



PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN LISTRIK PRABAYAR PADA PT.PLN (Persero) UNIT LAYANAN PELANGGAN TELUK SEGARA

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY ON PREPAID ELECTRICITY CUSTOMER SATISFACTION AT PT.PLN (Persero) TELUK SEGARA CUSTOMER SERVICE UNIT

Devo Prabowo <sup>1</sup>, Tito Irwanto <sup>2</sup>, M.Rahman Febliansa <sup>3</sup>, Yudi Ariantara <sup>4</sup>

Universitas Dehasen Bengkulu <sup>1,2,3,4</sup>

[devoprabowo78@gmail.com](mailto:devoprabowo78@gmail.com) <sup>1</sup>, [titoirwanto@unived.ac.id](mailto:titoirwanto@unived.ac.id) <sup>2</sup>, [rahmanfebliansa@unived.ac.id](mailto:rahmanfebliansa@unived.ac.id) <sup>3</sup>,  
[yudiariantara260184@gmail.com](mailto:yudiariantara260184@gmail.com) <sup>4</sup>

**Abstract**

*This research aims to determine and analyze the influence of service quality on prepaid electricity customer satisfaction at PT PLN (Persero) Teluk Segara Customer Service Unit. This research focuses on the influence of service quality on prepaid electricity customer satisfaction at PT PLN (Persero) Teluk Segara Customer Service Unit. This research uses a quantitative research approach, data collection was carried out using research instruments, analysis and statistics with the aim of testing predetermined hypotheses. Based on the characteristics of the research, a research sample of 100 customers was obtained. The results of this research show that the service quality has a significant effect on customer satisfaction at PT PLN (Persero) Teluk Segara Customer Service Unit. Judging from the results of the t test, it shows that tcount is greater than ttable (13.446>1.66) with a significance level of 0.000.*

**Keywords:** Service Quality, Customer Satisfaction, Prepaid Electricity

**Abstract**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Teluk Segara. Penelitian ini berfokus pada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan listrik Prabayar pada PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Teluk Segara. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis dan statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Berdasarkan karakteristik penelitian, maka diperoleh sampel penelitian sebanyak 100 orang nasabah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Teluk Segara. Dilihat dari hasil uji t menunjukkan bahwa thitung lebih besar dari ttabel (13,446 > 1,66) dengan tingkat signifikansi 0,000.

**Kata kunci:** Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Listrik Prabayar

**1. PENDAHULUAN**

Pada era globalisasi sekarang ini, Kualitas pelayanan perusahaan menjadi unsur penting dalam usaha meningkatkan kepuasan konsumen. Pelayanan perusahaan terbilang memuaskan apabila dapat memenuhi kriteria harapan dan kebutuhan konsumen. Konsumen yang telah merasa puas selanjutnya akan memiliki kedekatan emosi dengan perusahaan sehingga menjadi konsumen yang loyal. Konsumen yang loyal dapat meningkatkan kinerja bisnis perusahaan dan meningkatkan citra perusahaan di mata masyarakat. Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik tidak berdasarkan persepsi penyedia jasa, akan tetapi berdasarkan persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian yang menyeluruh atas

keunggulan suatu pelayanan. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan dengan kinerja. Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor, antara lain pengalaman masa lalu, pendapat teman, informasi dan janji perusahaan (Assegaff, 2009).

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas, jasa, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Menurut Tjiptono (2006), kualitas pelayanan dapat dirangkum menjadi 5 dimensi, yaitu (1) bukti fisik (*tangible*) berupa penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, sarana dan prasarana, (2) Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya, (3) Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu menunjukkan kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap (4) Jaminan (*assurance*) menunjukan sejauh mana pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan menciptakan image atau persepsi yang baik bagi perusahaan, dengan 2 menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan dibenak konsumen terhadap perusahaan, (5) Empati (*empathy*) yaitu kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

Perusahaan Listrik Negara (PLN) Persero merupakan salah satu organisasi yang bergerak dibidang pelayanan kepada publik. PLN Persero merupakan badan usaha milik negara (BUMN) yang bergerak dibidang kelistrikan di Indonesia. PLN (Persero) mempunyai tugas sebagai pengelola transmisi, operasi sistem dan transaksi tenaga listrik dengan kualitas pelayanan serta kelas dunia yang mampu memenuhi harapan stakeholder dan memberikan kontribusi dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu PLN harus mampu memberikan pelayanan yang sebaikbaiknya kepada masyarakat dari pelosok desa hingga ke kota besar, (PLN, 2010).

Salah satu produk yang dikeluarkan oleh PT. PLN untuk meningkatkan kualitas produknya yaitu dengan mengeluarkan produk listrik pintar (listrik Prabayar) yang mana keunggulan produk ini adalah tidak ada beban listrik bulanan, privasi lebih terjaga, efisien dan hemat waktu, layanan pembelian pulasanya luas. Sejak pertama kali di luncurkan produk ini yaitu pada Januari 2008 listrik Prabayar ini menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat yaitu pelanggan membayar terlebih dahulu kemudian baru bisa menikmati aliran listrik. Pengisiannya berupa voucher isi ulang yang telah tersedia di beberapa loket-loket di seluruh Indonesia, diharapkan juga voucher listrik pintar ini mampu menjangkau lebih luas masyarakat melalui kemitraan dengan bank, PT. POS Indonesia, Alfamart, Indomaret dan pihak ketiga lainnya. Pelayanan listrik Prabayar ini berbeda dengan listrik pasca bayar, yaitu dinamakan kWh/meter (meteran listrik) Prabayar. Sebelum adanya produk Prabayar, PT. PLN (Persero) sudah mempunyai produk lain yaitu listrik pasca bayar atau yang biasa dikenal dengan listrik meteran. Produk listrik pasca bayar ini bisa kita gunakan tanpa harus kita membayar terlebih dahulu, pembayaran tagihan pemakaian akan dilakukan setelah tanggal atau waktu penggunaan yang ditetapkan oleh pihak penyedia layanan ([web.pln.co.id](http://web.pln.co.id))

Masalah utama sebagai sebuah lembaga jasa pelayanan listrik adalah pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai harapan konsumen atau belum. Oleh karena itu Layanan Pelanggan Teluk Segara dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan dan kepuasan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan konsumen meningkat. Dalam proses pelayanannya Layanan Pelanggan Teluk Segara sudah sangat baik dalam memberikan layanan dapat dilihat dari sikap karyawan terhadap pelanggan, perlengkapan kerja yang dipakai dan teknologi yang dipakai cukup mendukung dalam memberikan pelayanan. Petugas pelayanan di kantor memberikan informasi yang dibutuhkan pelanggan yang bersangkutan dalam hal pembayaran listrik, pemasangan meteran baru, informasi tentang kemudahan menggunakan listrik Prabayar, sedangkan petugas lapangan cepat tanggap dan respon yang baik apabila terjadi kerusakan kelistrikan (Fitria, N. 2020).

## 2. Tinjauan pustaka dan pengembangan hipotesis

### a. Manajemen Pemasaran

Perusahaan yang sukses saat ini besar atau kecil, pencari laba atau nirlaba, domestik atau global benar-benar fokus pada konsumennya dan berkomitmen pada pemasaran. Pemasaran berupaya menarik konsumen dengan menjanjikan nilai yang unggul dan tetap mempertahankan konsumen lama dengan memberikan kepuasan. Agar sukses, perusahaan harus benar-benar berfokus pada pasar. Pemasaran adalah proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka ingin dan butuhkan melalui penciptaan dan pertukaran barang dan nilai dengan pihak lain (Kotler dan Armstrong, 2004).

(Kotler, 2007) menyatakan, pemasaran adalah fungsi bisnis yang mengidentifikasi keinginan dan kebutuhan yang belum terpenuhi sekarang dan mengukur seberapa besar pasar yang akan dilayani, menentukan pasar sasaran mana yang paling baik dilayani oleh organisasi, dan menentukan berbagai produk, jasa dan program yang tepat untuk melayani pasar tersebut. Dengan demikian, pemasaran berperan sebagai penghubung antara kebutuhan masyarakat dengan pola jawaban ekonomik yang diperlukan. Pentingnya pemahaman tentang konsumen dapat ditemukan pada definisi pemasaran (*marketing*), yaitu kegiatan manusia yang ditujukan untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan melalui proses pertukaran. Dari definisi ini muncul dua kegiatan pemasaran yang utama. Pertama, pemasar berusaha untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan pasar sasaran mereka. Kedua, pemasaran meliputi studi tentang proses pertukaran dimana terdapat dua pihak yang mentransfer sumber daya diantara keduanya. Bagi para pemasar untuk menciptakan pertukaran yang berhasil, mereka harus memahami faktor-faktor yang mempengaruhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

### b. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan suatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategi perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh.

Keunggulan suatu produk jasa adalah tergantung dari keunikan serta kualitas yang diperlihatkan oleh jasa tersebut, apakah sudah sesuai dengan keinginan dan harapan pelanggan (J. Supranto, 2011). Menurut Tjiptono (2006), kualitas pelayanan dapat dirangkum menjadi 5 dimensi, yaitu (1) bukti fisik (*tangible*) berupa penampilan fasilitas fisik, perlengkapan, karyawan, sarana dan prasarana, (2) Keandalan (*reliability*) yaitu kemampuan perusahaan dalam melaksanakan jasa yang dijanjikan secara tepat dan terpercaya, (3) Daya tanggap (*responsiveness*) yaitu menunjukkan kemauan untuk membantu pelanggan dan memberikan jasa dengan cepat atau tanggap (4) Jaminan (*assurance*) menunjukkan sejauhmana pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan menciptakan image atau persepsi yang baik bagi perusahaan, dengan menumbuhkan kepercayaan dan keyakinan dibenak konsumen terhadap perusahaan, (5) Empati (*empathy*) yaitu kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas kebutuhan individual para pelanggan.

### c. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut (Arianto, 2018), mengatakan bahwa kualitas pelayanan dapat dipahami sebagai fokus dalam memenuhi kebutuhan dan prasyarat, serta pada ketepatan waktu untuk memenuhi harapan pelanggan. Kualitas pelayanan ini berlaku untuk semua jenis layanan yang disediakan oleh perusahaan bagi konsumennya yang dapat diukur dengan indikator sebagai berikut:

- a. Bukti fisik
- b. Keandalan
- c. Daya Tanggap
- d. Jaminan
- e. Empati

### d. Tujuan dan Fungsi Pelayanan

Kualitas pelayanan diberikan kepada konsumen harus berfungsi untuk lebih memberikan kepuasan yang maksimal, oleh karena itu dalam rangka memberikan pelayanan harus dilakukan

sesuai dengan fungsi pelayanan. Kualitas pelayanan yang diberikan oleh setiap perusahaan tentunya mempunyai tujuan. Umumnya tujuan dengan diadakannya pelayanan adalah agar konsumen merasakan adanya kepuasan dan dampaknya bagi perusahaan akan memperoleh laba maksimum (Aris,2016).

#### e. Kepuasan Pelanggan

Menurut Bitner, Zeithaml dan Dwayne (2013) bahwa kepuasan merupakan penilaian pelanggan yang telah terpenuhi kebutuhan dan keinginannya terhadap suatu produk atau jasa. Menurut Kotler & Keller (2007) kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Jika kinerja berada di bawah harapan, pelanggan tidak puas, namun jika kinerja memenuhi harapan, pelanggan puas. Pelanggan membentuk ekspektasi jasa dari banyak sumber, seperti pengalaman masa lalu, berita maupun dari mulut kemulut.

Berdasarkan uraian di atas, maka pengertian kepuasan konsumen yang akan dipakai dalam penelitian ini adalah kepuasan konsumen merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya. Sehingga, tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectation*). Pelanggan bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan akan tidak puas. Kalau kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Apabila kinerja melampaui harapan, pelanggan akan sangat puas, senang atau bahagia.

#### f. Listrik Prabayar

Listrik Prabayar merupakan layanan listrik yang memungkinkan pelanggan untuk mengendalikan sendiri penggunaan listriknya sesuai kebutuhan dan kemampuan. Seperti halnya pulsa isi ulang pada telepon seluler, pada sistem listrik pintar, pelanggan terlebih dahulu membeli pulsa (voucher/token) listrik isi ulang melalui Aplikasi PLN Mobile, Mobile Banking, gerai ATM sejumlah bank atau melalui loket-loket pembayaran tagihan listrik online. Token atau pulsa listrik yang terdiri dari 20 digit angka ini dimasukkan (diinput) ke dalam kWh Meter khusus yang disebut Meter Prabayar.

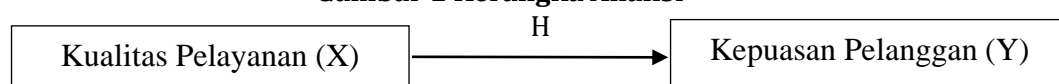
Layar Meter Prabayar akan menyajikan sejumlah informasi penting yang langsung bisa diketahui dan dibaca oleh pelanggan terkait dengan penggunaan listriknya, seperti :

- Informasi jumlah energi listrik (kWh) yang dimasukkan (diinput).
- Jumlah energi listrik (kWh) yang sudah terpakai selama ini
- Jumlah energi listrik yang sedang terpakai saat ini (real time).
- Jumlah energi listrik yang masih tersisa.

Persediaan kWh tersebut bisa ditambah berapa saja dan kapan saja sesuai kebutuhan dan keinginan pelanggan. Jika energi listrik yang tersimpan di Meter Prabayar sudah hampir habis, maka Meter Prabayar akan memberikan sinyal awal agar segera dilakukan pengisian ulang.

Artikel ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan yang memadukan variabel-variabel indikator kualitas pelayanan (X), yaitu Bukti Fisik (*Tangible*), Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Kepedulian (*Empathy*) terhadap kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan alur pemikiran dan keterkaitan variabel yang diuraikan diatas, maka digambarkan kerangka pemikiran dasar sebagai berikut:

**Gambar 1 Kerangka Analisa**



s

## Hipotesis

Bedasarkan latar belakang masalah, rumusan masalah dan tujuan penelitian ini hipotesis yang dianjurkan yaitu H Diduga Kualitas Pelayanan (X) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Teluk Segara.

## 3. METODE PENELITIAN

Penulisan menggunakan metode pendekatan penelitian secara kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah diterapkan, (Sugiyono, 2017) Sugiyono (2017) menyatakan bahwa populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri akan obyek subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelelitian ini jumlah pelanggan listrik prabayar PT.PLN (Persero) ULP Teluk Segara pada tahun 2022 yaitu sebanyak 40.777 pelanggan.

Menurut Sugiyono (2017), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Arikunto (2014) mengatakan, sampel adalah bagian dari populasi (sebagian atau wakil populasi yang diteliti). Sampel penelitian adalah sebagian dari populasi yang diambil sebagai sumber data atau dapat mewakili seluruh populasi. Berkaitan dengan penentuan sampel maka apabila subyek kurang dari 100, maka lebih baik diambil semua, shingga penelitiannya merupakan penelitian populasi, selanjutnya jika subyek besar dapat diambil antara 10-15% atau 20%-25% atau lebih (Arikunto, 2014).

Dimana : n = jumlah sampel

N = jumlah populasi = 40.777

e = persentase batas toleransi (ditetapkan 10% dengan tingkat kepercayaan 90%)

Berdasarkan rumus slovin, maka diperoleh jumlah sampel sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1+N.e^2} = \frac{N}{1+N.e^2} = \frac{40.777}{1+40.777(0,1)^2} = \frac{40.777}{1+407,77} = \frac{40.777}{408,77} = 99,7$$

Jadi jumlah sampel yang akan diteliti sesuai dengan rumus solvin yaitu sebanyak 100 pelanggan dalam hal ini kuesioner akan dibagikan sebanyak 100 pelanggan PT.PLN (Persero) ULP Teluk Segara,

Pertanyaan-pertanyaan pada kuesioner ini diberi skor 1-5 dengan skala likert. Skor 1-5 digunakan peneliti karena lebih sederhana dan memiliki nilai tengah yang digunakan untuk menjelaskan keraguan atau netral dalam pemilihan jawaban. Untuk analisis kuantitatif, maka jawaban itu dapat diberi skor sebagai berikut: (1) Sangat Tidak Setuju (STS) , (2) Tidak Setuju (TS), (3) Cukup Setuju (CS), (4) Setuju (S), (5) Sangat Setuju (SS).

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil

Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang responden dengan karakteristik sebagai berikut :

**Tabel 1. Karakteristik Responden**

Variabel	Kategori	Jumlah	Persentase
Jenis Kelamin	Perempuan	10	10%
	Laki-laki	90	90%
Total		100	100%
Usia	17-25	4	4%
	26-35	42	42%
	36-45	38	38%
	>45	16	16%
Total		100	100%



Pekerjaan	Swasta	52	52%
	PNS/TNI/POLRI	13	13%
	BUMN/BUMD	26	26%
	Petani	5	5%
	Lainnya	4	4%
Total		100	100%
Pendidikan	SMA	42	42%
	D3	22	22%
	S1	32	32%
	S2	4	4%
Total		100	100%
Lama Pemakaian Prabayar	<1 Tahun	2	2%
	1-2 Tahun	7	7%
	3-4 Tahun	32	32%
	>5 Tahun	59	59%
Total		100	100%

Sumber: Data Primer diolah (2023)

Berdasarkan tabel diatas diketahui karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin perempuan berjumlah sebanyak 10 orang (10%) dan responden yang berjenis kelamin laki-laki sebanyak 90 orang (90%). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan listrik Prabayar di PT.PLN (Persero) ULP Teluk Segara lebih banyak berjenis kelamin laki-laki, berdasarkan umur responden yang memiliki umur 17-25 tahun sebanyak 4 orang (4%), responden yang memiliki umur 26-35 tahun sebanyak 42 orang (42%), responden yang memiliki umur 36-45 tahun sebanyak 38 orang (38%), responden yang memiliki umur >45 tahun sebanyak 16 orang (16%). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan listrik Prabayar di PT.PLN (Persero) ULP Teluk Segara lebih banyak berumur 26-35 tahun yaitu sebanyak 42 orang (42%), berdasarkan pekerjaan yaitu Pelajar/Mahasiswa sebanyak 0 orang (0%), yang bekerja sebagai Swasta sebanyak 52 orang (52%), yang bekerja sebagai PNS/TNI/POLRI sebanyak 13 orang (13%), yang bekerja sebagai BUMN/BUMD sebanyak 26 orang (26%), yang bekerja sebagai Petani sebanyak 5 orang (5%), dan pilihan lainnya sebanyak 4 orang (4%). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan listrik Prabayar di PT.PLN (Persero) ULP Teluk Segara lebih banyak bekerja sebagai Swasta yaitu sebanyak 52 orang (52%), berdasarkan pendidikan yaitu yang memiliki pendidikan SMP sebanyak 0 orang (0%), yang memiliki pendidikan SMA sebanyak 42 orang (42%), yang memiliki pendidikan D3 sebanyak 22 orang (22%), yang memiliki pendidikan S1 sebanyak 32 orang (32%), yang memiliki pendidikan S2 sebanyak 4 orang (4%). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan listrik Prabayar di PT.PLN (Persero) ULP Teluk Segara lebih banyak berpendidikan SMA yaitu sebanyak 42 orang (42%), berdasarkan lama pemakaian listrik Prabayar yaitu yang pemakaian <1 tahun sebanyak 2 orang (2%), yang pemakaian 1-2 tahun sebanyak 7 orang (7%), yang pemakaian 3-4 tahun sebanyak 32 orang (32%), yang pemakaian >5 tahun sebanyak 59 orang (59%). Hal ini menunjukkan bahwa pelanggan listrik Prabayar di PT.PLN (Persero) ULP Teluk Segara lebih banyak pemakaian listrik Prabayar >5 tahun yaitu sebanyak 59 orang (59%).

#### a. Analisis Regresi Sederhana

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis linier sederhana. Analisis regresi linier sederhana digunakan sebagai alat analisis statistik karena penelitian ini dirancang untuk meneliti variabel yang berpengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen dimana variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya satu. Untuk menentukan persamaan regresi maka dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana**

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
-------	-----------------------------	---------------------------	---	------

		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,985	1,376		2,169	0,032
	Kualitas_Pelayanan	0,305	0,023	0,806	13,466	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pelanggan

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS , maka diperoleh hasil persamaan sebagai berikut:

$$Y = 2,985 + 0,305X + 1,376$$

Persamaan diatas dapat diperlihatkan hubungan antar variabel independen dengan variabel dependen secara partial dari persamaan tersebut dapat diambil kesimpulan:

1. Pada persamaan nilai konstanta (*constant*)  $a = 2,985$  menunjukkan bahwa jika variabel kualitas pelayanan (X), maka variabel kepuasan pelanggan (Y) yang sudah bernilai 2,985.
2. Nilai koefisien kualitas pelayanan (X) adalah 0,305 artinya jika variabel kualitas pelayanan (X) meningkat sebesar 1% dengan asumsi variabel kualitas pelayanan (X) dan constanta adalah 0 (nol), maka kepuasan pelanggan PT.PLN (Persero) ULP Teluk Segara meningkat 0,305. Hal tersebut menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang disediakan berkontribusi positif bagi kepuasan pelanggan PT.PLN (Persero) ULP Teluk Segara.

b. Uji t

Uji t digunakan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh masing-masing variabel independen secara individual (parsial) terhadap variabel dependen. Jika hitung lebih besar dari tabel maka dapat dikatakan bahwa variabel independen secara parsial berpengaruh terhadap variabel dependen (Ghozali, 2012).

**Tabel 3. Hasil Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,985	1,376		2,169	0,032
	Kualitas_Pelayanan	0,305	0,023	0,806	13,466	0,000

a. Dependent Variable: Kepuasan\_Pelanggan

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan analisis data dengan menggunakan SPSS pada tabel 8 diatas dan membandingkan  $t_{hitung}$  dengan  $t_{tabel}$  sebesar 1,66 yang diperoleh dari tabel t dengan  $df = n - k$  (100-2) yaitu 98 dan alpha 0,05. Berikut pembahasan dari uji parsial kualitas pelayanan terhadap kepuasan listrik Prabayar di PT.PLN (Persero) ULP Teluk Segara. Hasil uji t untuk variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  (13,446 > 1,66) dengan tingkat signifikan 0,000.

Nilai t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) memiliki hubungan searah dengan kepuasan pelanggan (Y). Artinya jika variabel kualitas pelayanan (X) ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan sebesar 13,446. Penelitian ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Zega (2023) bahwa kualitas pelayanan dapat berpengaruh Terhadap kepuasan pelanggan Listrik Prabayar Pada Kantor Kecamatan Gunungsitoli Utara.

c. Uji Koefisien Determinasi

**Tabel 4. Hasil Uji Koefisien Determinasi  
Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,806 <sup>a</sup>	0,649	0,646	1,483

a. Predictors: (Constant), Kualitas\_Pelayanan

Sumber : Data diolah SPSS, 2023

Berdasarkan tabel 4 menunjukkan R *Square* sebesar 0,649 atau 64,9%. Dengan demikian besaran pengaruh variabel terhadap kepuasan pelanggan sebesar 64,9%. Semakin besar angka *Adjusted R Square* maka akan semakin kuat hubungan dari kedua variabel dalam model regresi. Dapat disimpulkan bahwa 64,9% variabel perilaku kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh variabel kualitas pelayanan, selisihnya (100-64,9) 35,1% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

### Pembahasan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan listrik prabayar, kepuasan pelanggan akan membentuk persepsi yang baik terhadap perusahaan dan pelayanan yang bermutu dapat dilakukan dengan meningkatkan kualitas pelayanan. Hasil penelitian ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Ismerisa (2013) kualitas pelayanan unit pelayanan listrik pintar berpengaruh dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan., artinya apabila naik atau semakin tingginya kualitas pelayanan maka akan semakin naik atau semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan listrik pintar PT.PLN (Persero) Area Yogyakarta.

Dimana didapat dari hasil uji t untuk variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $13,446 > 1,66$ ) dengan tingkat signifikan 0,000. Nilai t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) memiliki hubungan searah dengan kepuasan pelanggan (Y). Artinya jika variabel kepuasan pelanggan (X) ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan sebesar 13,446. Penelitian ini sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Zega (2023) bahwa kualitas pelayanan dapat berpengaruh Terhadap kepuasan pelanggan Listrik prabayar Pada Kantor Kecamatan Gunungsitoli Utara.

Kualitas pelayanan yang dilakukan PT.PLN (Persero) ULP Teluk Segara yaitu cepat tanggap dan komunikasi terbaik kepada para pelanggan dalam menangani keluhan gangguan listrik prabayar, kemudian komunikasi yang lancar terhadap pelanggan, juga cepat tanggap melayani gangguan listrik prabayar melalui aplikasi PLN Mobile, sehingga pelanggan merasa puas dan mendapatkan pelayanan terbaik.

Hasil inilah yang menunjukkan bahwa penilaian yang baik mengenai kualitas pelayanan daya tanggap sesuai dengan tingkat keinginan pelanggan sehingga mendorong pelanggan untuk menggunakan listrik prabayar semakin tinggi, maka PT.PLN (Persero) ULP Teluk Segara dapat memuaskan pelanggan karena pelanggan telah diberikan pelayanan yang cepat tanggap sehingga pelanggan yakin dan percaya untuk dikemudian hari ingin mendapatkan pelayanan tersebut kembali.

PT.PLN (Persero) ULP Teluk Segara juga mendorong karyawan mengutamakan kepentingan pelanggan, selain itu petugas mau mendengar dan menampung aspirasi dari pelanggan listrik prabayar dan karyawan juga membantu pelanggan agar lebih mudah dalam menggunakan listrik prabayar. Karyawan PT.PLN (Persero) ULP Teluk Segara harus meiliki kemampuan optimas dalam memberikan informasi serta penjelasan tentang listrik prabayar,



kemudian pelayanan yang sopan dan ramah sehingga membantu pelanggan untuk menyelesaikan segala permasalahan listrik Prabayar. Maka dari itu PT.PLN (Persero) ULP Teluk Segara mengutamakan kepuasan pelanggan dengan memberikan kualitas pelayanan yang terbaik. Hasil penelitian ini juga sependapat dengan penelitian yang dilakukan oleh Pattikawa (2014) Secara umum pelanggan PT. PLN di Kota Tarakan menyatakan puas dengan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan listrik Prabayar token.

## 5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap PT.PLN (Persero) ULP Teluk Segara, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

Didapatkan persamaan regresi  $Y = 2,985 + 0,305X + 1,376$  artinya variabel independen berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, apabila variabel independen naik maka variabel dependen juga meningkat dan jika variabel independen menurun maka variabel dependen juga menurun.

Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.PLN (Persero) ULP Teluk Segara. Dilihat dari hasil uji t untuk variabel Kualitas Pelayanan (X) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) menunjukkan  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$  ( $13,446 > 1,66$ ) dengan tingkat signifikan 0,000. Nilai t menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan (X) memiliki hubungan searah dengan kepuasan pelanggan (Y). Artinya jika variabel kepuasan pelanggan (X) ditingkatkan sebesar satu satuan, maka kepuasan pelanggan sebesar 13,446.

Nilai konstanta sebesar 2,985 yang artinya apabila variabel kepuasan pelanggan (X) pada PT.PLN (Persero) ULP Teluk Segara memiliki bobot nilai 0 atau tidak memiliki nilai maka kepuasan pelanggan adalah sebesar nilai konstanta 2,985.

Pengaruh variabel kualitas pelayanan dinyatakan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terbukti mempunyai pengaruh signifikan, dengan meningkatnya pelayanan kepada masyarakat akan menumbuhkan kesadaran kepada masyarakat untuk memilih menggunakan listrik Prabayar, dan berusaha untuk hidup hemat sehingga akan berdampak positif untuk masyarakat.

## REFERENSI

- Arianto. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepuasan dan Loyalitas pengunjung dalam menggunakan jasa hotel rizen kedaton bogor. 83.
- Arikunto. (2014). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Aris. (2016). Pengaruh Kualitas Layanan terhadap loyalitas pelanggan yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan jasa pengiriman jalur darat. *Skripsi*.
- Assegaff. (2009). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan*. Semarang: Unisulla Semarang.
- Bitner, Zeithaml, & Dwayne. (2013). *Services Marketing – Integrating Customer Focus Across The Firm 6th Edition*. New York (US): Mcgraw-Hill.
- Fitria, N. (2020). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Konsumen Listrik Prabayar dalam Perspektif Ekonomi Syariah islam pada PT. PLN (Persero) ULP Merduati Banda Aceh. *Skripsi*, 1-90.
- Ghozali. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ismerisa. (2013). *Pengaruh Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei pada Pelanggan Listrik Pintar PT.PLN (Persero) Area Yogyakarta)*. skripsi : Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga: Yogyakarta.
- Kotler, & Armstrong. (2004). Prinsip-prinsip Pemasaran. *Erlangga Jakarta*.
- Kotler, & Keller. (2007). Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas. *PT. Indeks, Jakarta*.
- Pattikawa, B. (2014). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Voucher Listrik Prabayar Token Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT.PLN di Kota Tarakan*. Samarinda: Universitas Mulawarman Samarinda.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian dan Pengembangan*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono. (2006). Pemasaran Jasa. *Bayumedia Publishin, Malang*.

Zega, O. H. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Listrik Prabayar di Kecamatan Gunung Sitoli Utara Kota Gunung Sitoli. *Jurnal EMBA Vol. 11 No. 3*, 785-795.  
Web.pln.co.id