

PENGARUH KUALITAS LAYANAN DAN NILAI PELANGGAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LISTRIK PRABAYAR PADA PT PLN (Persero) ULP PAMEKASAN KOTA

Zata Yumni Subhati Nursabrina-¹
Arni Utamaningsih-²

^{1,2} Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Malang

¹ Zatatatum01@gmail.com,

² Arniutamaningsih6965@polinema.ac.id,

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan listrik prabayar pada PT PLN (Persero) ULP Pamekasan kota.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan dengan metode kuantitatif. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data observasi dan kuesioner dengan menggunakan teknik *accidental sampling* terhadap 100 responden pelanggan listrik prabayar PT PLN (Persero) ULP Pamekasan kota. Analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, koefisien determinasi, dan uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 66,6%, sisanya sebesar 33,4% dipengaruhi oleh faktor lain seperti: kualitas produk, harga, kepercayaan dan promosi yang tidak dibahas dalam penelitian ini. Persamaan Regresi yang diperoleh adalah $Y' = 5,822 + 0,199X_1 + 0,519X_2$

Kata-kata kunci : kualitas layanan, nilai pelanggan, kepuasan pelanggan

Abstract

Abstract

This research was quantitative study. The data collection method observation, questionnaire and with a documentation. Accidental sampling technique was employed to get 100 respondents of the customers prepaid electricity at PT PLN (Persero) ULP Pamekasan kota. The Data was analyzed by using was multiple linear regression, determinations coefficients and hypothesis test.

Based on the result of the research it can be concluded that the service quality and customer value have an influence on customer satisfaction was 66,6%, meanwhile that remaining of 33,4% was influenced by product quality, price, trust and promotion. The regression equation obtained was $Y' = 5,822 + 0,199X_1 + 0,519X_2$ Keywords : quality of service, customer value, costumer's satisfaction

Keywords: Service Quality, Customer Value , Customer Satisfaction

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Seiring dengan pertumbuhan ekonomi dan perkembangan teknologi, maka dunia usaha pun mengalami perkembangan yang pesat dengan munculnya berbagai perusahaan yang berusaha menciptakan produk dan jasa guna memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen. Kualitas layanan kepada pelanggan menjadi sangat penting, hal ini berkorelasi dengan *customer satisfaction* (kepuasan pelanggan) hingga tujuan terakhirnya dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Sedangkan nilai harapan dari pelanggan yang berupa *customer value* juga harus dipenuhi oleh perusahaan sehingga akan berdampak pada kepuasan pelanggan.

Kepuasan pelanggan terjadi apabila harapan pelanggan sesuai dengan apa yang dialami dan dirasakannya, bahkan melebihi harapannya.

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, Maka penelitian ini mengambil judul "Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan listrik prabayar pada PT PLN (Persero) ULP Pamekasan kota.

1.2. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas layanan dan nilai pelanggan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan listrik prabayar di PT PLN (Persero) ULP Pamekasan kota ?

1.3. Tujuan Penelitian

Untuk menguji kualitas layanan dan nilai pelanggan secara simultan (bersama-sama) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan listrik prabayar di PT PLN (Persero) ULP Pamekasan kota ?

2. Tinjauan Pustaka

2.1. Kajian Empiris

Penelitian ini pernah diangkat oleh beberapa penelitian terdahulu yaitu Adista, (2017) pengaruh kualitas layanan dan nilai pelanggan bersama-sama berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 15,3%. David, (2019) Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 73,9%. Yuni,

Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan sebesar 43,30%.

2.2. Kajian Teori

2.2.1 Kualitas Layanan

Menurut Lewis & Booms (dalam Tjiptono, 2017:142) mendefinisikan “kualitas jasa adalah ukuran seberapa bagus tingkat layanan yang diberikan mampu sesuai dengan ekspektasi pelanggan”.

2.2.2 Nilai Pelanggan

Menurut Kotler dan Keller (2012:125), menyatakan bahwa nilai dari suatu produk (*customer value*) adalah rasio antara apa yang konsumen dapatkan dan apa yang konsumen berikan.

2.2.3 Kepuasan Konsumen

Menurut Tse dan Wilton dalam Fandy Tjiptono (2012:311) kepuasan pelanggan merupakan respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian atau standar kinerja lainnya dan kinerja aktual produk sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk bersangkutan.

2.3. Hubungan Antar Variabel

2.3.1 Hubungan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Menurut Rahmayanty (2010:5) pelayanan dan kepuasan pelanggan adalah tujuan

utama dalam perusahaan karena tanpa pelanggan, perusahaan tidak akan ada. Asset perusahaan sangat kecil nilainya tanpa keberadaan pelanggan. Karena itu tugas utama perusahaan adalah menarik dan mempertahankan pelanggan.

2.3.1 Hubungan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan.

Kertajaya dalam Priansa (2017:200) mengungkapkan bahwa faktor kunci dalam memuaskan konsumen tidak lepas dari nilai atau *value* yang dijanjikan oleh perusahaan dan apa yang diberikan perusahaan kepada konsumennya.

3. Metodologi

3.1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu jenis penelitian kuantitatif.

3.2. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan listrik prabayar di kabupaten Pamekasan yaitu sebanyak 73,112 pelanggan.

3.3. Sampel

Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 100 responden yang diambil menggunakan rumus slovin.

3.4. Teknik Sampling

Dalam teknik pengambilan sampel ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan teknik *accidental sampling*.

3.5. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel dalam penelitian ini adalah pada variabel Kualitas Layanan dengan indikator pertama keandalan (*reliability*) dengan item janji, tepat dan tuntas. Indikator kedua Daya Tanggap (*responsiveness*) dengan item siap membantu, cepat dan tanggap. Indikator ketiga jaminan (*assurances*) dengan item pengetahuan, terampil, sopan dan SOP. Indikator keempat empati (*empathy*) dengan item kepentingan, komunikasi, perhatian dan kemudahan. Indikator kelima produk-produk fisik (*tangibles*) dengan item perlengkapan kerja, sarana teknologi dan layanan informasi.

Variabel Nilai Pelanggan dengan indikator pertama *emotional value* dengan item senang. Indikator kedua *social value* dengan item kenyamanan dan hemat. Indikator ketiga *performance value* dengan item produk konsisten dan standar kualitas.

Indikator keempat *value for money* dengan item harga terjangkau dan harga sesuai.

Variabel Kepuasan Pelanggan dengan indikator pertama kepuasan pelanggan dengan item menanyakan kepuasan pelanggan dan menanyakan puas terhadap layanan. Indikator kedua dimensi kepuasan pelanggan dengan item keramahan staf dan fasilitas layanan. Indikator ketiga konfirmasi harapan dengan item sesuai harapan dan kinerja baik. Indikator keempat niat beli ulang dengan item tetap menggunakan listrik prabayar. Indikator kelima kesediaan untuk merekomendasi dengan item merekomendasikan kepada teman dan merekomendasikan kepada keluarga.

3.6. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan observasi.

3.7. Metode Analisa

Menurut Komputer (2017:77) Analisis Regresi Berganda untuk mengetahui hubungan secara linear antara dua atau lebih variabel independen ($X_1, X_2, \dots, X_n$) dengan variabel dependen (Y). Model persamaannya $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$

3.8 Uji (Validitas, Reliabilitas, t, F, Assumsi Klasik)

3.8.1 Uji Validitas

Menurut Ghazali (2018:51) "uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner".

3.8.2 Uji Reliabilitas

Menurut Ghazali (2018:45) "reliabilitas sendiri sebenarnya adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk".

3.8.3 Uji t

Menurut Ghazali (2018: 98), "uji t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas atau independen secara individual dalam menerangkan variasi variabel dependen."

3.8.4 Uji F

Menurut Imam Ghazali (2018: 98), "uji F pada dasarnya digunakan untuk menguji pengaruh variabel bebas/independen terhadap variabel terikat/dependen secara bersama-sama."

3.8.5 Uji Asumsi Klasik

3.8.5.1 Uji Normalitas

Menurut Ghazali (2018:161) "uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal".

3.8.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghazali (2018:137) "uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah model regresi terjadi ketidaksamaan *variance* dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain".

3.8.5.3 Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2018:107) "uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*)".

4. Hasil Penelitian dan Bahasan

4.1. Uji Validitas

Keseluruhan item yang digunakan sebagai alat ukur variabel kualitas layanan, nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan dinyatakan valid.

4.2. Uji Reliabilitas.

Keseluruhan item yang digunakan sebagai alat ukur variabel variabel kualitas layanan, nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan dinyatakan reliabel.

4.3. Uji t

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa t_{hitung} untuk variabel kualitas layanan sebesar $5,027 > t_{tabel} 1,984$ dan $sig. 0,000 < 0,05$. Dengan demikian terdapat pengaruh signifikan positif kualitas layanan terhadap pelanggan

Sedangkan t_{hitung} untuk variabel nilai pelanggan sebesar $6,569 > t_{tabel}$ yaitu $1,984$ dan $sig. 0,000 < 0,05$. Dengan demikian terdapat pengaruh signifikan nilai pelanggan terhadap kepuasan Pelanggan.

4.4. Uji F

. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa $F_{hitung} 99,674 > F_{tabel} 3,09$ dan $sig. 0,000 < 0,05$. dapat disimpulkan bahwa secara simultan kualitas layanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan.

4.5. Uji Asumsi Klasik

4.5.1 Uji Normalitas

Model regresi mengikuti arah garis diagonal serta menyebar disekitaran diagonal, sehingga model regresi memenuhi asumsi normalitas.

4.5.2 Uji Heteroskedastisitas

Hasil grafik *Satterplot* menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang jelas dan acak, karena titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga dapat dikatakan bahwa tidak terjadi gejala heteroskedastisitas.

4.5.3 Uji Multikolinieritas

Pada analisis ini dapat dikatakan bahwa tidak terjadi gejala multikolinieritas pada penelitian ini.

4.6. Bahasan

Berdasarkan hasil dari analisis data dan pembahasan, penelitian ini melibatkan 100 responden dan dapat disimpulkan bahwa secara parsial dan simultan terdapat pengaruh kualitas layanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Pamekasan Kota

Besarnya kontribusi kualitas layanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan sebesar 66% sedangkan sisanya sebesar 33,4% dipengaruhi oleh factor lain seperti: kualitas produk, harga, kepercayaan dan promosi yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

5. Simpulan dan Saran

5.1. Simpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan menggunakan kuesioner dapat disimpulkan bahwa secara simultan terdapat pengaruh kualitas layanan dan nilai pelanggan terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Pamekasan Kota.

Maka, hal ini menunjukkan bahwa kualitas layanan dan nilai pelanggan mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Pamekasan Kota.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah disajikan, maka penulis menyarankan bahwa diharapkan perusahaan meningkatkan kualitas layanannya kepada pelanggan seperti siap membantu pelanggan yang mengalami kesulitan yaitu ketika terjadi kerusakan pada APP meter, cepat tanggap ketika pelanggan mengajukan permohonan pemasangan listrik prabayar, dan karyawan harus menanamkan sikap *customer is the king* yaitu pelanggan adalah raja sehingga perlu untuk mengutamakan kepentingan pelanggan.

Perusahaan harus tetap memperhatikan dan mengecek kualitas produk listrik prabayar seperti APP meter yang tidak mudah rusak/ terjadi gangguan ketika input token pulsa

sehingga sebanding dengan harga atau tariff listrik yang dibayarkan oleh pelanggan.

6. Daftar Rujukan

- Adista,Fitriani.2017. Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Toko Serba Ada Matahari di Pondok Gede Plaza kota Bekasi.*Jurnal Manajemen Bisnis*.Vol. 5, No.3. ISSN: 2338-4794.
- David,Adista. 2019. Pengaruh Kualitas Layanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Grab Bike di Universitas Krisnadwipayanan. *Jurnal Manajemen Bisnis*.Vol. 7, No.1. ISSN: 2338-4794.
- Ghozali,Imam.2018. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Edisi 9*. Semarang: Undip.
- Komputer,Wahana.2017.Ragam Model Penelitian dan Pengolahannya dengan SPSS.Yogyakarta:ANDI.
- Kotler, Philip dan Kevin Keller.2012. *Marketing Management, Edisi Keempat belas*. New Jersey: Prentice Hall
- Priansa, Juni. 2017. *Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Puspita, N. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Nilai Pelanggan Terhadap Kepuasan Konsumen GO-JEK (Studi Kasus pada Konsumen GO-JEK Pengguna Layanan GO-RIDE di kota Malang) *Jurnal Aplikasi Bisnis*. Vol. 4, No. 2.ISSN 2407-3741.
- Rahmayanti,Nina. 2010. *Manajemen Pelayanan Prima*.Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Tjiptono,Fandy., dan Gregorius Chandra. 2012. *Service,Quality Satisfaction*.Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono,Fandy., dan Gregorius Chandra. 2017.*Pemasaran Strategik Edisi 3*.Yogyakarta: Andi Offset.