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi rentang skala.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
Y3	80	3,33

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, September 2015.

Rentangan Skala



Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 15 memiliki nilai mean sebesar 3,33 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,00 sampai lima 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 15 yaitu perusahaan memberikan keringanan dan bonus pelayanan tertentu terhadap konsumennya.

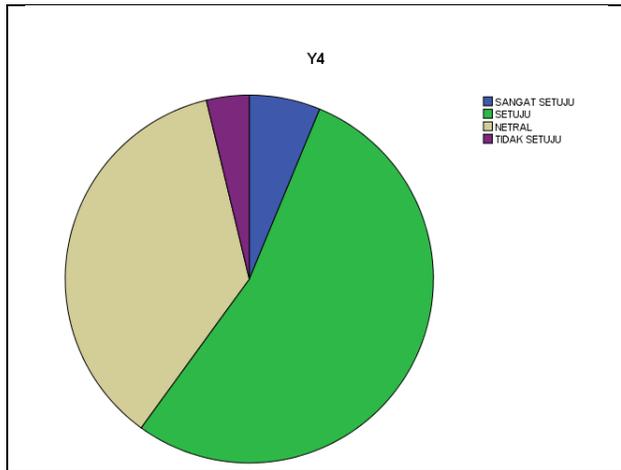
c. Dimensi Keandalan

16. Kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sangat akurat.

Tabel 24 Persentase Jawaban Responden Y4

		Y4			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT SETUJU	5	6,3	6,3	6,3
	SETUJU	43	53,8	53,8	60,0
	NETRAL	29	36,3	36,3	96,3
	TIDAK SETUJU	3	3,8	3,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



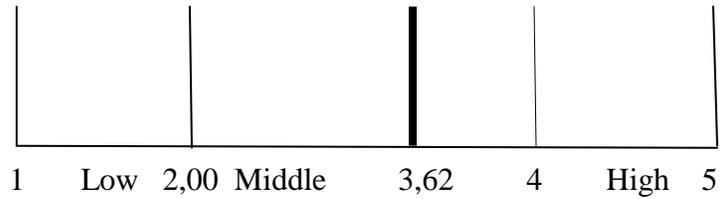
Gambar 16 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 16

Berdasarkan tabel 24 *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 80 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 16 menunjukkan 5 (6,3%), responden yang menyatakan setuju 43 (53,8%), responden yang menjawab netral 29 (36,3%), responden yang menjawab tidak setuju 3 (3,8%), dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya jawaban responden terhadap pernyataan no.16 positif karena nilai setuju dan sangat setuju mencapai 60,1%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi rentang skala.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
Y4	80	3,62

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, September 2015.

Rentangan Skala



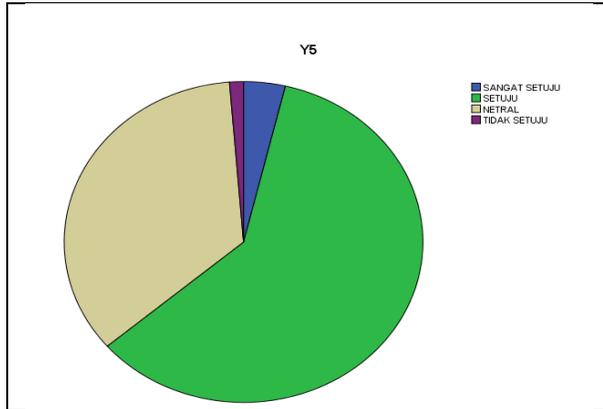
Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 16 memiliki nilai mean sebesar 3,62 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,00 sampai lima 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 16 yaitu kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayanan sangat akurat.

17. Pelayanan sangat percaya pada pelayanan yang diberikan perusahaan dalam mengatasi masalah.

Tabel 25 Persentase Jawaban Responden Y5

Y5				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT SETUJU	3	3,8	3,8	3,8
SETUJU	48	60,0	60,0	63,8
NETRAL	28	35,0	35,0	98,8
TIDAK SETUJU	1	1,3	1,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



Gambar 17 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 17

Berdasarkan tabel 25 *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 80 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 17 menunjukkan 3 (3,8%), responden yang menyatakan setuju 48 (60,0%), responden yang menjawab netral 28 (35,0%), responden yang menjawab tidak setuju 1 (1,3%), dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya jawaban responden terhadap pernyataan no.17 positif karena nilai setuju dan sangat setuju mencapai 63,8%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi rentang skala.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
Y5	80	3,66

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, September 2015.

Rentangan Skala



Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 17 memiliki nilai mean sebesar 3,66 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,00 sampai lima 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 17 yaitu pelanggan sangat percaya pada perusahaan dalam mengatasi masalah.

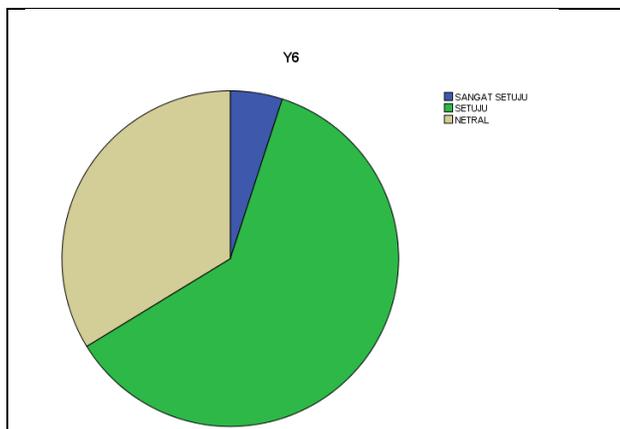
d. Dimensi Kesesuaian

18. Perusahaan telah mengatasi masalah pelanggannya sesuai standard an prosedur pelayanan.

Tabel 26 Persentase Jawaban Responden Y6

Y6				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT SETUJU	4	5,0	5,0	5,0
SETUJU	49	61,3	61,3	66,3
NETRAL	27	33,8	33,8	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



Gambar 18 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 18

Berdasarkan tabel 26 *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 80 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 18 menunjukkan 4 (5,0%), responden yang menyatakan setuju 49 (61,3%), responden yang menjawab netral 27 (33,8%), dan tidak ada yang menjawab tidak setuju dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya jawaban responden terhadap pernyataan no.18 positif karena nilai setuju dan sangat setuju mencapai 66,3%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi rentang skala.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
Y6	80	3,71

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, September 2015.

Rentang Skala



Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 18 memiliki nilai mean sebesar 3,71 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,00 sampai lima 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 18 yaitu perusahaan mengatasi masalah sesuai dengan standard an prosedur pelayanan.

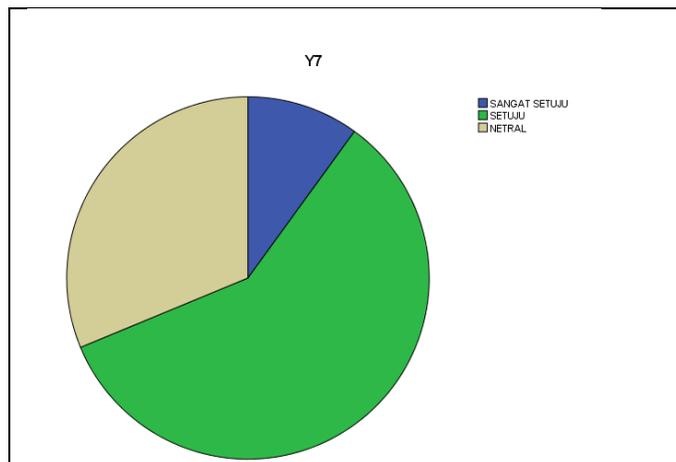
e. Dimensi Daya Tahan

19. Kualitas pelayanan saat pasang baru, migrasi, dll sangat baik

Tabel 27 Persentase Jawaban Responden Y7

Y7				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SANGAT SETUJU	8	10,0	10,0	10,0
SETUJU	47	58,8	58,8	68,8
NETRAL	25	31,3	31,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



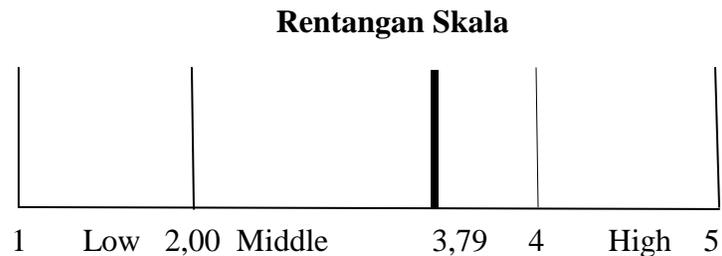
Gambar 19 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 19

Berdasarkan tabel 27 *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 80 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 19 menunjukkan 8 (10,0%), responden yang menyatakan setuju 47 (58,8%), responden yang menjawab netral 25 (31,3%), dan tidak ada yang menjawab tidak setuju dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya jawaban responden

terhadap pernyataan no.19 positif karena nilai setuju dan sangat setuju mencapai 68,8%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi rentang skala.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
Y7	80	3,79

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, September 2015.



Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 19 memiliki nilai mean sebesar 3,79 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,00 sampai lima 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 19 yaitu kualitas peralatan sangat baik dan lengkap.

f. Dimensi Pelayanan

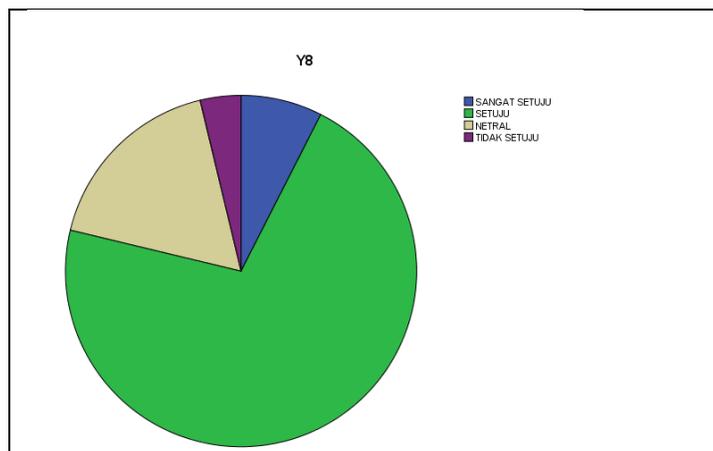
20. Pelayanan yang diberikan karyawan sesuai dengan keinginan pelanggan.

Tabel 28 Persentase Jawaban Responden Y8

		Y8			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT SETUJU	6	7,5	7,5	7,5

SETUJU	57	71,3	71,3	78,8
NETRAL	14	17,5	17,5	96,3
TIDAK SETUJU	3	3,8	3,8	100,0
Total	80	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



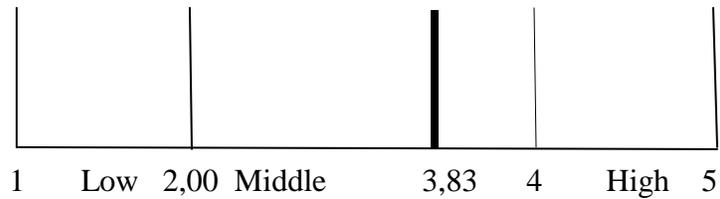
Gambar 20 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 20

Berdasarkan tabel 28 *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 80 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 20 menunjukkan 6 (7,5%), responden yang menyatakan setuju 57 (71,3%), responden yang menjawab netral 14 (17,5%), dan responden yang menjawab tidak setuju 3 (3,8%), dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya jawaban responden terhadap pernyataan no.20 positif karena nilai setuju dan sangat setuju mencapai 78,8%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi rentang skala.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
Y7	80	3,83

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, September 2015.

Rentang Skala



Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 20 memiliki nilai mean sebesar 3,83 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,00 sampai lima 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 20 yaitu pelayanan sangat sesuai dengan keinginan konsumen.

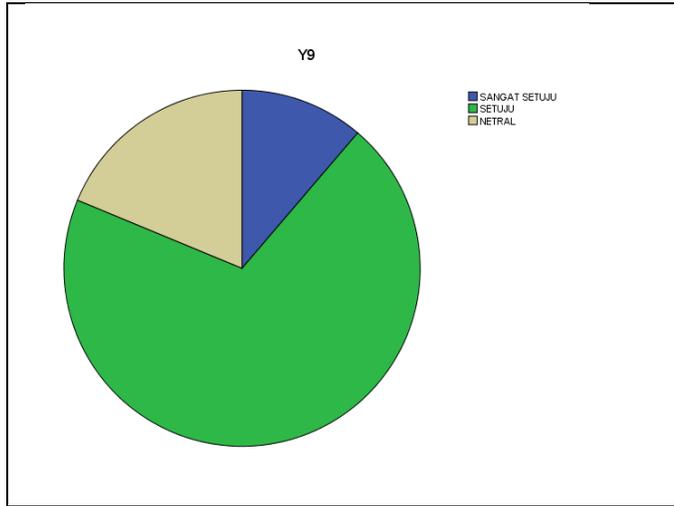
g. Dimensi Estetika

21. Penyampaian yang digunakan pelayanan mudah dipahami dan dimengerti oleh pelanggan.

Tabel 29 Persentase Jawaban Responden Y9

		Y9			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SANGAT SETUJU	9	11,3	11,3	11,3
	SETUJU	56	70,0	70,0	81,3
	NETRAL	15	18,8	18,8	100,0
	Total	80	100,0	100,0	

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



Gambar 21 Pie Chart Jawaban Kuesioner Nomor 21

Berdasarkan tabel 29 *pie chart* tersebut, diketahui bahwa dari 80 responden yang menjawab indikator pernyataan no. 21 menunjukkan 9 (11,3%), responden yang menyatakan setuju 56 (70,0%), responden yang menjawab netral 15 (18,8%), dan tidak ada responden yang menjawab tidak setuju dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya jawaban responden terhadap pernyataan no.21 positif karena nilai setuju dan sangat setuju mencapai 81,3%. Dari jawaban responden tersebut, dapat dilihat indikasi rentang skala.

Mean yang dihasilkan		
Item	N	Mean
Y9	80	3,93

Sumber: Hasil pengolahan data SPSS 20, September 2015.

Rentangan Skala



1 Low 2,00 Middle 3,93 4 High 5

Dari nilai mean dan rentangan tersebut dapat dilihat bahwa pernyataan no. 21 memiliki nilai mean sebesar 3,93 dan berada di rentang skala *high* (tinggi) dengan range 3,00 sampai lima 5, artinya responden setuju terhadap pernyataan no. 21 yaitu penyampaian yang digunakan bagian pelayanan sangat mudah dimengerti dan dipahami.

D. Analisis Dimensi Variabel X dan Y

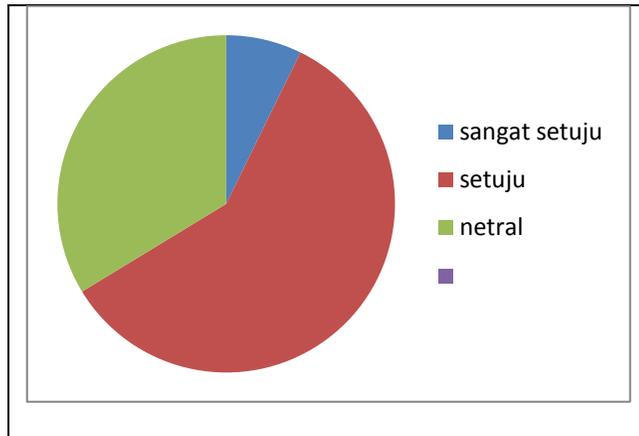
1. Dimensi Pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai

a. Dimensi Bukti Fisik (X1)

Tabel 30 Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Bukti Fisik

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	32	20%
Setuju	92	57,5%
Netral	35	21,9
Tidak Setuju	1	0,6%
Sangat Tidak Setuju		
Total	160	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



Gambar 22 Pie Chart Dimensi Bukti Fisik

Berdasarkan tabel 30 dan *pie chart* dimensi bukti fisik tersebut, jawaban responden terhadap dimensi bukti fisik yaitu 32 (20%) untuk jawaban sangat setuju, 92 (57,5%) untuk jawaban setuju, 35 (21,9%) untuk jawaban netral, 1 (0,6%) untuk jawaban tidak setuju, tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat atau pelanggan terhadap keseluruhan dimensi bukti fisik positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 77,5%.

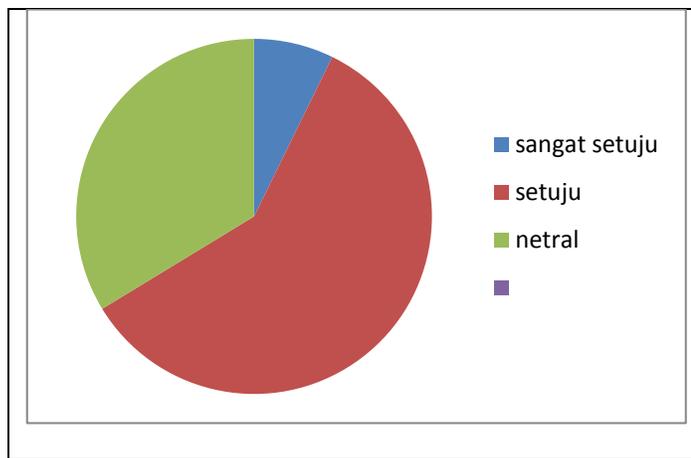
b. Dimensi Keandalan (X2)

Tabel 31 Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Keandalan

Keterangan	Frekuensi	Persentase
------------	-----------	------------

Sangat Setuju	22	9,17%
Setuju	107	44,6%
Netral	88	36,7%
Tidak Setuju	23	9,6%
Sangat Tidak Setuju		
Total	240	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



Gambar 23 Pie Chart Dimensi Keandalan

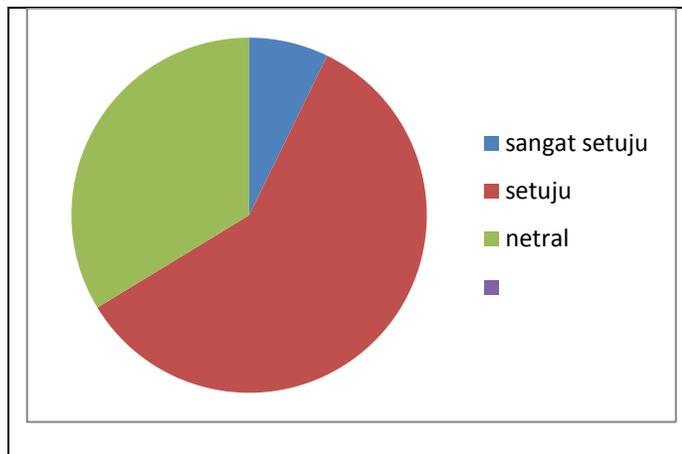
Berdasarkan tabel 31 dan *pie chart* dimensi keandalan tersebut, jawaban responden terhadap dimensi keandalan yaitu 22 (9,17%) untuk jawaban sangat setuju, 107 (44,6%) untuk jawaban setuju, 88 (36,7%) untuk jawaban netral, 23 (9,6%) untuk jawaban tidak setuju, tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat atau pelanggan terhadap keseluruhan dimensi keandalan positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 53,77%.

c. Dimensi Tanggapan (X3)

**Tabel 32 Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi
Tanggapan**

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	10	6,25%
Setuju	96	60%
Netral	54	33,7%
Tidak Setuju		%
Sangat Tidak Setuju		
Total	160	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



Gambar 24 Pie Chart Dimensi Tanggapan

Berdasarkan tabel 32 dan *pie chart* dimensi Tanggapan tersebut, jawaban responden terhadap dimensi tanggapan yaitu 10 (6,25%) untuk jawaban sangat setuju, 96 (60%) untuk jawaban setuju, 54 (33,7%) untuk jawaban netral, tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat atau pelanggan terhadap keseluruhan dimensi

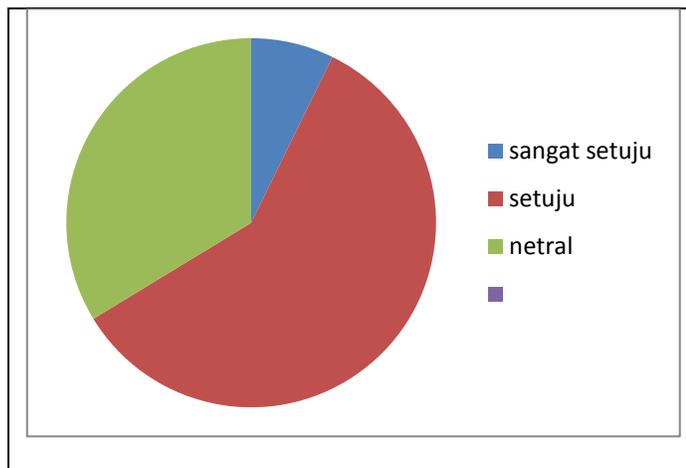
tanggapan positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 66,25%.

d. Dimensi Jaminan (X4)

Tabel 33 Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Jaminan

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	35	14,9%
Setuju	128	53,3%
Netral	75	31,25%
Tidak Setuju	2	0,83%
Sangat Tidak Setuju		
Total	240	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



Gambar 25 Pie Chart Dimensi Jaminan

Berdasarkan tabel 33 dan *pie chart* dimensi Jaminan tersebut, jawaban responden terhadap dimensi jaminan yaitu 35 (14,9%) untuk jawaban sangat setuju, 128 (53,3%) untuk jawaban setuju, 75 (31,25%) untuk jawaban netral,

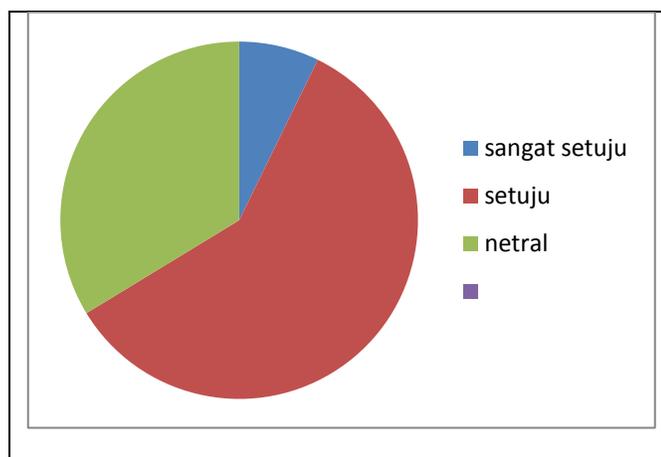
2 (0,83%) untuk jawaban tidak setuju, tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat atau pelanggan terhadap keseluruhan dimensi Jaminnan positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 68,2%.

e. Dimensi Empati (X5)

Tabel 35 Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Empati

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	8	5%
Setuju	85	53,12%
Netral	63	39,8%
Tidak Setuju	4	2,5%
Sangat Tidak Setuju		
Total	160	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



Gambar 26 Pie Chart Dimensi Empati

Berdasarkan tabel 34 dan *pie chart* dimensi Empati tersebut, jawaban responden terhadap dimensi empati yaitu 8 (5%) untuk jawaban sangat setuju, 85 (53,12%) untuk jawaban setuju, 63 (39,8%) untuk jawaban netral, 4 (2,5%) untuk jawaban tidak setuju, tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat atau pelanggan terhadap keseluruhan dimensi empati positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 58,12%.

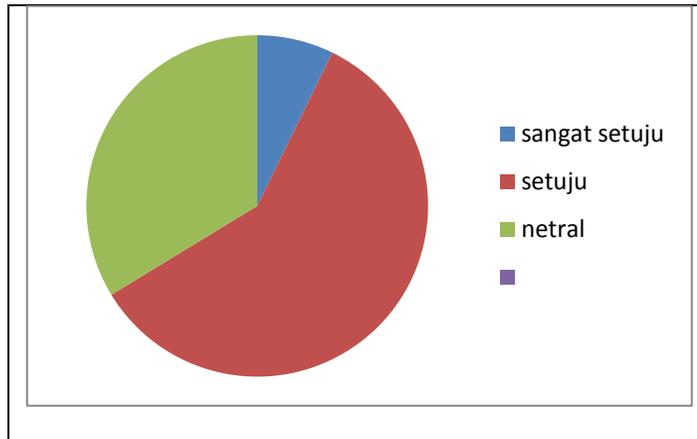
2. Dimensi Kepuasan Pelanggan (Y)

a. Dimensi Kinerja (Y1)

Tabel 35 Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Kinerja

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	9	5,6%
Setuju	95	59,3%
Netral	54	33,75%
Tidak Setuju	2	1,25%
Sangat Tidak Setuju		
Total	160	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



Gambar 27 Pie Chart Dimensi Kinerja

Berdasarkan tabel 35 dan *pie chart* dimensi kinerja tersebut, jawaban responden terhadap dimensi kinerja yaitu 9 (5,6%) untuk jawaban sangat setuju, 95 (59,3%) untuk jawaban setuju, 54 (33,75%) untuk jawaban netral, 2 (1,25%) untuk jawaban tidak setuju, tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat atau pelanggan terhadap keseluruhan dimensi kinerja positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 64,9%.

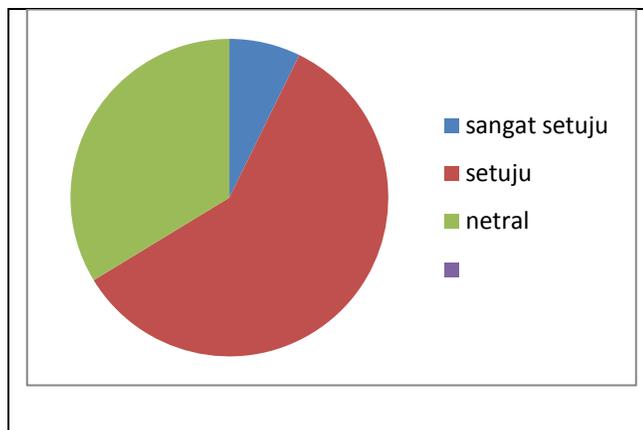
b. Dimensi Keistimewaan (Y2)

Tabel 36 Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi keistimewaan

Keterangan	Frekuensi	Persentase
------------	-----------	------------

Sangat Setuju	7	8,75%
Setuju	20	25%
Netral	45	56,25%
Tidak Setuju	8	10%
Sangat Tidak Setuju		
Total	80	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



Gambar 28 Pie Chart Dimensi Keistimewaan

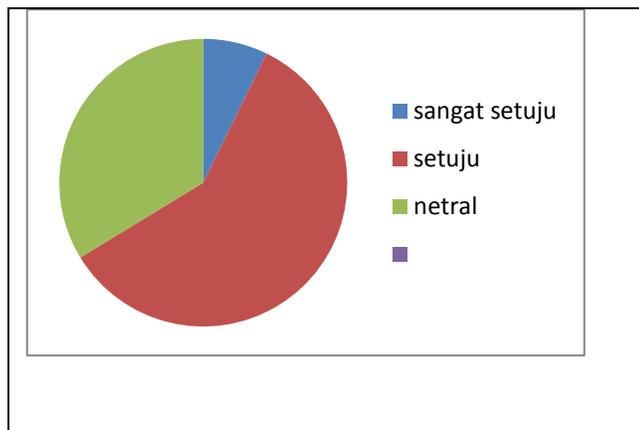
Berdasarkan tabel 36 dan *pie chart* dimensi keistimewaan tersebut, jawaban responden terhadap dimensi keistimewaan yaitu 7 (8,75%) untuk jawaban sangat setuju, 20 (25%) untuk jawaban setuju, 45 (56,25%) untuk jawaban netral, 8 (10%) untuk jawaban tidak setuju, tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat atau pelanggan terhadap keseluruhan dimensi keistimewaan positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju.

c. Dimensi Keandalan (Y3)

Tabel 37 Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi keandalan

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	8	5%
Setuju	91	56,9%
Netral	57	35,62%
Tidak Setuju	4	2,5%
Sangat Tidak Setuju		
Total	160	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



Gambar 29 Pie Chart Dimensi Keandalan

Berdasarkan tabel 37 dan *pie chart* dimensi keandalan tersebut, jawaban responden terhadap dimensi keandalan yaitu 8 (5%) untuk jawaban sangat setuju, 91 (56,9%) untuk jawaban setuju, 57 (35,62%) untuk jawaban netral, 4 (2,5%) untuk jawaban tidak setuju, tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat atau pelanggan terhadap keseluruhan

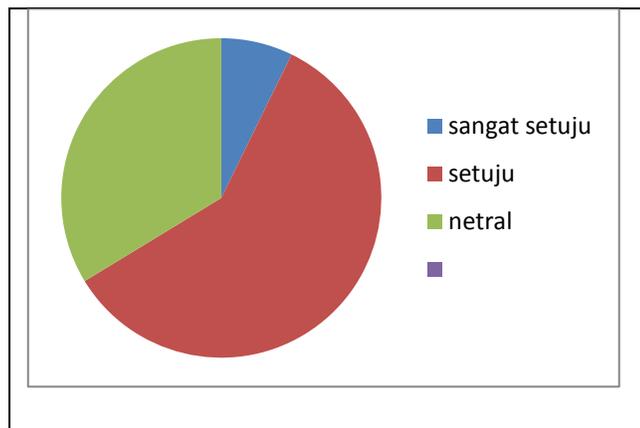
dimensi keandalan positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 61,9%.

d. Dimensi Kesesuaian (Y4)

Tabel 38 Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi kesesuaian

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	4	5%
Setuju	49	61,25%
Netral	27	33,75%
Tidak Setuju		
Sangat Tidak Setuju		
Total	80	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



Gambar 30 Pie Chart Dimensi Kesesuaian

Berdasarkan tabel 38 dan *pie chart* dimensi kesesuaian tersebut, jawaban responden terhadap dimensi kesesuaian yaitu 4 (5%) untuk jawaban sangat setuju, 49 (61,25%) untuk jawaban setuju, 27 (33,75%) untuk jawaban

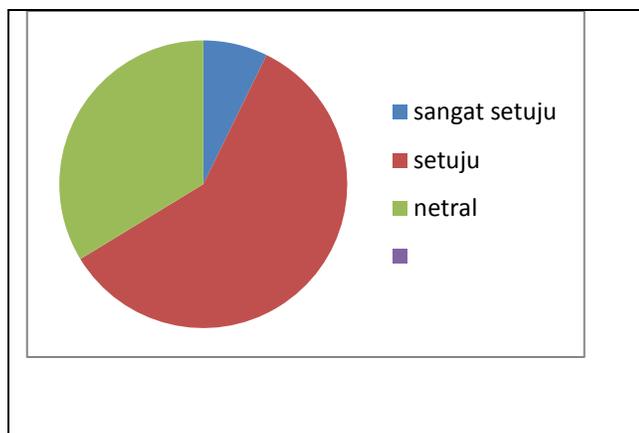
netral, tidak ada yang menjawab tidak setuju dan sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat atau pelanggan terhadap keseluruhan dimensi kesesuaian positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 66,25%..

e. Dimensi Daya Tahan (Y5)

Tabel 39 Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Daya Tahan

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	8	10%
Setuju	47	58,75%
Netral	25	31,25%
Tidak Setuju		
Sangat Tidak Setuju		
Total	80	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



Gambar 31 Pie Chart Dimensi Keandalan

Berdasarkan tabel 39 dan *pie chart* dimensi Daya Tahan tersebut, jawaban responden terhadap dimensi daya tahan yaitu 8 (10%) untuk jawaban

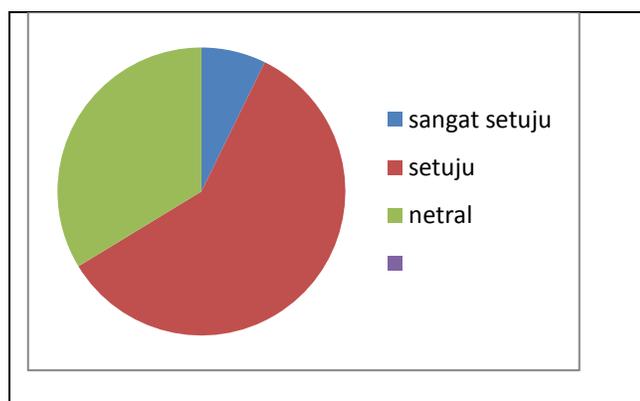
sangat setuju, 47 (58,75%) untuk jawaban setuju, 25 (31,25%) untuk jawaban netral, tidak ada yang menjawab tidak setuju dan tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat atau pelanggan terhadap keseluruhan dimensi daya tahan positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 68,75%.

f. Dimensi Pelayanan (Y6)

Tabel 40 Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Pelayanan

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	6	7,5%
Setuju	57	71,25%
Netral	14	17,5%
Tidak Setuju	3	3,75%
Sangat Tidak Setuju		
Total	80	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



Gambar 32 Pie Chart Dimensi Keandalan

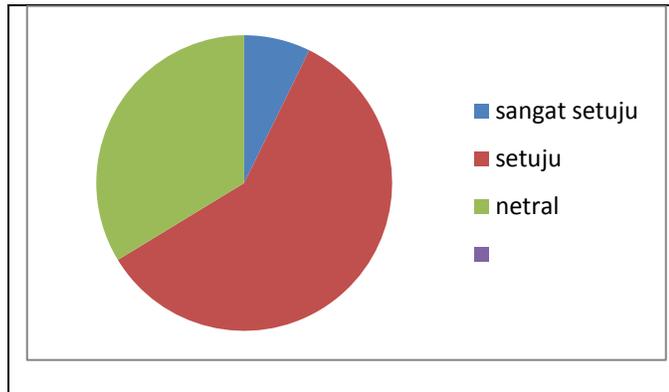
Berdasarkan tabel 40 dan *pie chart* dimensi Pelayanan tersebut, jawaban responden terhadap dimensi pelayanan yaitu 6 (7,5%) untuk jawaban sangat setuju, 57 (71,25%) untuk jawaban setuju, 14 (17,5%) untuk jawaban netral, 3 (3,75%) untuk jawaban tidak setuju, tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat atau pelanggan terhadap keseluruhan dimensi daya pelayanan positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 78,75%.

g. Dimensi Estetika (Y7)

Tabel 41 Persentase Jawaban Responden terhadap Dimensi Estetika

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	9	11,25%
Setuju	56	70%
Netral	15	18,75%
Tidak Setuju		
Sangat Tidak Setuju		
Total	80	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



Gambar 33 Pie Chart Dimensi Estetika

Berdasarkan tabel 41 dan *pie chart* dimensi estetika tersebut, jawaban responden terhadap dimensi estetika yaitu 9 (11,25%) untuk jawaban sangat setuju, 56 (70%) untuk jawaban setuju, 15 (18,75%) untuk jawaban netral, tidak ada yang menjawab tidak setuju tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat atau pelanggan terhadap keseluruhan dimensi daya estetika positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 81,25%.

E. Analisis Variabel X dan Y

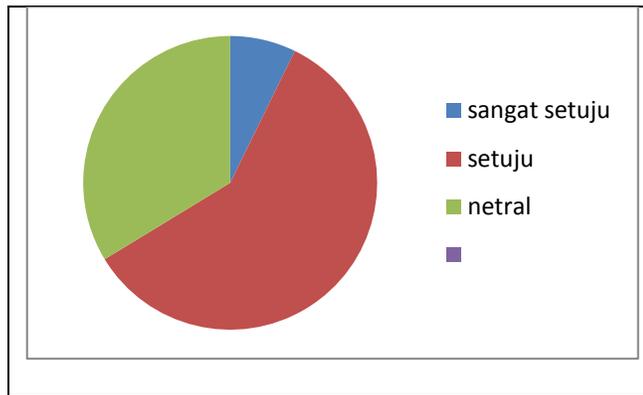
1. Pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai (X)

Tabel 42 Persentase Jawaban Responden terhadap Variabel X

Keterangan	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju	107	11,14%
Setuju	508	52,9%
Netral	315	32,8%
Tidak Setuju	30	3,1%
Sangat Tidak Setuju		

Total	960	100%
-------	-----	------

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



Gambar 34 Pie Chart Dimensi Empati

Berdasarkan tabel 42 dan *pie chart* tersebut, total keseluruhan jawaban responden terhadap variabel X (pelayanan PT. PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai yaitu 107 (11,14%) untuk jawaban sangat setuju, 508 (52,9%) untuk jawaban setuju, 315 (32,8%) untuk jawaban netral, 30 (3,1%) untuk jawaban tidak setuju, tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat atau pelanggan terhadap variabel X positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 64,04%.

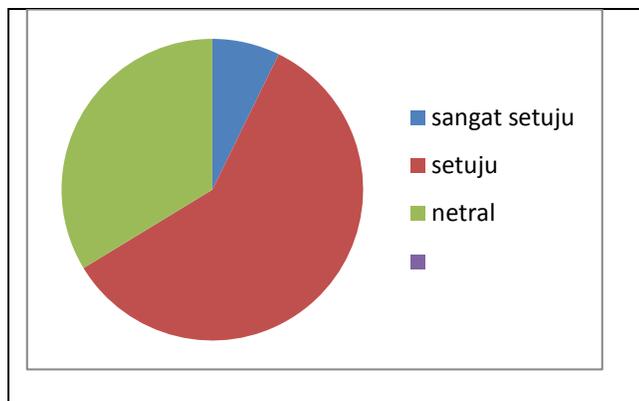
2. Kepuasan Pelanggan (Y)

Tabel 43 Persentase Jawaban Responden terhadap Variabel Y

Keterangan	Frekuensi	Persentase
------------	-----------	------------

Sangat Setuju	51	7,25%
Setuju	415	59,03%
Netral	237	33,7%
Tidak Setuju		
Sangat Tidak Setuju		
Total	703	100%

Sumber: Data Primer yang Diolah dengan SPSS 20, September 2015.



Gambar 35 Pie Chart Dimensi Empati

Berdasarkan tabel 43 dan *pie chart* tersebut, total keseluruhan jawaban responden terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan) yaitu 51 (7,25%) untuk jawaban sangat setuju, 415 (59,03%) untuk jawaban setuju, 237 (33,7%) untuk jawaban netral, tidak ada yang menjawab tidak setuju tidak ada yang menjawab sangat tidak setuju. Artinya respon masyarakat atau pelanggan terhadap variabel Y positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 66,28%.

F. Uji Hipotesis Statistik

1. Analisis Regresi Linier Sederhana

Setiap regresi dipastikan terdapat korelasinya, menurut Mustikoweni dalam buku *Teknik Praktis Riset Komunikasi* oleh Rachmat Kriyantono menyatakan bahwa regresi ditunjukkan untuk mencari bentuk hubungan dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau persamaan sedangkan analisis korelasi bertujuan untuk mencari derajat keeratan hubungan dua variabel atau lebih.⁷¹ Berdasarkan penjelasan tersebut, maka untuk mengetahui seberapa kuat pengaruh antara variabel X dan Y dalam bentuk persamaan, digunakanlah rumus statistic regresi linier sederhana dengan menggunakan SPSS versi 20, yaitu sebagai berikut:

Tabel 44 Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana

(Variabel Pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai – Kepuasan Pelanggan)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,994	2,596		2,694	,009
	Pelayanan (X)	,588	,058	,755	10,176	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

⁷¹Rahayu, *Pengaruh Program Sehati Radio Ismoyo terhadap pemahaman keagamaan*. 2014. h. 116.

Berdasarkan tabel 44 tersebut, diketahui besarnya nilai $t = 10,176$ sedangkan besar signifikasinya sebesar $= 0,000$ lebih kecil dari signifikan $0,05$ artinya nilai tersebut signifikan karena kurang dari $0,05$. Hal ini berarti bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel Pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai terhadap kepuasan pelanggan. Dari tabel tersebut dapat dilihat pada kolom B (constant) nilainya sebesar $6,994$ sedangkan untuk nilai pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A Rivai adalah $0,588$ sehingga diperoleh persamaan regresi linier sederhana (pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A Rivai – Kepuasan Pelanggan).

$$Y = a + bX$$

$$\text{Jadi, } Y = 6,994 + 0,588X$$

Setelah mengetahui kedua variabel X berpengaruh terhadap Y, selanjutnya menentukan besarnya korelasi atau hubungan antara variabel X dan Y seperti pada tabel berikut:

**Tabel 45 Pengaruh Pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A.
Rivai – Kepuasan Pelanggan**

Model Summary ^b									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change
1	,755 ^a	,570	,565	2,531	,570	103,545	1	78	,000

a. Predictors: (Constant), Pelayanan (X)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Berdasarkan tabel 45 tersebut diketahui bahwa pada kolom R square diperoleh nilai 0,570 (57,0%) hal ini menunjukkan pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A Rivai memiliki pengaruh sebesar 57,0% terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya 43,0% hasil kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini.

2. Uji Hipotesis (Uji t)

Berdasarkan tabel 44, diketahui bahwa angka 0,755 pada *Standardized Coefficients* (Beta) menunjukkan tingkat kolerasi antara pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai dan kepuasan pelanggan. Sedangkan nilai t sebesar 10,176 digunakan untuk pengujian hipotesis apakah ada pengaruh yang signifikan atau tidak signifikan antara Pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai terhadap kepuasan pelanggan.

Maka untuk pengujian nilai t dengan merumuskan hipotesis sebagai berikut:⁷²

a. Hipotesis yang dirumuskan

Ho (Hipotesis Nol) : Tidak ada pengaruh pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai terhadap kepuasan pelanggan.

Ha (Hipotesis Alternatif) : Ada pengaruh pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai terhadap kepuasan pelanggan.

b. Kriteria Pengujian (berdasarkan nilai t)

1. Jika nilai t hitung $<$ t tabel 0,10 maka Ho diterima dan Ha ditolak

⁷²Riduwan, *Pengantar Statistika Sosial*, (Bandung: Alfabeta, 2012), cet, ke-3, h.218

2. Jika nilai t hitung $>$ t tabel 0,10 maka H_a diterima dan H_o ditolak.

Untuk menghitung nilai t tabel dengan uji dua pihak karena hipotesis tidak menunjukkan arah tertentu. Dengan signifikansi = $0,10/2$ (uji dua pihak) = 0,05 dengan df (*degree of freedom*) = $n-2 = 80-2 = 78$. Maka t tabel adalah 1,980 (lihat tabel t).

c. Kesimpulan

Dari hasil analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan program SPSS versi 20 diperoleh harga t hitung sebesar $10,176 > 1,980$ dan signifikansi adalah 0,000 maka H_a diterima dan H_o ditolak, dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai terhadap kepuasan pelanggan.

3. Pembahasan

Responden dalam penelitian ini yaitu pelanggan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai sebanyak 80 responden yang dibagikan kuesioner. Kuesioner tersebut terdiri dari 21 pertanyaan, yaitu 12 pertanyaan untuk variabel pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai (X) dan 9 pertanyaan untuk variabel kepuasan pelanggan (Y). Untuk mengetahui pengaruh pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai terhadap kepuasan pelanggan, penelitian ini telah melakukan perhitungan dengan bantuan SPSS versi 20 dan untuk menguji hipotesis digunakan regresi linier sederhana. Penjelasan sebagai berikut:

- a. Pada tabel 30 respon masyarakat atau pelanggan terhadap dimensi bukti fisik (variabel X) positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 75,5%.
- b. Pada tabel 31 respon masyarakat atau pelanggan terhadap dimensi keandalan (variabel X) positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 53,77%.
- c. Pada tabel 32 respon masyarakat atau pelanggan terhadap dimensi tanggapan (variabel X) positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 66,25%.
- d. Pada tabel 33 respon masyarakat atau pelanggan terhadap dimensi jaminan (variabel X) positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 68,2%.
- e. Pada tabel 34 respon masyarakat atau pelanggan terhadap dimensi empati (variabel X) positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 58,12%.
- f. Pada tabel 35 respon masyarakat atau pelanggan terhadap dimensi kinerja (variabel Y) positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 64,9%.
- g. Pada tabel 36 respon masyarakat atau pelanggan terhadap dimensi keistewaan (variabel Y) positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 33,75%.

- h. Pada tabel 37 respon masyarakat atau pelanggan terhadap dimensi keandalan (variabel Y) positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 61,9%.
- i. Pada tabel 38 respon masyarakat atau pelanggan terhadap dimensi kesesuaian (variabel Y) positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 66,25%.
- j. Pada tabel 39 respon masyarakat atau pelanggan terhadap dimensi daya tahan (variabel Y) positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 68,75%.
- k. Pada tabel 40 respon masyarakat atau pelanggan terhadap dimensi pelayanan (variabel Y) positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 78,75%.
- l. Pada tabel 41 respon masyarakat atau pelanggan terhadap dimensi estetika (variabel Y) positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 81,25%.
- m. Pada tabel 42 secara keseluruhan respon masyarakat atau pelanggan terhadap dimensi variabel X (pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai) positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 64,04%.
- n. Pada tabel 43 secara keseluruhan respon masyarakat atau pelanggan terhadap variabel Y positif dengan nilai jawaban sangat setuju dan setuju mencapai 66,28%.

- o. Dari hasil analisis dengan menggunakan rumus regresi linier sederhana antara pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai (X) terhadap kepuasan pelanggan (Y) diperoleh persamaan, $Y = 7,224 + 0,970X$.
- j. Pada tabel 45 pada kolom R square diperoleh nilai 0,570 (57,0%) hal ini menunjukkan pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai memiliki pengaruh sebesar 57,0% terhadap kepuasan pelanggan. Sedangkan sisanya 43,0% hasil kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh faktor lain di luar dari penelitian ini. Artinya besarnya korelasi yang terjadi antara variabel X dan Y berpengaruh positif sedang.
- k. Perbedaan nilai t hitung yang lebih besar dari t tabel yaitu ($10,176 > 1,980$) dan signifikansi adalah 0,000. Artinya ada pengaruh pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai terhadap kepuasan pelanggan.
- l. Dari hasil hipotesis dalam penelitian ini, telah terjawab bahwa ada pengaruh pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai terhadap kepuasan pelanggan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis regresi linier sederhana diketahui bahwa ada pengaruh pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai terhadap kepuasan pelanggan sebesar 57,0% artinya besarnya kolerasi yang terjadi antara variabel X terhadap Variabel Y adalah 57,0% itu dikategorikan cukup baik dan untuk 43,0% itu dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Dan berdasarkan uji hipotesis nilai t, hasilnya t hitung lebih besar dari t tabel ($10,176 > 1,980$), ini berarti H_a diterima dan H_o ditolak. Artinya ada pengaruh antara pelayanan PT PLN Cabang Palembang Rayon A. Rivai terhadap kepuasan pelanggan.

B. Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data tersebut maka peneliti menyarankan:

1. Kepada pihak pengelola Perusahaan Listrik Negara (PLN) Cabang Palembang Rayon A. Rivai untuk lebih memperhatikan kelengkapan alat-alat penunjang listrik agar proses dalam pemasangan listrik atau kegiatan kelistrikan dapat berjalan dengan baik.
2. Kepada masyarakat di era modern sekarang ini harus pandai-pandai memilih daya yang benar-benar bermanfaat baik dari sisi pasang baru ataupun migrasi supaya dapat disesuaikan dalam kehidupan sehari-hari.

3. Diharapkan dengan diadakannya penelitian ini menjadi motivasi, tolak ukur serta sumbangsih bagi para mahasiswa atau peneliti selanjutnya dibidang kehumasan atau kemasyarakatan dalam memberikan informasi tentang Perusahaan Listrik Negara (PLN).

Analisis Regresi Linier Sederhana

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	TOTALy ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: TOTALx

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6,994	2,596		2,694	,009
	Pelayanan (X)	,588	,058	,755	10,176	,000

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change
1	,755 ^a	,570	,565	2,531	,570	103,545	1	78	,000

a. Predictors: (Constant), Pelayanan (X)

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan (Y)

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto Surharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Badudu, Sutan Mohammad Zain J.S. 2001. *Kamus Umum Bahasa Indonesia*. Jakarta : Pustaka Sinar Harapan.
- Cangara, Hafied . 2013. *Perencanaan & Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2013. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pres
- Effendy, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Gold, Carol Sapin. 1983. *Memantapkan Hubungan dengan Pelanggan*. Bandung: Angkasa.
- [Http://www.pln.co.id](http://www.pln.co.id)
- Kirom Bahrul. 2010. *Mengukur Kinerja Pelayanan dan Kepuasan Konsumen*. Bandung: Pustaka Reka Cipta.
- Kotler. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : PT Indeks.
- Lukman, Sampara. 2008, *Manajemen Kualitas Pelayanan*. Jakarta: Sinambela.
- Maria, Assumpta Rumanti. 2002. *Dasar-Dasar Public Relations*. Jakarta: PT Grasindo
- Moenir. 2000. *Manajemen Pelayanan Umum di Indonesia*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Morissan. 2013. *Teori Komunikasi: Individu Hingga Massa*. Jakarta: Penerbit Kencana.
- Nasution. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Panuja Panut & Ida Umami. 1999. *Psikologi Remaja*. Yogyakarta: Tiara Wacana Yogya.
- Riduwan. 2012. *Pengantar Statistik Sosial*. Bandung: Alfabeta.

- Siregar Syofian. 2011. *Statistik Deskriptif untuk Penelitian*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono. 2010. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2010. *Statistik untuk Penelitian*. Bandung: Angkasa.
- Sutedi, Andrian. 2010, *Hukum Perizinan dalam Sektor Pelayanan Publik*. Jakarta: Sinar Grafika.
- Supranto. 1997. *Pengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suyanto. 2004. *Analisis & Desain Aplikasi Multimedia untuk Pemasaran*. Yogyakarta: CV Andi.
- Yusup, Pawit M.2009. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Jakarta: PT Bumi Aksara.



Sumber: dari hasil dokumentasi tanggal 1 September 2015



Sumber: dari hasil dokumentasi tanggal 1 September 2015



Dokumentasi pelayanan PT PLN Rayon A. Rivai.



Dokumentasi pelayanan PT PLN Rayon A. Rivai.



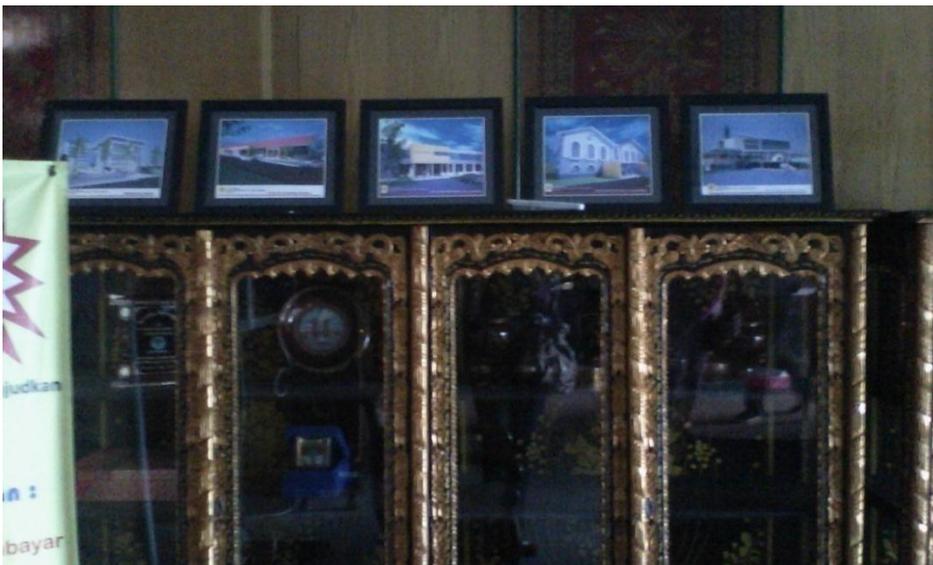
Dokumentasi pelayanan PT PLN Rayon A. Rivai.



Dokumentasi pelayanan PT PLN Rayon A. Rivai.



Dokumentasi perkantoran PT PLN Rayon A. Rivai.



Dokumentasi piagam penghargaan PT PLN Rayon A. Rivai.



Dokumentasi parkir PT PLN Rayon A. Rivai.



Dokumentasi parkir PT PLN Rayon A. Rivai.

B. Pertanyaan.						
<p>Petunjuk Pengisian :</p> <p>Berikut ini adalah pertanyaan yang berhubungan dengan pengalaman anda terhadap pelayanan dibagian pelayanan pelanggan yang diberikan oleh karyawan/ti PT. PLN (PERSERO) WS2JB Cabang Palembang Rayon A. Rivai.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Mohon anda berikan tanda (√) pada tempat yang telah disediakan sesuai dengan pengalaman anda. • Adapun pilihan tersebut yaitu : <table style="width: 100%; border: none;"> <tr> <td style="width: 50%;">1. Sangat setuju (SS)</td> <td style="width: 50%;">4. Tidak setuju (TS)</td> </tr> <tr> <td>2. Setuju (S)</td> <td>5. Sangat Tidak Setuju (STS)</td> </tr> <tr> <td>3. Netral (N)</td> <td></td> </tr> </table> 	1. Sangat setuju (SS)	4. Tidak setuju (TS)	2. Setuju (S)	5. Sangat Tidak Setuju (STS)	3. Netral (N)	
1. Sangat setuju (SS)	4. Tidak setuju (TS)					
2. Setuju (S)	5. Sangat Tidak Setuju (STS)					
3. Netral (N)						

No	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
	VARIABEL X (PELAYANAN PELANGGAN PT. PLN RAYON A. RIVAI					
Dimensi Bukti Fisik						
1	Tata ruang bagian pelayanan pelanggan PT PLN Rayon A. Rivai menarik					
2	Ruang bagian pelayanan pelanggan PT PLN Rayon A. Rivai bersih					
3	Ruang bagian pelayanan pelanggan PT PLN Rayon A. Rivai nyaman					
Dimensi Keandalan						
4	Karyawan unit pelayanan pelanggan PT PLN Rayon A. Rivai selalu tepat bila berjanji kepada pelanggan					
5	Karyawan unit pelayanan pelanggan PT PLN Rayon A. Rivai jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan					

6	Karyawan unit pelayanan pelanggan PT PLN Rayon A. Rivai berusaha menghindari kesalahan saat melayani pelanggan					
Dimensi Tanggapan						
7	Karyawan unit pelayanan pelanggan PT PLN Rayon A. Rivai siap membantu pelanggan bila mengalami kesulitan					
8	Karyawan unit pelayanan pelanggan PT PLN Rayon A. Rivai cepat dalam melayani kepentingan pelanggan.					
Dimensi Jaminan						
9	Karyawan unit pelayanan pelanggan PT PLN Rayon A. Rivai sopan dalam melayani pelanggan					
10	Karyawan unit pelayanan pelanggan PT PLN Rayon A. Rivai terampil dalam melayani pelanggan.					
11	Karyawan unit pelayanan pelanggan PT PLN Rayon A. Rivai mempunyai pengetahuan yang memadai.					
Dimensi Empati						
12	Karyawan unit pelayanan pelanggan PT PLN Rayon A. Rivai mau memberikan perhatian kepada pelanggan					

13	Karyawan unit pelayanan pelanggan PT PLN Rayon A. Rivai menjamin keamanan dan kenyamanan pelanggan pada saat melakukan transaksi.					
14	Karyawan unit pelayanan pelanggan PT PLN Rayon A. Rivai sungguh-sungguh dalam mengutamakan kepentingan pelanggan.					
VARIABEL Y (KEPUASAN PELANGGA		SS	S	N	TS	STS
Dimensi Kinerja						
15	Respon pelanggan yang ditunjukkan dalam bagian pelayanan pelanggan memuaskan					
16	Karyawan unit pelayanan pelanggan dapat menerima dengan baik pelayanan yang diberikan kepada pelanggan.					
Dimensi Daya Tahan						
17	Karyawan unit pelayanan pelanggan mengetahui dengan baik produk jasa yang ditawarkan.					
18	Reputasi pelayanan pelanggan PLN sudah dipercaya					
19	Produk sistem PLN dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.					
Dimensi Pelayanan Service						

20	PLN mau berdiskusi kepada pelanggan bila ada masalah yang belum dapat diselesaikan					
Dimensi Estetika/ Daya Tarik						
21	Bahasa yang baik dan benar yang digunakan dalam melayani pelanggan PT PLN Rayon A. Rivai					

NAMA RESPONDEN

1	Syahriddal	C	B	C
2	Radyanti	A	B	B
3	Syukrillah	B	A	C
4	Karim	C	B	C
5	Abdi	B	A	C
6	Yuriah	D	B	C
7	Alghozali	A	B	B
8	Surya	D	B	C
9	Musliha	A	A	C
10	Jamilah	D	B	C
11	Maisyaro	D	B	C
12	Siti	C	B	C
13	Astri	C	A	A
14	Yunita	B	A	C
15	Sri Mulyani	D	B	C
16	Zafiyah	C	A	C
17	Yoga	B	A	C
18	Ariyansyah	B	A	B
19	Fatima	C	A	A
20	Agung Tohir	B	A	B
21	Okta	B	A	A
22	Firdaus	B	B	B
23	Kemas	A	B	B
24	Bambang	B	B	C
25	Alfalah	A	B	C
26	Nursiah	C	A	C
27	Martini	C	B	C
28	Animah	C	B	B
29	Noviriawanti	C	B	C
30	Sumarni	C	B	C
31	Syarifah	C	B	C
32	Robet	A	B	C
33	M.Taufik	C	B	B
34	Rukmini	B	A	C
35	Mawarni	D	A	C

36	Kholidi	C	B	C
37	Zulkarnain	B	A	B
38	Irwan	B	B	B
39	Hatta	B	B	B
40	Rusdiyanto	A	B	B
41	Kudus	C	A	A
42	Sarina	D	B	A
43	Zaini	B	B	A
44	Maulidin	B	A	B
45	Rian	B	B	C
46	Asep	C	A	A
47	Marliana	A	B	C
48	Jeri	C	A	A
49	Zainuban	A	B	C
50	Saadah	D	B	C
51	Sultan	C	B	B
52	Rita	A	B	C
53	Tini	A	B	B
54	Maryunani	A	B	C
55	Husin	C	B	C
56	Gita	D	B	B
57	Rustati	D	B	C
58	Ina Yasri	D	A	A
59	Andi	C	A	B
60	Rendi	C	A	A
61	Riris winarwati	B	A	A
62	Novia Sari	C	A	B
63	Sheli	D	A	C
64	Akas	B	A	B
65	Robiatul	D	A	C
66	Amrullah	B	B	A
67	Bella Rahma	C	A	A
68	Febri	D	A	A
69	Yuliana	D	A	C
70	Utari	B	A	C
71	Yogi	A	B	C

72	Ningsih	C	B	C
73	Putri	D	B	B
74	Ayu	A	B	C
75	Edy	C	B	B
76	Kaspono	A	B	C
77	Mila	D	B	C
78	Asmawati	A	B	C
79	Rohman	C	B	A
80	Soleh	C	B	C

Hasil Angket Responden Tentang Pengaruh Pelayanan

(VARIABEL X)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	TOTAL
1	4	4	2	3	3	4	4	3	3	4	3	3	40
2	4	4	4	2	3	4	4	3	3	4	3	3	41
3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	33
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	52
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
7	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	54
8	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	44
9	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	52
10	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	40
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
12	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	44
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
15	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	39
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
17	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	40
18	5	4	5	5	5	5	4	4	4	3	5	4	53
19	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	50
20	4	2	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	41
21	5	4	4	3	5	4	4	3	4	4	3	4	47
22	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	47
23	4	3	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	43
24	5	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	48

25	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	43
26	4	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	33
27	4	3	2	3	4	3	3	4	4	4	3	3	40
28	4	4	2	3	3	4	4	3	3	4	3	3	40
29	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	47
30	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	42
31	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	45
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
33	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	45
34	4	4	2	3	4	4	4	5	5	5	4	4	48
35	5	5	3	3	4	3	4	5	5	4	3	4	48
36	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	45
37	5	4	3	2	3	4	3	4	4	4	2	3	41
38	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	45
39	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	52
40	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	51
41	5	5	3	3	4	4	3	4	4	5	4	3	47
42	5	5	2	2	3	3	5	4	5	4	5	4	47
43	4	4	2	2	3	3	3	4	4	4	3	5	41
44	5	5	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	43
45	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	3	47
46	5	5	3	3	4	4	3	5	5	3	3	4	47
47	4	3	3	2	3	4	4	3	4	3	2	3	38
48	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	42
49	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	56
50	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	52
51	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	43

52	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	44
53	5	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	46
54	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	46
55	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	45
56	3	4	3	2	3	3	3	4	4	3	3	3	38
57	3	4	2	2	3	4	4	4	4	3	3	4	40
58	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	47
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	49
60	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	41
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
62	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	38
63	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	42
64	5	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	47
65	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	3	5	52
66	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	48
67	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	45
68	5	4	3	5	3	4	4	4	4	4	3	4	47
69	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4	3	41
70	4	4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	38
71	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	39
72	4	3	3	4	4	4	5	5	4	5	4	3	48
73	5	4	3	3	3	4	4	5	4	4	3	4	46
74	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	3	50
75	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	44
76	5	5	5	3	3	4	4	5	4	4	5	4	51
77	4	4	2	3	4	4	4	5	5	5	4	4	48
78	3	4	2	2	3	4	4	4	4	3	3	4	40

79	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	
80	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	3	47
													3572

Hasil Angket Responden Tentang Kepuasan Pelanggan

(VARIABEL Y)

	13	14	15	16	17	18	19	20	21	TOTAL
1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	26
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
5	4	4	3	5	4	4	5	5	4	38
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
7	4	4	5	4	5	5	5	5	4	41
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
9	5	4	5	4	4	5	5	5	5	42
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
12	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
15	4	4	3	3	4	3	3	3	3	30
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
17	3	3	3	3	3	3	4	3	3	28
18	5	3	5	5	4	5	5	3	3	38
19	4	4	3	4	3	4	4	4	4	34
20	3	3	3	4	4	4	4	4	4	33
21	4	5	5	5	4	4	5	4	4	40
22	4	3	4	4	4	4	4	3	4	34
23	4	4	3	3	4	4	4	3	4	33
24	4	4	3	4	3	4	4	4	4	34
25	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
26	3	3	3	3	3	3	3	2	3	26
27	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
28	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
29	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35

30	3	3	3	3	3	3	4	4	4	30
31	4	4	3	3	4	4	4	4	4	34
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
33	4	4	3	3	3	4	4	4	4	33
34	3	3	3	4	4	3	4	5	5	34
35	4	4	3	2	3	4	3	3	3	29
36	4	4	3	3	3	4	4	4	4	33
37	4	4	2	3	4	3	4	4	4	32
38	4	3	3	3	4	4	4	4	4	33
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
40	5	5	4	5	5	5	4	4	5	42
41	3	3	4	4	3	3	3	4	4	31
42	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
43	4	3	3	3	4	4	4	4	4	33
44	4	2	2	3	4	4	4	4	4	31
45	4	4	3	4	4	4	3	4	4	34
46	3	3	5	4	4	3	3	4	4	33
47	3	3	2	3	3	4	3	4	4	29
48	4	4	4	4	4	3	5	4	5	37
49	5	5	4	5	4	4	5	4	5	41
50	5	4	4	4	4	3	4	4	5	37
51	3	4	4	3	4	4	3	4	3	32
52	4	4	3	4	4	3	4	4	4	34
53	3	4	3	4	4	4	4	4	4	34
54	4	4	3	4	3	4	4	4	4	34
55	4	4	3	3	3	4	4	4	4	33
56	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
57	3	3	2	2	3	3	3	4	4	27
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
59	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
60	3	4	3	4	3	4	3	4	4	32
61	3	3	4	3	4	3	4	4	3	31
62	4	4	3	3	3	3	3	3	5	31
63	3	2	2	3	2	3	3	2	3	23

64	4	3	3	4	3	3	3	4	4	31
65	4	5	5	4	4	3	3	4	4	36
66	4	4	4	4	4	4	4	5	4	37
67	4	4	2	3	4	4	4	4	4	33
68	4	4	2	3	4	4	4	4	4	33
69	4	4	4	3	3	4	4	4	4	34
70	3	3	3	3	3	3	3	3	4	28
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
72	4	4	3	3	3	4	4	4	5	34
73	4	4	3	4	4	3	5	4	4	35
74	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
75	3	3	3	4	3	4	4	3	3	30
76	4	3	3	4	5	4	3	4	4	34
77	3	3	3	4	4	3	4	5	5	34
78	3	3	2	2	3	3	3	4	4	27
79	3	4	3	4	3	4	3	4	4	32
80	4	4	3	4	4	4	3	4	4	34
										2660

Curriculum vitae



Data pribadi/personal detail

Nama / Name : Chairunnisah Putri Ayu Ningsih
Alamat / Address : Jl. Said Umar Baginda Sari. Ds I Tanjung Atap Barat. Kec
Tanjung Batu. Kab. Ogan Ilir.
Nim : 11510007
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam (KPI) Konsentrasi Humas
Jenis Kelamin / Gender : Perempuan
Tempat Tanggal Lahir : Palembang, 21 November 1993
Agama / Religion : Islam
Status : Belum Menikah
Warga Negara / Nationality : Indonesia
No Telp/ Phone : 081369969143/ 087811605483

Nama Orang Tua :
Ayah : Achmad Rusdy Mahdi
Ibu : Hj. Hasnah Yahuza
Alamat Orang Tua : Jl. Said Umar Baginda Sari. Ds I Tanjung Atap Barat. Kec
Tanjung Batu. Kab. Ogan Ilir.

Riwayat Pendidikan Dan Pelatihan

Jenjang Pendidikan

Periode			Sekolah	Jurusan
2000	-	2005	SD Negeri 154 Palembang	-
2006	-	2008	MTS Nurul Yakin Tanjung Atap	-
2009	-	2011	SMA Nurul Yakin Tanjung Batu	IPS

Pendidikan Non Formal / Training-Seminar

1. 2011-Seminar Nasional Entrepreneur
2. 2012-Seminar Aku Hebat, Bangsaku Hebat.
3. 2012-Peran Masyarakat Sebagai Sosial Control Pra Pilkada di Sum-Sel
4. 2013-Praktek Kerja(PK) diPT.PLN Wilayah Sumatera Selatan, jambi dan Bengkulu
5. 2013- Asisten Pengawas Pemilu Lapangan
6. 2013-Workshop Seputar Indonesia Goes To Campus