

**PENGARUH KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
LISTRIK PRABAYAR (LPB) PADA PT. PLN (PERSERO) S2JB
CABANG JAMBI**

Sugiharto

Dosen Sekolah Tinggi Agama Islam Mauizhah
Jl. Lintas Timur Jambi – Merlung Km. 91 Kabupaten Tanjabbar. Provinsi Jambi
Email : msi_sugiharto@yahoo.co.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis tentang Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan listrik Prabayar (LPB) pada PT. PLN (persero) S2JB Jambi. Metode analisisnya adalah analisis regresi untuk menguji kebenaran dari hipotesis. Penelitian ini menggunakan dua variabel yang terdiri dari satu variabel bebas yaitu X (Kualitas Layanan yang terdiri dari sub-variabel *Tangible* (X_1), sub-variabel *Reliability* (X_2), sub-variabel *Responsiveness* (X_3), sub-variabel *Assurance* (X_4) dan sub-variabel *Emphaty* (X_5)) dan satu variabel terikat yaitu Y (Kepuasan Pelanggan). Dengan batas kesalahan yang diinginkan adalah 10%. Karena itu dalam penelitian ini akan diambil sampel 98 orang dan seluruhnya berdomisili di Kota Jambi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan PT.PLN (Persero) S2JB Jambi berada pada tingkat cukup puas/ dan kualitas pelayanan listrik Prabayar PT. PLN (Persero) S2JB Jambi memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 53% dan sisanya 47% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti atau kualitas layanan yang terdiri dari sub-variabel *Tangible* (X_1), *Reliability* (X_2), *Responsiveness* (X_3), *Assurance* (X_4) dan *Emphaty* (X_5) memiliki pengaruh baik secara bersama-sama maupun secara parsial terhadap terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien korelasi dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,722, hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas layanan memiliki keerataan hubungan yang kuat terhadap variabel kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Listrik Prabayar, *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness*, *Assurance* dan *Emphaty*.

PENDAHULUAN

PT. PLN (Persero) merupakan salah satu Perusahaan Milik Negara yang memberikan pelayanan kepada calon pelanggan dan masyarakat dalam penyediaan jasa yang berhubungan dengan penjualan tenaga listrik satu-satunya di Indonesia. Peningkatan kebutuhan listrik melonjak dengan tinggi dan cepat, khususnya kebutuhan bagi industri dan diiringi pula dengan standar tingkat kepuasan masyarakat

menjadi lebih tinggi lagi sebagai akibat dari meningkatnya pendapatan masyarakat yang maju dan modern.

Dalam melakukan kegiatannya, PT. PLN (Persero) sebagai perusahaan penyalur tenaga listrik utama di Indonesia dari pelosok desa hingga ke kota besar yang didasari Instruksi Menteri Pertambangan dan Energi nomor : 1800/09/M.DJL/89 tanggal 25 Mei 1989 dan program Listrik Prabayar (LPB) yang diterbitkan oleh PT. PLN sejak tanggal 9 Maret 2007 sesuai

surat No.173/160/DJBB/2007 yang menginstruksikan kepada seluruh jajaran PT. PLN (Persero) untuk melakukan langkah - langkah peningkatan efisiensi, mutu pelayanan dan keandalan penyediaan tenaga listrik bagi masyarakat diantaranya pelayanan pemasangan listrik baru, penyediaan lampu penerangan jalan, penambahan daya listrik, dan layanan gangguan.

Kedudukan perusahaan merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang dulunya Perum menjadi Persero, bergerak dalam bidang ketenagalistrikan dengan fasilitas atau asset yang lengkap untuk menunjang kenyamanan karyawan dalam melakukan

aktivitas rutin yang dilakukan di kantor. Berdasarkan keputusan Direksi PT. PLN (Persero) Nomor : 001.K/030/DIR/1994 merupakan pengalihan bentuk dan hukum perusahaan dari Perusahaan Umum (Perum) PLN menjadi Perseroan yang berlaku terhitung mulai tanggal 1 Agustus 1994. Saat ini Jumlah keseluruhan pelanggan PT. PLN (Persero) Wilayah Sumatera Selatan, Jambi, Bengkulu (S2JB) Cabang Jambi mencapai 610.620 Pelanggan ditahun 2013 dengan Jumlah Pelanggan listrik prabayar (LPB) atau listrik pintar PT PLN. S2JB Cabang Jambi adalah 98.827 pelanggan.

Tabel 1. Jumlah Pelanggan PT. PLN S2JB Cabang Jambi

No	Tahun	Pelanggan						Jumlah
		R.Tangga	Bisnis	Sosial	Pemerintah	Indstri	P.Jalan	
1	2009	156.789	14.092	3.869	1.127	129	498	215.504
2	2010	222.796	15.941	4.061	1.295	135	531	244.757
3	2011	258.184	17.735	4.654	1.406	135	614	282.728
4	2012	464.862	28.127	9.988	2.374	164	961	506.836
5	2013	564.987	31.897	9.987	2.564	198	1.987	610.620

Sumber : PT. PLN S2JB Cabang Jambi (2014)

Selama ini konsumen mendapatkan layanan listrik paskabayar bulanan, pelanggan harus membayar tagihan bulanan pada batas waktu tertentu. Ditambah setiap bulan PLN harus mencatat meter, menghitung, menagih, dan memutuskan sambungan listrik jika konsumen terlambat membayar. Bila dibandingkan dengan pengguna layanan paskabayar selama ini, pelanggan relatif tidak leluasa untuk mengetahui berapa besar energi listrik yang telah dikonsumsi, terkadang tagihan tidak sesuai dengan pemakaian.

Dengan menggunakan listrik prabayar pelanggan mendapatkan banyak manfaat seperti: kemudahan memantau pemakaian listrik, pelanggan dapat mendisiplinkan diri sendiri untuk menggunakan listrik sesuai dengan anggaran belanja, pelanggan dengan mudah mengendalikan anggaran pemakaian listrik sehingga akan terhindar dari pemborosan, melakukan kontrol penggunaan listrik, merubah perilaku hemat energi dan privasi terjaga, tidak akan didatangi oleh petugas karena menunggak, dan tidak ada kesalahan baca meteran.

Tabel 2. Daftar Pengaduan Gangguan Meteran Listrik Prabayar (LPB) PT.PLN (Persero) UPJ Jambi Tahun 2014

No	Bulan	Jumlah Pengaduan
1	Januari	88 kali
2	Februari	76 kali
3	Maret	86 kali
4	April	89 kali
5	Mei	97 kali
6	Juni	98 kali
7	Juli	112 kali
8	Agustus	99 kali
9	September	123 kali
10	Oktober	116 kali
11	Nopember	132 kali
12	Desember	129 kali

Sumber: PT. PLN (Persero) S2JB Cabang Jambi (2014)

Berdasarkan fakta tersebut diatas, penulis tertarik untuk mengkaji lebih lanjut mengenai pelaksanaan Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Listrik Prabayar (LPB) Pada PT. PLN (Persero) S2JB Cabang Jambi. Dari latar belakang masalah yang penulis kemukakan tersebut maka rumusan masalah penelitian ini adalah Bagaimana Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan listrik prabayar (LPB) pada PT. PLN (persero) S2JB Cabang Jambi?

METODE PENELITIAN

Jenis dan Sumber Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data Sekunder. Data primer adalah data asli yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti untuk menjawab masalah penelitiannya secara khusus (Sunyoto, 2011:22). Data sekunder adalah data yang bersumber dari catatan yang ada dalam perusahaan dan dari sumber lainnya yaitu dengan cara studi kepustakaan dengan mempelajari buku-buku yang ada hubungannya dengan

penelitian (Suyonto, 2011:23). Sumber data adalah PT. PLN (persero) S2JB Cabang Jambi.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah 34.827 orang, dan Penarikan sampel yaitu pelanggan PLB PT PLN S2JB Cabang Jambi.

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

$$n = \frac{34.827}{1 + 34.827 (0,1)^2} = 98$$

Dimana :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi pada pelanggan di tahun 2014 sebesar 34.827 pelanggan

e = persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat diolerir atau diinginkan, sebanyak 10% atau 0,1.

Dengan batas kesalahan yang diinginkan adalah 10%. Karena itu dalam penelitian ini akan diambil

sampel 98 orang responden yang seluruhnya berdomisili di Kota Jambi.

Tehnik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data primer digunakan angket atau daftar pertanyaan yang disebar kepada 98 responden yang dijadikan sampel penelitian. Adapun alternatif jawaban kuesioner yang diajukan kepada responden menggunakan skala likert sebagai berikut : SS (Sangat Setuju) nilai skor 5, S (Setuju) nilai skor 4, R (Ragu-ragu) nilai skor 3, TS (Tidak Setuju) nilai skor 2 dan STS (Sangat Tidak Setuju) nilai skor 1.

Metode Analisis

Untuk mengetahui besaran pengaruh antara variabel bebas terhadap variabel terikat maka digunakan metode analisis regresi dimana kualitas layanan sebagai variabel bebas (X_n) dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat (Y). Selanjutnya dilakukan pengujian hipotesis baik secara simultan (uji-F) maupun secara parsial (uji-t). Bentuk formulasi regresinya adalah :

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + b_3 X_3 + b_4 X_4 + b_5 X_5 + e$$

Dimana :

Y = variabel Kepuasan Pelanggan

a = konstanta

$b_{1,2,3,4,5}$ = koefisien regresi dari masing-masing sub-variabel kualitas layanan

X_1 = sub-variabel *Tangible*

X_2 = sub-variabel *Reliability*

X_3 = sub-variabel *Responsiveness*

X_4 = sub-variabel *Assurance*

X_5 = sub-variabel *Emphaty*

e = error

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Responden

Dari 98 orang responden yang dijadikan sampel penelitian ini, maka secara rinci jumlah responden (pelanggan listrik Prabayar) adalah :

- Berdasarkan Jenis Kelamin : Laki-laki 58 orang (59,18%), perempuan 40 orang (40,82%).
- Berdasarkan Usia : 15-25 tahun 18 orang (18,37%), 26-36 tahun 33 (33,67%), diatas 36 tahun 47 orang (47,96%).
- Berdasarkan Pendidikan Terakhir : SLTP 17 orang (17,35%), SLTA 40 orang (40,82%), Diploma 13 orang (13,27%) dan Sarjana 28 orang (28,57%).
- Berdasarkan Pekerjaan : Pelajar/Mahasiswa 11 Orang (11,22%), PNS 15 orang (15,31%), Karyawan 42 orang (41,86%) dan Wiraswata 22 orang (22,45%).

Tanggapan Responden

1. Variabel Kualitas Pelayanan

Berdasarkan jawaban responden yang diperoleh dari penyebaran kuesiner kepada 98 orang, diperoleh tanggapan responden atas pertanyaan/pernyataan yang diajukan yang secara lengkap tersaji pada sajian tabel berikut :

Tabel 3. Tanggapan Responden
 Tingkat Kemampuan Fasilitas yang Tersedia

No.	Variabel/sub-variabel	Indikator dan dimensi	Frekuensi					Nilai Indeks
			SS	S	R	TS	STS	
1	Kualitas Layanan (Xn) :							
		<i>Tangible</i> (X ₁)						
		Tingkat Kemampuan Fasilitas yang Tersedia	26	69	3	0	0	415
		Tingkat Keterjangkauan Lokasi	19	76	2	1	0	407
		Tingkat Kerapihan Penampilan Pegawai	17	69	12	0	0	397
							1.219	
	<i>Reliability</i> (X ₂)	Tingkat Ketepatan Waktu pelayanan	7	58	23	8	2	354
		Tingkat Kecepatan Penanganan Keluhan Pelanggan	6	19	25	42	6	284
		Tingkat Kemudahan Prosedur Pelayanan	3	12	21	49	13	237
							875	
	<i>Responsiveness</i> (X ₃)	Tingkat Keprofesionalan	4	8	26	57	3	247
		Tingkat Kesiapan Mendengarkan Keluhan dan Saran Pelanggan	5	18	16	54	5	253
		Tingkat Kesigapan Pelayanan	1	12	20	55	10	233
							753	
	<i>Assurance</i> (X ₄)	Tingkat Kredibilitas	9	24	56	8	1	326
		Tingkat Kejelasan Bahasa yang Digunakan	19	52	22	4	1	378
		Jaminan Keamanan	11	54	22	9	2	357
							1.061	
	<i>Emphaty</i> (X ₅)	Tingkat Perhatian	20	61	14	2	1	391
		Tingkat Pengertian Pegawai Atas Keluhan Pelanggan	12	23	20	41	2	296
Tingkat Keramahan		23	51	22	2	0	389	
						1.076		
Total indeks							4.984	
Rata-rata Indeks							996,8	
2	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan Pelanggan Pada Ketersediaan Fasilitas	20	56	21	1	0	389

	Pendukung						
	Kepuasan Pelanggan Pada Keterjangkauan Lokasi	18	54	25	1	0	383
	Kepuasan Pelanggan Pada Kerapihan Penampilan	24	61	12	1	0	402
	Kepuasan Pelanggan Pada Ketepatan waktu Pelayanan	10	54	28	5	0	365
	Kepuasan Pelanggan Pada Kecepatan Penanganan Keluhan	9	21	18	47	3	327
	Kepuasan Pelanggan Pada Kesigapan Melayani	0	16	17	54	11	298
	Kepuasan Pelanggan Pada Profesionalisme Pelayanan	4	8	26	57	3	247
	Kepuasan Pelanggan Pada Kesiediaan Mendengarkan Keluhan	5	18	16	54	5	258
	Kepuasan Pelanggan Pada Kesigapan Melayani	1	12	20	55	10	233
	Kepuasan Pelanggan Pada Kredibilitas Pegawai	9	24	56	8	1	326
	Kepuasan Pelanggan Pada Kemudahan Bahasa	19	52	22	4	1	378
	Kepuasan Pelanggan Pada Jaminan Keamanan	11	54	22	9	2	357
	Kepuasan Pelanggan Pada Perhatian Petugas	20	61	14	2	1	389
	Kepuasan Pelanggan Pada Pengertian Petugas	12	23	20	41	2	296
	Kepuasan Pelanggan Pada Keramahan Petugas	23	51	22	2	0	389
	Total indeks						4.973
	Rata-rata Indeks						

Sumber : Hasil kuisisioner penelitian yang diolah (2014)

Keterangan : SS (sangat setuju), S (setuju), R (Ragu-ragu), TS (tidak setuju) dan STS (sangat tidak setuju)

Hasil tanggapan pelanggan mengenai variabel dan sub-variabel dapat diketahui dengan alat bantu perhitungan tabel kontinum dimana nilai indeks minimum, indeks maksimum, interval dan jarak interval

diketahui untuk dasar penentuan nilai skor dan predikat sebagai berikut :

- a. 294 – 529,2 = Sangat Tidak Baik
- b. 529,3 - 764,5 = Tidak Baik
- c. 764,6 - 999,8 = Cukup Baik
- d. 999,9 - 1235,1 = Baik
- e. 1235,1 - 1470 = Sangat Baik

Berdasarkan tabel 3 diatas diketahui nilai skor dan predikat masing-masing variabel dan sub-variabel Kualitas Layanan (X_n) adalah sebagai berikut :

- a. Predikat sub-variabel *Tangibel* (X_1) dengan total nilai skor 1.219 adalah baik.
- b. Predikat sub-variabel *Reability* (X_2) dengan total nilai skor 875 adalah cukup baik.
- c. Predikat sub-variabel *Resposiveness* (X_3) total nilai skor 753 adalah tidak baik.
- d. Predikat sub-variabel *Assurancel* (X_4) dengan total nilai skor 1.061 adalah baik.
- e. Predikat sub-variabel *Emphaty* (X_5) dengan total nilai skor 1.076 adalah baik.

Predikat rata-rata Kualitas Layanan (X_n) adalah total indeks $4.984/5 = 996,8$ adalah **cukup baik**. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan secara keseluruhan sudah dipersepsikan cukup baik oleh para pelanggan.

Selanjutnya tabel 3 juga menunjukkan skor variabel (Y) untuk kepuasan pelanggan yang dilihat dari 5 indikator (*Tangibel, Reliability, responsiveness, Assurance dan Emphaty*) dengan 15 pernyataan dari 98 responden dengan skor variabel (Y) untuk kepuasan pelanggan :

- a. Indeks Minimum : $1 \times 15 \times 98 = 1470$
- b. Indeks Maksimum : $5 \times 15 \times 98 = 7350$
- c. Interval : $7350 - 1470 = 5880$
- d. Jarak Interval : $5880 : 5 = 1176$

Setelah didapat Nilai indeks minimum, indeks maksimum, interval dan jarak interval diketahui, langkah berikutnya yaitu mencari nilai skor variabel (Y) yang hasilnya kemudian diinterpretasikan .

- a. Tidak Puas = 1470 – 2646
- b. Kurang Puas = 2647 – 3823
- c. Cukup Puas = 3824 - 5000
- d. Puas = 5001 - 6177
- e. Sangat Puas = 6178 - 7350

Berdasarkan tabel 3 diketahui bahwa untuk variabel kepuasan pelanggan berada pada tabel kontinum cukup puas dengan nilai skor **4.973**. Hal ini menunjukkan bahwa variabel kepuasan pelanggan secara keseluruhan sudah dipersepsikan **cukup puas** oleh para pelanggan.PLN (Persero) S2JB Jambi.

2. Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Sesuai dengan tujuan penelitian untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) S2JB Jambi maka penulis menggunakan pengujian statistik yang terdiri dari Uji Asumsi Klasik, Analisis Regresi Berganda, Analisis Korelasi Berganda, Uji F, Uji T, Analisis Koefisien Determinasi dan Koefisien Determinasi Parsial.

a. Uji Validitas

Untuk mencari nilai validitas dari sebuah item maka peneliti mengkorelasikan skor dari setiap item pertanyaan dengan total skor item-item dari variabel atau pertanyaan tersebut. Apabila nilai korelasi diatas 0,3 maka dikatakan bahwa item tersebut memberikan tingkat validitas yang cukup, sebaliknya apabila nilai korelasi dibawah 0.3 maka dikatakan item tersebut kurang valid. Metode korelasi yang digunakan adalah *Pearson Product Moment*.

Tabel 4. Tingkat Validitas Variabel kuisioner Penelitian

Variabel	Item	r hitung	Kritis	Keterangan
<i>Tanggibel X1</i>	1	0,810	0,3	Valid
	2	0,800	0,3	Valid
	3	0,825	0,3	Valid
<i>Reliability</i>	1	0,664	0,3	Valid
	2	0,846	0,3	Valid
	3	0,823	0,3	Valid
<i>Responsiveness</i>	1	0,790	0,3	Valid
	2	0,836	0,3	Valid
	3	0,842	0,3	Valid
<i>Assurance</i>	1	0,623	0,3	Valid
	2	0,830	0,3	Valid
	3	0,857	0,3	Valid
<i>Emphaty</i>	1	0,797	0,3	Valid
	2	0,875	0,3	Valid
	3	0,796	0,3	Valid

Sumber: Hasil kuisioner penelitian yang diolah (2014)

Berdasarkan perhitungan semua item pertanyaan dikatakan valid, karena r hitung berada diatas r kritis yaitu 0,3, artinya alat ukur yang dipakai yaitu kuesioner, tepat dan berlaku untuk mengukur variabel yang diteliti.

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas digunakan untuk mengukur derajat konsistensi data dalam interval waktu tertentu.

Tabel 5. Tingkat Reliabilitas

Variabel	r hitung	Kritis	Keterangan
Tanggibel	0,721	0,6	Valid
Reliability	0,735	0,6	Valid
Responsiveness	0,732	0,6	Valid
Assurance	0,741	0,6	Valid
Emphaty	0,744	0,6	Valid
Kepuasan Konsumen	0,890	0,6	Valid

Sumber: Hasil kuisioner penelitian yang diolah (2014)

Berdasarkan perhitungan di atas dapat diketahui bahwa semua variable dengan berbagai item pertanyaan dikatakan reliable, karena memiliki nilai r hitung lebih besar dari pada r kritis, yaitu 0,6.

c. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk melihat apakah nilai residual terdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan *charts* normal P-Plots, seperti dibawah ini.

Tabel 6. Hasil Uji Normalitas

	N	Skewness		Kurtosis	
	Statistic	Statistic	Std. Error	Statistic	Std. Error
Unstandardized Residual	98	-.413	.241	.689	.478
Valid N (listwise)	98				

Nilai skewness $-0,413/0,241 = -1,713$ dan kurtosis $0,689/0,478 = 1,414$ karena nilai tersebut berada pada range -2 dan +2, maka disimpulkan bahwa data tersebut adalah berdistribusi normal.

2) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas digunakan untuk melihat ada tidaknya korelasi yang tinggi antara variabel-variabel bebas dalam suatu model regresi linier berganda. Uji multikolinearitas dapat dilakukan dengan melihat nilai

Variance Inflation Factor (VIF) atau *Tolerance Value*. Batas *Tolerance Value* adalah 0,1 dan VIF adalah 10. Hasil pengujian menunjukkan bahwa nilai VIF dibawah 10 dan *Tolerance Value* diatas 0,1 dengan demikian tidak terjadi multikolinearitas (lihat tabel 8).

3) Uji Autokorelasi

Penyimpangan autokorelasi dalam penelitian ini diuji dengan uji Durbin-Watson (DW-test). Berdasarkan output SPSS 17.0, hasil uji autokorelasi dapat dilihat pada table berikut ini :

Tabel 8. Hasil Uji Autokorelasi Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.722a	.521	.495	3.77816	.521	20.046	5	.92	.000	1.872

- a. Predictors: (Constant), Emphaty, Responsiveness, Tangible, Assurance, Reliability
 b. Dependent Variable: Kepuasan

Hasil uji autokorelasi diatas, menunjukkan bahwa nilai Durbin-Watson sebesar 1,872 sesuai dengan tabel Durbin-Watson bahwa pada

kisaran 1,786 sampai dengan 2,214 tidak ada autokorelasi.

d. Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil perhitungan analisis regresi ditampilkan pada tabel berikut :

Tabel 9. Coefficients (Persamaan Regresi)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.675	5.399		.496	.621					
Tangibel	1.412	.196	.536	7.205	.000	.480	.601	.520	.628	1.592
Reliability	.654	.275	.202	2.380	.019	.343	.241	.172	.949	1.054
Responsivine	.908	.340	.200	2.675	.009	.106	.269	.193	.956	1.046
Assurance	1.008	.418	.218	2.412	.018	.417	.244	.174	.738	1.356
Emphaty	.746	.269	.219	2.774	.007	.377	.278	.200	.811	1.233

- a. Dependent Variable: Kepuasan

Berdasarkan pada tabel di dapat persamaan regresi sebagai berikut :

$$Y = 2,675 + 1,412X_1 + 0,654X_2 + 0,908X_3 + 1,008X_4 + 0.746X_5. + e$$

Dari model regresi yang diperoleh dapat dijelaskan sebagai berikut :

- 1) Y (kepuasan pelanggan) = 2,675, apabila variabel bebas dianggap konstan atau tidak berubah.
- 2) Apabila terjadi kenaikan skor kualitas pelayanan *tangible* sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 1,412, jika variabel bebas lain dianggap konstan.
- 3) Apabila terjadi kenaikan skor *reliability* sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,654, jika variabel bebas lain dianggap konstan.
- 4) Apabila terjadi kenaikan skor *responsiveness* sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0,908, jika variabel bebas lain dianggap konstan.
- 5) Apabila terjadi kenaikan skor *assurance* sebesar satu satuan maka kepuasan konsumen akan meningkat sebesar 1,008, jika variabel bebas lain dianggap konstan.
- 6) Apabila terjadi kenaikan skor *emphaty* sebesar satu satuan maka kepuasan pelanggan akan meningkat sebesar 0.746, jika variabel bebas lain dianggap konstan

e. Analisis Korelasi Berganda

Analisis korelasi ganda digunakan untuk mengetahui seberapa besar derajat kekuatan hubungan dari kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan tabel diketahui bila nilai korelasi ganda yang didapatkan adalah sebesar 0.722. Nilai

tersebut menunjukkan bila kualitas pelayanan memiliki derajat kekuatan hubungan yang kuat terhadap kepuasan pelanggan, korelasi yang terjadi adalah korelasi positif yaitu berada diantara 0,60 – 0,799.

3. Uji Hipotesis

a. Uji-F (Simultan)

Uji-F merupakan uji hipotesis penelitian secara keseluruhan (simultan) yang digunakan untuk menguji apakah secara bersama-sama terdapat pengaruh variabel kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan table 8 di atas dapat diketahui bahwa nilai F hitung sebesar 20,046 atau F hitung > F tabel (20,046 > 2,31) dan nilai signifikansi F sebesar 0,000 < 0,05, ini berarti H_0 diterima, artinya bahwa kualitas layanan (X_n) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

a. Uji-t (Parsial)

Uji-t adalah analisis yang digunakan untuk mengetahui kebenaran dari sub-hipotesis penelitian. Pada tabel 9 diketahui bahwa secara parsial :

1) Variabel Tangibel (X1)

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel Tangibel (X1) terhadap Kepuasan pelanggan (Y) diperoleh nilai t hitung = 7.205 dengan tingkat signifikansi 1,98609. Berdasarkan hasil analisis tersebut diketahui bahwa H_0 diterima, artinya *tangible* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2) Variabel Reliability (X2)

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel Tngibel (X1) terhadap Kepuasan pelanggan (Y) diperoleh nilai t hitung = 2.380 dengan tingkat signifikansi 1,98609. Berdasarkan hasil analisis tersebut diketahui bahwa H_0 diterima, artinya *reliability* berpengaruh

signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3) Variabel Responsiveness (X3)

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel Tngibel (X1) terhadap Kepuasan pelanggan (Y) diperoleh nilai t hitung = 2.675 dengan tingkat signifikansi 1,98609. Berdasarkan hasil analisis tersebut diketahui bahwa Ha diterima, artinya *reponsiveness* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

4) Variabel Assurances (X4)

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel Tngibel (X1) terhadap Kepuasan pelanggan (Y) diperoleh nilai t hitung = 2.412 dengan tingkat signifikansi 1,98609. Berdasarkan hasil analisis tersebut diketahui bahwa Ha diterima, artinya *assurance* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

5) Variabel Emphaty (X5)

Hasil pengujian dengan SPSS untuk variabel Tngibel (X1) terhadap Kepuasan pelanggan (Y) diperoleh nilai t hitung = 2.774 dengan tingkat signifikansi 1,98609. Berdasarkan hasil analisis tersebut diketahui bahwa Ha diterima, artinya *emphaty* berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan data yang didapatkan dari ke 5 sub variabel yang didapatkan diketahui jika *tangible*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* pada kualitas pelayanan listrik prabayar PT. PLN S2JB Jambi memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Nilai Koefisien Determinasi

Nilai Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kualitas pelayanan listrik prabayar PT. PLN (Persero) S2JB Jambi mampu menjelaskan keberadaan kepuasan pelanggan.

Tabel 10. Nilai Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.722a	.521	.495	3.77816	.521	20.046	5	.92	.000	1.872

Nilai Koefisien Determinasi yang didapatkan adalah sebesar 0,521. Nilai tersebut mengidentifikasi bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan sebesar 52,1%, sedangkan sisanya sebesar 47,9% lainnya diberikan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan di dalam penelitian ini.

Penelitian ini menemukan bahwa kualitas layanan yang terdiri dari variabel *Tangible* (X1), *Reliability* (X2), *Responsiveness* (X3), *Assurance* (X4) dan *Emphaty* (X5) memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap kepuasan pelanggan.

begitupun secara parsial. Nilai koefisien korelasi dalam penelitian ini yaitu sebesar 0,722, hal ini menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan memiliki keerataan hubungan yang kuat terhadap variabel kepuasan pelanggan.

KESIMPULAN

Setelah mengadakan penelitian untuk mengetahui pengaruh yang diberikan kualitas layanan listrik prabayar PT. PLN (Persero) S2JB Jambi terhadap kepuasan pelanggan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

- a. Berdasarkan hasil intepretasi tabel kontinum menunjukkan bahwa tingkat kepuasan pelanggan PT.PLN (Persero) S2JB Jambi berada pada tingkat cukup puas.
- b. Berdasarkan analisis statistik diketahui bahwa kualitas pelayanan listrik prabayar memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) S2JB Jambi sebesar 53% dan sisanya 47% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti, sedangkan hasil pengaruh secara individual (parsial) dapat diketahui pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan yaitu variabel Tangible (X1) sebesar 27,09%, dan pengaruh paling kecil yaitu variabel Responsiveness (X3) sebesar 2,92%.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad, Tohardi, 2002, *Manajemen Sumberdaya Manusia*, Cetakan Pertama, Mandar Maju, Bandung.
- Armstrong, Gary, 2011, *Marketing an Introduction*, Tenth Edition, Publishing as Prentice Hall.
- Hasan, Ali, 2009, *Marketing*, Edisi Baru, Med Press, Yogyakarta
- Kotler Keller, 2012, *Marketing Management*, 14th edition, Pearson Education, Publishing as Prentice Hall.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary, 2008, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Alihbahasa oleh Bob Sabran, Erlangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan A.Hamdani, (2006), *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Kedua, salemba Empat, Jakarta.
- Sugiyono, (2009), *Metodologi Penelitian Bisnis*, Edisi Kesepuluh, Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy, (2008), *Strategi Pemasaran*, Edisi Pertama, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, (2008), *Strategi Pemasaran*, Edisi Ketiga, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius, (2007), *Service, Quality & Satisfaction*, Edisi 2, Penerbit Andi, Yogyakarta..
- Wijaya, Tony, (2010), *Manajemen Kualitas Jasa*, Edisi Pertama, Indeks, Jakarta.
- Husein Umar, (2004) *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*, Edisi Ketujuh, Rajawali Pers, Jakarta.