

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN JASA TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN GOLONGAN RUMAH TANGGA KECAMATAN BUKIT KECIL
(Studi pada Pelanggan PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai)**

Dibyantoro, Mariskha Z, Yunita Kusumawardhani

Jurusan Administrasi Bisnis Politeknik Negeri Sriwijaya

Abstract

The object of this final report is to find out the influence of service quality to the customer satisfaction of PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai. The purpose of this final report is to investigate the influence of service quality which is most dominantly influence the customer satisfaction and to investigate the quality that is given whether it is already fulfilled the customer satisfaction. The data are got questioner, observation, interview, the data are analyzed by using the theories from Nasution (2003), Lupiyoadi (2001), Umar (2002), Tjiptono (1999), and by using the SPSS analysis for windows 11.5 version Multiple Regression formula. The result shows that R Square is the colleration service quality and the customer perception satisfaction which were 30.6%, while the remaining 69.4% were influenced by other factor not included in this study. The factor of Tangibles more influence customer satisfaction. Writer suggests that PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai should increase the service quality in Responsiveness dimention, because this dimention is that costumer want.

Keywords: Service Quality, Service, Customer Satisfaction

Pendahuluan

Menjalankan suatu bisnis pada saat ini menjadi suatu persaingan yang sangat ketat antar bisnis lainnya, baik di pasar domestik maupun internasional. Agar suatu perusahaan dapat bertahan dan bersaing dengan perusahaan lainnya, maka perusahaan tersebut harus memperhatikan suatu pelayanan yang diberikan kepada pembelinya, hal ini dimaksudkan agar seluruh barang atau jasa yang ditawarkan akan mendapat tempat yang baik di mata masyarakat selaku pembeli atau calon pembeli, dan dapat meningkatkan kepuasan pembeli terhadap apa yang kita tawarkan. Perusahaan sendiri terbagi menjadi perusahaan barang dan perusahaan jasa, pada perusahaan yang bergerak dibidang jasa memperhatikan kualitas jasa yang diberikan sangat penting karena hal tersebut dapat mempengaruhi kesetiaan pembelinya.

Pengertian kualitas jasa menurut Kotler dalam (Tjiptono, 2004:6) yaitu setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Kualitas jasa ini meliputi 5 dimensi yaitu pertama *reliability*, *reliability* adalah kemampuan untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan janji yang ditawarkan. Kedua *responsiveness*, *responsiveness* adalah respon atau kesediaan karyawan dalam membantu pelanggan. Ketiga *assurance*, *assurance* yaitu kemampuan karyawan atas pengetahuan terhadap produk secara tepat, keramah-tamahan, perhatian dan kesopanan. Keempat *tangibles*, *tangibles* yaitu penampilan fisik, seperti gedung, tata ruang, fasilitas, dan lainnya. Kelima *emphaty*, *emphaty* yaitu perhatian secara individual yang diberikan perusahaan kepada pelanggan. Dari kelima dimensi tersebut jika dapat dipenuhi dengan baik oleh perusahaan maka akan menimbulkan kepuasan pelanggan, menurut Tjiptono (2004:147) kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Pelayanan jasa yang baik di dalam suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan bagi pelanggannya. Ketika pelanggan merasa pelayanan yang diberikan perusahaan sangat memuaskan, maka mereka akan kembali menggunakan jasa perusahaan tersebut dan sekaligus menjadi pelanggan yang setia, begitu pula sebaliknya jika pelanggan tersebut tidak puas, maka pelanggan tersebut tidak akan memakai jasa perusahaan itu lagi, dan menceritakan

pengalamannya yang mengecewakan pada orang lain, sehingga dapat menyebabkan menurunnya jumlah pelanggan dan menurunnya citra baik serta eksistensi perusahaan tersebut bagi masyarakat. Salah satu perusahaan yang bergerak dibidang jasa yaitu PT PLN (Persero), suatu perusahaan yang bergerak dibidang jasa yaitu listrik, yang meliputi penerangan dan penggerak peralatan mesin. Listrik merupakan suatu hal yang sangat penting bagi masyarakat, bisa dikatakan segala kegiatan manusia telah tergantung pada listrik, oleh karena itu suatu tempat atau daerah tentunya sangat membutuhkan pasokan listrik yang kuat dan baik untuk menunjang aktivitasnya, untuk itulah PT PLN (Persero) sebagai salah satu BUMN (Badan Usaha Milik Negara) harus dapat memenuhi kebutuhan masyarakat di dalam bidang listrik tersebut, karena sesuai pada Pasal 33 ayat 3 UUD 1945 yaitu Bumi dan air dan kekayaan alam yang terkandung di dalamnya dikuasai oleh Negara dan dipergunakan untuk sebesar-besar kemakmuran rakyat.

PT PLN (Persero) harus memberikan pelayanan yang baik, karena jika pelayanan itu buruk seperti pemadaman listrik maka dampaknya bisa sangat merugikan semua kalangan yang meliputi perusahaan, bisnis, rumah tangga, industri, dan sosial, adapun dampak yang ditimbulkan seperti perusahaan dipaksa menyediakan generator listrik agar tetap bergeraknya roda bisnis. Mereka juga harus membakar berdrum-drum solar setiap hari agar bisa memperoleh energi yang sudah menjadi kebutuhan pokok itu, dan biaya tambahan cukup besar. Bagi masyarakat golongan rumah tangga mereka harus merogoh kocek lebih oleh sebab pemadaman listrik bergilir, seperti, harus membeli lampu darurat, lilin, serta lampu teplok berikut minyak tanah yang makin langka. Peralatan yang bergerak menggunakan listrik milik warga, sudah tak terbilang jumlahnya yang rusak akibat listrik padam dan menyala. Pemadaman listrik juga menyebabkan lampu-lampu rambu lalu lintas padam, akibatnya kemacetan terjadi di sejumlah titik jalan.

Salah satu PT PLN (Persero) yang ada di Kota Palembang yaitu PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai yang berada di Jalan Kapt A Rivai No. 37 Palembang. Seperti pada penjelasan diatas pada PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai ini terbagi menjadi 5 golongan yakni, Golongan Bisnis yang meliputi usaha-usaha seperti warung internet (warnet), ruko, dan hotel. Golongan Industri meliputi perusahaan-perusahaan besar antara lain Perusahaan Baja, PT Kodja, Industri Songket. Golongan Pemerintah yaitu Pemerintahan yang ada di Kota Palembang, seperti kantor walikota, kantor pajak, dan kantor gubernur. Golongan Rumah Tangga meliputi rumah tangga masyarakat umum, dan Golongan Sosial seperti masjid, sekolah, yayasan yatim piatu, panti jompo, dan lain-lain. PT PLN (Persero) yang ada diseluruh Indonesia dan juga PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai telah memberikan pelayanan guna memenuhi kebutuhan pelanggannya dengan memberikan yang terbaik, adapun pelayanan yang diberikan oleh PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai meliputi pelayanan tambah dan turun daya, ubah nama, pasang baru, baca meter, pelayanan teknik, serta menerima keluhan dari para pelanggan berupa gangguan. Walaupun PT PLN (Persero) telah memenuhi kebutuhan pelanggannya tetapi masih ada pelanggan yang kurang puas akan pelayanan yang telah diberikan oleh PT PLN (Persero) alasan akan tidak kepuasan tersebut dirasakan berbeda oleh tiap pelanggan, faktor ketidakpuasan tersebut juga bisa berasal dari interes maupun eksteren, pada pihak interes bisa terjadi dikarenakan adanya sesuatu hal pada pihak PT PLN (Persero) sedangkan pada pihak eksteren yaitu ketidakpuasan pelanggan atas pelayanan yang diberikan padahal pada suatu posisi PT PLN (Persero) sendiri telah memberikan yang terbaik sesuai kemampuannya.

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dijelaskan diatas dan mengingat pentingnya kualitas jasa terhadap kepuasan pelanggan khususnya golongan rumah tangga, penulis mengambil golongan rumah tangga dikarenakan pelanggan golongan rumah tangga ini berhubungan langsung dengan PT PLN (Persero), pencitraan lebih bisa dilihat oleh pelanggan rumah tangga. Sedangkan untuk golongan lainnya seperti bisnis, industri, pemerintah, dan sosial tidak terlalu sering berhubungan langsung dengan PT PLN (Persero), dan Kecamatan Bukit Kecil dikarenakan kecamatan Bukit Kecil merupakan pelanggan terbanyak PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai, dengan jumlah pelanggan golongan rumah tangga sebanyak 3.605 dari

jumlah pelanggan tersebut diambil sampel menggunakan rumus Slovin dalam buku Husien (2002:146) sebesar 97 sampel, maka dari itu penulis tertarik untuk meneliti bagaimana pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan jasa terhadap kepuasan pelanggan golongan rumah tangga kecamatan bukit kecil PT PLN (Persero) cabang Palembang rayon rivai.

Bahan dan Metode

Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai. Data yang penulis terima dari PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai melalui teknik wawancara. Dalam wawancara, peneliti tidak harus bertatap muka secara langsung, tetapi dapat melalui media tertentu misalnya melalui telepon atau *chatting* melalui internet. Jumlah pelanggan golongan rumah tangga kecamatan bukit kecil berjumlah 3.605 pelanggan. Sampel menurut Sugiyono (2007:72) adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Untuk mencari jumlah sampel maka penulis menggunakan rumus Slovin dikutip dari (Husien, 2002:146).

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

Keterangan : n = Ukuran Sampel

N = Ukuran Populasi

e = Persentase kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan (10%)

Maka didapatkan jumlah sampel sebanyak 97 orang responden dan Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *probability sampling*, khususnya *cluster sampling* (area sampling) yang dikemukakan oleh Suliyanto (2005:120).

Analisis Kuantitatif digunakan untuk menjelaskan data yang berbentuk angka (Sugiyono, 2009:14). Diperoleh dan dimasukkan kedalam program analisis data yaitu SPSS (*Statistical Product And Service Solutions*) versi 11.05 for windows. Adapun dalam metode ini yang akan dianalisis berupa: Uji Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kesahihan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas yang tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah (Arikunto, 1989:136). Uji Reliabilitas mengandung pengertian bahwa sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto, 1989:142). Validitas instrumen dalam penelitian ini merupakan validitas konstruksi karena penelitian ini mengacu pada penelitian yang diadakan sebelumnya oleh Perusahaan. Adapun validitas atas instrumen dalam penelitian ini dapat dilihat pada *Corrected Item-Total Correlation* pada output SPSS uji reabilitas. *Corrected Item-Total Correlation* adalah korelasi antara item bersangkutan dengan seluruh item sisa lainnya. Secara umum jika nilai Corrected Item-Total Correlation lebih besar dari 2.0 maka pertanyaan tersebut dapat dikatakan valid Noursis dalam Lupiyoadi (2001:202). Pada penelitian ini, pengujian reliabilitas digunakan rumus Alpha yang diolah melalui SPSS. Pada output SPSS tersebut dapat dilihat pada nilai Alpha. Secara umum apabila nilai Alpha mendekati angka 1, ini menunjukkan bahwa pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini reliabel atau jawaban responden akan cenderung sama walaupun diberikan kepada responden tersebut pada waktu dan bentuk pertanyaan yang berbeda. Regresi Berganda, untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (kinerja kualitas jasa) terhadap variabel terikat (kepuasan pelanggan) serta mengidentifikasi aspek kualitas pelayanan jasa apakah memiliki pengaruh kuat dalam menentukan kepuasan pelanggan. Maka digunakan metode analisis uji Regresi Berganda. Adapun persamaan normal dari fungsi kepuasan nasabah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + b_5X_5 + e$$

Keterangan:

Y = Kepuasan Pelanggan

a = Konstanta

b1, b2, b3, b4, b5 = Koefisien regresi untuk setiap faktor kualitas produk

- X1 = Kualitas pelayanan *tangibles* (bukti langsung)
- X2= Kualitas pelayanan *responsiveness* (daya tanggap)
- X3 = Kualitas pelayanan *reliability* (kehandalan)
- X4 = Kualitas pelayanan *assurance* (jaminan)
- X5 = Kualitas pelayanan *emphaty* (empati)
- e = Residual atau Prediction error

Menurut Purwadi (2000:109) skala likert banyak digunakan untuk mengukur *company image* atau *brand image*, karena skala ini mudah dibuat, bebas memasukkan pernyataan yang relevan, reliabilitas yang tinggi, dan aplikatif pada berbagai situasi. Analisa kualitatif digunakan untuk menjelaskan data secara deskriptif dan analisa kuantitatif digunakan untuk menjelaskan data yang diperoleh dari program analisa data yaitu SPSS (*Statistic Product and Service Solution*). Dari output ini akan dapat menunjukkan tingkat validitas, reliabilitas dan seberapa besar tingkat signifikan yang dihasilkan pada setiap dimensi

Hasil dan Pembahasan

Uji validitas adalah sebuah pengukuran terhadap data yang diolah dimana menunjukkan sejauh mana alat pengukur dapat mengukur apa yang ingin diukur. Dalam pengukutan data penelitian penulis menggunakan kuesioner yang telah disebarakan kepada pelanggan PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai Golongan Rumah Tangga Kecamatan Bukit Kecil yang terpilih menjadi responden. Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah kuesioner yang dibuat dapat diikutkan pada analisis berikutnya. Adapun teknik yang digunakan untuk uji validitas adalah dengan analisa item, dimana setiap nilai yang ada pada setiap butir pertanyaan untuk suatu variable dengan rumus *product moment* atau disebut dengan r tabel, dimana r hitung harus lebih besar dari r tabel yaitu sebesar 0,202 ($r \text{ hitung} > 0,202$) untuk semua item. Apabila r hitung lebih besar dari r tabel maka data dinyatakan valid dan kuesioner dapat digunakan dalam analisis berikutnya, r hitung sendiri bisa dilihat pada *Corrected Item – Total Correlation* pada hasil output SPSS. Berikut ini ditampilkan hasil uji validitas untuk setiap variabel.

Tabel 1.
Uji Validitas Terhadap Variabel Kualitas Layanan (X)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
X1.1	0,4521	0,202	Valid
X1.2	0,3864	0,202	Valid
X1.3	0,4257	0,202	Valid
X1.4	0,2170	0,202	Valid
X2.1	0,3875	0,202	Valid
X2.2	0,5155	0,202	Valid
X2.3	0,2563	0,202	Valid
X2.4	0,3452	0,202	Valid
X3.1	0,4272	0,202	Valid
X3.2	0,3399	0,202	Valid
X3.3	0,2120	0,202	Valid
X3.4	0,2822	0,202	Valid
X4.1	0,3394	0,202	Valid
X4.2	0,2508	0,202	Valid
X4.3	0,2251	0,202	Valid
X4.4	0,2647	0,202	Valid
X5.1	0,2345	0,202	Valid
X5.2	0,4210	0,202	Valid
X5.3	0,3866	0,202	Valid
X5.4	0,4286	0,202	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2011)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa hasil perhitungan kualitas pelayanan PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai Golongan Rumah Tangga Kecamatan Bukit Kecil pada setiap dimensi, yaitu: *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* memiliki r hitung yang lebih besar dari r tabel ($r \text{ hitung} > 0,202$), ini berarti bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju dengan pernyataan-pernyataan pada setiap dimensi kualitas pelayanan karena data pada kualitas layanan valid dan handal, sehingga kuesioer yang dipakai dapat diikuti pada analisis selanjutnya.

Tabel 2.
Uji Validitas Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Item	r hitung	r tabel	Keterangan
Y.1	0,3999	0,202	Valid
Y.2	0,6099	0,202	Valid
Y.3	0,5845	0,202	Valid
Y.4	0,5253	0,202	Valid
Y.5	0,5579	0,202	Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2011)

Berdasarkan tabel 2 diatas dapat dilihat bahwa hasil perhitungan kepuasan pelanggan PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai Golongan Rumah Tangga Kecamatan Bukit Kecil pada variable kepuasan memiliki r hitung yang lebih besar dari r tabel ($r \text{ hitung} > 0,202$), ini berarti bahwa sebagian besar responden menyatakan setuju dengan pernyataan-pernyataan pada variabel kepuasan pelanggan karena data pada kepuasan pelanggan dinyatakan valid dan handal, sehingga kuesioer yang dipakai dapat diikuti pada analisis selanjutnya.

Uji reliabilitas adalah alat ukur yang digunakan untuk memastikan instrumen tersebut merupakan alat yang akurat dan dapat dipercaya. Uji reliabilitas menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur dapat dipercaya atau diandalkan. Suatu alat ukur baru dapat dipercaya atau diandalkan apabila selalu didapat hasil yang konsisten dari gejala pengukuran yang tidak berubah yang dilakukan pada waktu yang berbeda-beda. Dalam melakukan uji reliabilitas dipergunakan perbandingan antara r alpha dengan r tabel. Jika r alpha lebih besar daripada r tabel ($r \text{ alpha} > 0,202$) maka semua variabel dinyatakan reliabel atau handal, r alpha sendiri bisa dilihat dari nilai alpha pada hasil output SPSS. Berikut ini ditampilkan hasil uji reliabilitas pada masing-masing variabel.

Tabel 3.
Hasil Uji Reliabilitas Pada Setiap Variabel Kualitas Layanan (X)
dan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	Item / Dimensi	Number of Item	Alpha	r _{tabel}	Keterangan
Kualitas Layanan	X1	4	0,5820	0.202	Reliabel
	X2	4	0,5909	0.202	Reliabel
	X3	4	0,5212	0.202	Reliabel
	X4	4	0,4686	0.202	Reliabel
	X5	4	0,5852	0.202	Reliabel
Kepuasan pelanggan	Y	5	0,7630	0.202	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2011)

Pada tabel 3 diatas dapat dilihat bahwa r alpha dari semua variabel adalah positif dan lebih besar dari r tabel. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semua variabel kualitas layanan dan variabel kepuasan pelanggan dinyatakan handal atau reliabel.

Pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan ini berpengaruh sangat besar yang mana pelanggan menilai seberapa baik layanan yang diterima dengan membandingkan dengan apa yang diharapkan atau yang diinginkan dari kebutuhan pelanggan tersebut. Keberhasilan dalam memberikan layanan yang prima kepada pelanggannya akan menimbulkan

pandangan yang baik dari pelanggan tersebut terhadap masing-masing perusahaan yang memberikan pelayanan secara baik. Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai Golongan Rumah Tangga Kecamatan Bukit Kecil dapat diukur dengan penilaian dari pelanggan itu sendiri dan mengetahui tingkat dari kepuasan pelanggannya. Upaya untuk mengetahui pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai Kecamatan Bukit Kecil dilakukan dengan melakukan Uji F (Uji secara Simultan atau Bersama) dan Uji T (Uji secara Parsial atau sendiri-sendiri).

Berikut ini peneliti akan menganalisis dan membahas pengaruh kualitas layanan dari lima dimensi yang ada terhadap kepuasan dari pelanggan PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai Golongan Rumah Tangga Kecamatan Bukit Kecil. Dengan melakukan uji f dengan variabel penelitian yang dikelompokkan menjadi variabel bebas (variabel independen) yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty*. Sedangkan untuk variabel terikat (variabel dependen) yaitu kepuasan pelanggan. Upaya untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan jasa terhadap kepuasan pelanggan maka akan dilihat dari hasil perhitungan SPSS dalam model summary, khususnya angka R square. Berdasarkan analisis data untuk variabel independen (variabel bebas) pengaruh kualitas pelayanan jasa dan variabel dependen (variabel terikat) kepuasan pelanggan, diperoleh hasil analisisnya sebagai berikut:

Tabel 4.
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std.Error of Estimate
1	.553	.306	.268	.487656

Sumber: Data Primer diolah 2011

Dari uji simultan (uji F) yang dapat dilihat dari dua tabel diatas, maka dapat disimpulkan sebagai berikut: Angka R sebesar 0.553 menunjukkan bahwa korelasi atau hubungan antara variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* yang merupakan variabel independen dengan kepuasan merupakan variabel dependen adalah kuat. Angka R Square atau koefisien determinasi adalah 0,306. Adjusted R Square yaitu 0,268. Hal ini berarti 30.6% variasi dari variabel dependen bisa dijelaskan oleh variabel independen, sedangkan sisanya 69.4% dijelaskan oleh variabel yang tidak dapat diteliti. Standar *Error of Estimate (SEE)* adalah 0,4876756. Makin kecil *SEE* akan membuat model semakin tepat memprediksi variabel dependen.

Upaya untuk mengetahui apakah model regresi di atas sudah benar atau salah, diperlukan uji hipotesis. Uji hipotesis menggunakan angka F sebagaimana tertera dalam tabel dibawah ini.

Tabel 5.
ANOVA(b)

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Regression	9.551	5	1.910	8.032	0.000 ^a
Residual	21.642	91	.238		
Total	31.193	96			

a Predictors: (Constant), X5, X1, X4, X2, X3

b Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer diolah 2011

Pengujian dapat dilakukan dengan dua cara. Pertama, dengan membandingkan besarnya angka F hitung dengan F tabel. Kedua, dengan membandingkan angka taraf signifikansi (sig) hasil perhitungan dengan taraf signifikansi 0,05 (5%). Menggunakan cara pertama atau membandingkan F hitung dengan F tabel. F hitung dari pengolahan SPSS diperoleh nilai

sebesar 8,032. Selanjutnya menghitung F tabel dengan ketentuan sebagai berikut: taraf signifikansi 0,05 dan derajat kebebasan (DK) dengan ketentuan numerator: jumlah variabel – 1 atau 6-1 = 5, dan denominator: jumlah kasus – 2 atau 97-2 = 95. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka F tabel sebesar 2.70. Berdasarkan hasil perhitungan diperoleh angka F hitung sebesar 8,032 > 2.70. Artinya ada pengaruh antara variabel *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan. Menggunakan cara kedua atau membandingkan besarnya angka taraf signifikansi (sig) penelitian dengan taraf signifikans sebesar 0,05. berdasarkan perhitungan angka signifikansi sebesar 0,000 < 0,05. Artinya ada pengaruh antara variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan.

Analisa untuk melihat besarnya pengaruh variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan secara parsial atau uji sendiri-sendiri (uji T), sedangkan untuk melihat besarnya pengaruh digunakan angka Beta atau *Standardized Coefficient* dibawah ini:

Tabel 6.
Coefficients(a)

Model	Coefficient	Std.Error	Beta	t	Sig
(Constant)	.224	1.027		.218	.828
X1	.761	.135	.516	5.660	.000
X2	.022	.166	.013	.132	.895
X3	-.185	.168	-.111	-1.098	.275
X4	-.206	.163	-.121	-1.263	.210
X5	.394	.169	.241	2.339	.022

a Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data primer diolah 2011

Upaya untuk melihat apakah ada pengaruh *tangible* terhadap kepuasan pelanggan dilakukan langkah analisis sebagai berikut: Pertama: Menghitung besarnya angka t hitung, hasil penghitungan SPSS diperoleh angka t hitung sebesar 5,660. Kedua: Menghitung besarnya angka t tabel dengan ketentuan sebagai berikut: taraf signifikansi 0,05 dan Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan DK = n - 2 atau 97 - 2 = 95. Berdasarkan ketentuan tersebut diperoleh angka t tabel sebesar 1,985. Berdasarkan hasil penghitungan diperoleh angka t hitung sebesar 5,660 > 1,985. Artinya ada pengaruh antara variabel *tangibles* terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Upaya untuk melihat apakah ada pengaruh *reliability* terhadap kepuasan pelanggan dilakukan langkah analisis sebagai berikut: Pertama: Menghitung besarnya angka t hitung, hasil penghitungan SPSS diperoleh angka t hitung sebesar 0,132. Kedua: Menghitung besarnya angka t tabel dengan ketentuan sebagai berikut: taraf signifikansi 0,05 dan Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan DK = n - 2 atau 97 - 2 = 95. Berdasarkan ketentuan tersebut diperoleh angka t tabel sebesar 1,985. Berdasarkan hasil penghitungan diperoleh angka t hitung sebesar 0,132 < 1,985. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel *reliability* terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Upaya untuk melihat apakah ada pengaruh *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan dilakukan langkah analisis sebagai berikut: Pertama: Menghitung besarnya angka t hitung, hasil penghitungan SPSS diperoleh angka t hitung sebesar -1,098. Kedua: Menghitung besarnya angka t tabel dengan ketentuan sebagai berikut: taraf signifikansi 0,05 dan Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan DK = n - 2 atau 97 - 2 = 95. Berdasarkan ketentuan tersebut diperoleh angka t tabel sebesar 1,985. Berdasarkan hasil penghitungan diperoleh angka t hitung sebesar -1,098 < 1,985. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel *responsiveness* terhadap variabel kepuasan pelanggan. Upaya untuk melihat apakah ada pengaruh *assurance* terhadap kepuasan pelanggan dilakukan langkah analisis sebagai berikut: Pertama: Menghitung besarnya angka t

hitung, hasil penghitungan SPSS diperoleh angka t hitung sebesar -1,263. Kedua: Menghitung besarnya angka t tabel dengan ketentuan sebagai berikut: taraf signifikansi 0,05 dan Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan $DK = n - 2$ atau $97 - 2 = 95$. Berdasarkan ketentuan tersebut diperoleh angka t tabel sebesar 1,985. Berdasarkan hasil penghitungan diperoleh angka t hitung sebesar $-1,263 < 1,985$. Artinya tidak ada pengaruh antara variabel *assurance* terhadap variabel kepuasan pelanggan. Upaya untuk melihat apakah ada pengaruh *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan dilakukan langkah analisis sebagai berikut: Pertama: Menghitung besarnya angka t hitung, hasil penghitungan SPSS diperoleh angka t hitung sebesar 2,339. Kedua: Menghitung besarnya angka t tabel dengan ketentuan sebagai berikut: taraf signifikansi 0,05 dan Derajat Kebebasan (DK) dengan ketentuan $DK = n - 2$ atau $97 - 2 = 95$. Berdasarkan ketentuan tersebut diperoleh angka t tabel sebesar 1,985. Berdasarkan hasil penghitungan diperoleh angka t hitung sebesar $2,339 > 1,985$. Artinya ada pengaruh antara variabel *emphaty* terhadap variabel kepuasan pelanggan. Hasil dari analisis untuk mengetahui pengaruh variabel *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *emphaty* terhadap variabel kepuasan pelanggan, maka diperoleh persamaan regresi berganda sebagai berikut:

$$Y = 0,224 + 0,516 X1 + 0,013 X2 - 0,111 X3 - 0,121 X4 + 0,241 X5$$

Agar lebih mempertajam dan memperjelas terhadap apa yang telah dihasilkan dalam pengujian hipotesis yang ada maka perlu dilakukan pembahasan terhadap hasil analisisnya. Interpretasi terhadap koefisien regresi variabel bebas sangat penting, karena untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dimensi kualitas jasa, baik secara simultan maupun parsial terhadap kepuasan pelanggan PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai. Koefisien regresi dimensi *Tangibles* (X1) atau sebesar 0,516 mempunyai arti jika terjadi perubahan terhadap dimensi *tangible* sebesar 1 satuan dengan asumsi dimensi yang lain konstan, maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,516. Berdasarkan uji t yang dilakukan diperoleh nilai signifikansi t sebesar 0,000 sehingga dapat dikatakan bahwa *tangibles* sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai. Koefisien regresi dimensi *Reliability* (X2) atau sebesar 0,013 mempunyai arti jika terjadi perubahan terhadap dimensi *reliability* sebesar 1 satuan dengan asumsi dimensi yang lain konstan, maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,013. Berdasarkan uji t yang dilakukan diperoleh nilai signifikansi t sebesar 0,895 sehingga dapat dikatakan bahwa *reliability* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai.

Koefisien regresi dimensi *Responsiveness* (X3) atau sebesar -0,111 mempunyai arti jika terjadi perubahan terhadap dimensi *responsiveness* sebesar 1 satuan dengan asumsi dimensi yang lain konstan, maka kepuasan pelanggan akan mengalami penurunan sebesar -0,111. Berdasarkan uji t yang dilakukan diperoleh nilai signifikansi t sebesar 0,275 sehingga dapat dikatakan bahwa *responsiveness* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai. Koefisien regresi dimensi *Assurance* (X4) atau sebesar -0,121 mempunyai arti jika terjadi perubahan terhadap dimensi *assurance* sebesar 1 satuan dengan asumsi dimensi yang lain konstan, maka kepuasan pelanggan akan mengalami penurunan sebesar -0,121. Berdasarkan uji t yang dilakukan diperoleh nilai signifikansi t sebesar 0,210 sehingga dapat dikatakan bahwa *assurance* tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai. Koefisien regresi dimensi *Emphaty* (X5) atau sebesar 0,241 mempunyai arti jika terjadi perubahan terhadap dimensi *emphaty* sebesar 1 satuan dengan asumsi dimensi yang lain konstan, maka kepuasan pelanggan akan mengalami kenaikan sebesar 0,241. Berdasarkan uji t yang dilakukan diperoleh nilai signifikansi t sebesar 0,022 sehingga dapat dikatakan bahwa *emphaty* sangat berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai.

Kesimpulan dan saran

Berdasarkan hasil analisis bahwa variabel *tangibles* yang meliputi ruang tunggu yang besar, rapi, indah, serta nyaman sebesar 51,6%, dan *emphaty* yang meliputi rasa perhatian tanpa membedakan status sosial sebesar 24,1% memiliki nilai tinggi (tidak diharapkan) bagi pelanggan, artinya pelanggan merasa bahwa pelayanan yang diberikan sudah cukup baik dan pelanggan merasa puas dengan pelayanan tersebut. Kemudian pada variabel *reliability* meliputi prosedur administrasi yang mudah serta ketepatan waktu dan janji sebesar 1.3%, *responsiveness* meliputi daya tanggap dalam memberikan solusi terhadap masalah sebesar -11,1% dan *assurance* meliputi jaminan dalam menggunakan jasa PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai sebesar -12,1%, dari ketiga variabel tersebut memiliki angka kecil (sangat diharapkan) oleh pelanggan, artinya pelanggan belum puas dengan pelayanan yang diberikan dikarenakan adanya pelayanan yang buruk dan belum baik.

Berdasarkan pembahasan dan kesimpulan yang dikemukakan maka ada beberapa saran yang dapat diajukan yaitu: PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai Golongan Rumah Tangga Kecamatan Bukit Kecil harus lebih meningkatkan kualitas layanan yang memiliki persentase kecil yakni pada variabel *reliability* (kehandalan) yang meliputi prosedur administrasi, ketepatan waktu dalam pelayanan, kemampuan dalam memberikan solusi terhadap masalah, dan ketepatan janji, *responsiveness* (daya tanggap) meliputi tanggapan karyawan, kesigapan dan kemampuan dalam memberikan pelayanan, dan *assurance* (jaminan) meliputi pelanggan merasa aman dalam menggunakan jasa PT PLN (Persero) Cabang Palembang Rayon Rivai. Untuk dimensi yang telah memenuhi kepuasan pelanggan yakni dimensi *tangible* (bukti fisik) meliputi ruang tunggu yang besar, rapi, serta nyaman dan *emphaty* (empati) yang meliputi perhatian tanpa membedakan status pelanggan terus dijaga dan ditingkatkan agar pelanggan tetap merasa puas.

Daftar Pustaka

- Angipora, P. Marius. 1999. *Dasar-dasar Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, Suharsimi. 1989. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Bina Aksara.
- Hadi, Sutrisno. 2001. *Metodologi Research*. Yogyakarta: ANDI.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran 2 Edisi Milenium*. Jakarta: Prenhallindo.
- Lupiyoadi, Rambat. 2001. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Depok: Salemba Empat.
- Mursid, M. 1993. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nasution, M.N. 2004. *Manajemen Jasa Terpadu*.: Bogor: Ghalia Indonesia.
- Purwadi, Budi. 2000. *Riset Pemasaran Implementasi dalam Bauran Pemasaran*. Jakarta: Grasindo.
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: Alfabeta.
- Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: ANDI.
- Tjiptono, Fandy. 1999. *Perspektif Manajemen & Pemasaran Kontemporer*. Yogyakarta: ANDI.
- Umar, Husien. 2002. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Seponada, Firman. 2009. *Listrik Bukan Sekedar Setrum*. <http://politik.kompasiana.Com/2009/11/01/listrik-bukan-sekadar-setrum/> diakses tanggal 23 Maret 2011 di Palembang.