

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN LISTRIK PRABAYAR DALAM PERSPEKTIF
EKONOMI ISLAM PADA PT. PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA UNIT LAYANAN
MERDUATI BANDA ACEH**



Disusun Oleh :

**NELLY FITRIA
NIM. 160602228**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR - RANIRY
BANDA ACEH
2020 M / 1441 H**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di di bawah ini

Nama : Nelly Fitria
NIM : 160602228
Program Studi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan skripsi ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.*
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.*
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.*
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.*
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.*

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 13 Agustus 2020

Yang Menyatakan



Nelly Fitria

PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Listrik Prabayar Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT. Perusahaan Listrik Negara Unit Layanan Merduati Banda Aceh

Disusun Oleh:

Nelly Fitria
NIM. 160602228

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian studi pada Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I



Dr. Zaki Fuad, M.Ag

NIP. 196903141992031003

Pembimbing II



Fakhurrrazi Amir, SE., MM

NIP.199206142019032039

جامعة الرانيري

AR-RANIRY

Mengetahui

Ketua Prodi Ekonomi Syariah



Dr. Nilam Sari, M.Ag

NIP. 197103172008012007

PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Listrik Prabayar Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT. Perusahaan Listrik Negara Unit Layanan Merduati Banda Aceh

Nelly Fitria
Nim. 160602228

Telah Disidangkan oleh Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam Bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: Selasa, 8 Desember 2020
23 Rabiul Akhir 1442 H

Banda Aceh
Dewan Penguji Sidang Skripsi

Ketua

Dr. Zaki Fuad, M.Ag
NIP. 196903141992031003

Sekretaris

Fakhurrrazi Amir, SE., MM
NIP. 199206142019032039

Penguji I

Dr. Hamdi Harmen, SE., MM
NIP. 198307092014032002

Penguji II

Hafiih Maulana, SP., S.H.I., M.E.
NIDN. 2006019002

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Ar-Raniry Banda Aceh,

Dr. Zaki Fuad, M.A.
NIP. 196403141992031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
Telp. 0651-7552921, 7551857, Fax. 0651-7552922
Web:www.library.ar-raniry.ac.id, Email:library@ar-raniry.ac.id

KARYA ILMIAH MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Nelly Fitria
NIM : 160602228
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
E-mail : nellyfitria1998@gmail.com

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

Tugas Akhir KKU Skripsi

Yang berjudul:

Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Listrik Prabayar Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT. Perusahaan Listrik Negara Unit Layanan Merduati Banda Aceh

Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh
Pada tanggal : 8 Desember 2020

Mengetahui,

Penulis

Nelly Fitria
NIM: 160602228

Pembimbing I

Dr. Zaki Fuad M.Ag
NIP. 196903141992031003

Pembimbing II

Fakhurrizi Amir, SE., MM
NIP. 199206142019032039

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan Tugas Akhir yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Listrik Prabayar Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT. Perusahaan Listrik Negara Unit Layanan Merduati Banda Aceh”**. Shalawat serta salam selalu tercurahkan kepada Rasulullah Muhammad SAW, keluarga, sahabat, serta seluruh pengikutnya.

Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulis telah berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan yang ada agar skripsi ini dapat tersusun sesuai harapan. Sesuai dengan fitrahnya, manusia diciptakan Allah sebagai makhluk yang tidak luput dari kesalahan dan kekhilafan, maka dalam skripsi yang penulis susun ini belum mencapai tahap kesempurnaan.

Alhamdulillah skripsi ini telah selesai, tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara moril maupun secara materil. Penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

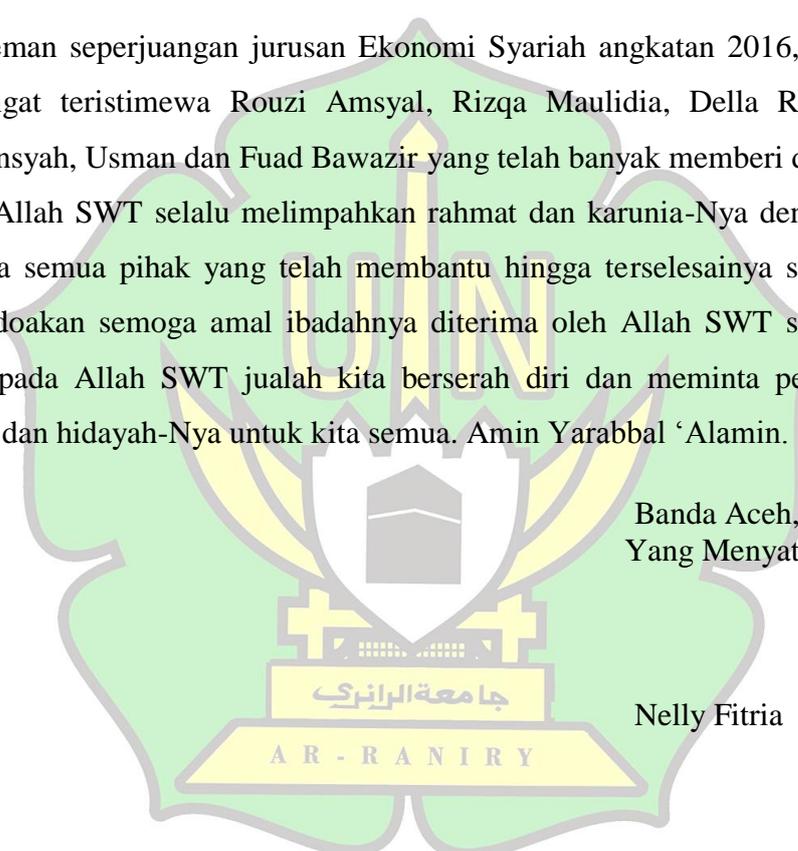
1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry, Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Wakil Dekan I, Dr. Muhammad Zuhilmi, S.Ag., MA selaku Wakil Dekan II dan Dr. Analiansyah, MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nilam Sari, Lc., M.Ag selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Cut Dian Fitri, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah.
3. Muhammad Arifin, Ph. D dan Rina Desiana, ME selaku ketua Laboratorium dan Dosen Staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku pembimbing I dan Fakhurulrazi Amir, SE.,MM selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pemikirannya dalam membimbing penulis.
5. Prof. Dr. Nazaruddin A. Wahid, MA selaku Penasehat Akademik (PA) penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah Segenap Dosen dan staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu kepada penulis.

6. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, yang telah berkenan memberi kesempatan, membina, serta memberikan kemudahan kepada penulis dalam menimba ilmu pengetahuan sejak awal kuliah sampai dengan penyelesaian skripsi ini.
7. Seluruh staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, atas kesabaran dalam memberikan pelayanan.
8. Orang tua yang sangat penulis cintai, Bapak Ibrahim dan Ibu Mardiana, yang selalu mendo'akan dan memberikan semangat serta dorongan kepada penulis hingga skripsi ini selesai.
9. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2016, dan untuk teman yang sangat istimewa Rouzi Amsyal, Rizqa Maulidia, Della Rizki Putri, Luthfi Maulidiansyah, Usman dan Fuad Bawazir yang telah banyak memberi dukungan.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dengan balasan yang tiada tara kepada semua pihak yang telah membantu hingga terselesainya skripsi ini. Penulis hanya bisa mendoakan semoga amal ibadahnya diterima oleh Allah SWT sebagai amal yang mulia. Maka kepada Allah SWT jualah kita berserah diri dan meminta pertolongan, seraya memohon taufiq dan hidayah-Nya untuk kita semua. Amin Yarabbal 'Alamin.

Banda Aceh, 8 Desember 2020
Yang Menyatakan

Nelly Fitria



TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543b/u/1987

1. Konsonan

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	H	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	Z	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	ه	H
13	ش	Sy	28	ء	’
14	ص	Ṣ	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
َ	<i>Fatḥah</i>	A
ِ	<i>Kasrah</i>	I
ُ	<i>Dammah</i>	U

b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
َ ي	<i>Fatḥah dan ya</i>	Ai
َ و	<i>Fatḥah dan wau</i>	Au

Contoh:

Kaifa : كيف
Haula : هول

3. *Maddah*

Maddah atau vocal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan Tanda
َ ي / آ	<i>Fatḥah dan alif</i> atau ya	Ā
ِ ي	<i>Kasrah dan ya</i>	Ī
ُ ي	<i>Dammah dan wau</i>	Ū

Contoh:

qāla : قَالَ
ramā : رَمَى
qāila : قِيلَ
yaqūlu : يَقُولُ

4. Ta *Marbutah* (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

rauḍah al-atfāl/ raudatulatfāl : رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ

al-Madīnah al-Munawwarah / : الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةُ

al-Madīnatul Munawwarah

Talḥah : طَلْحَةَ

Catatan:

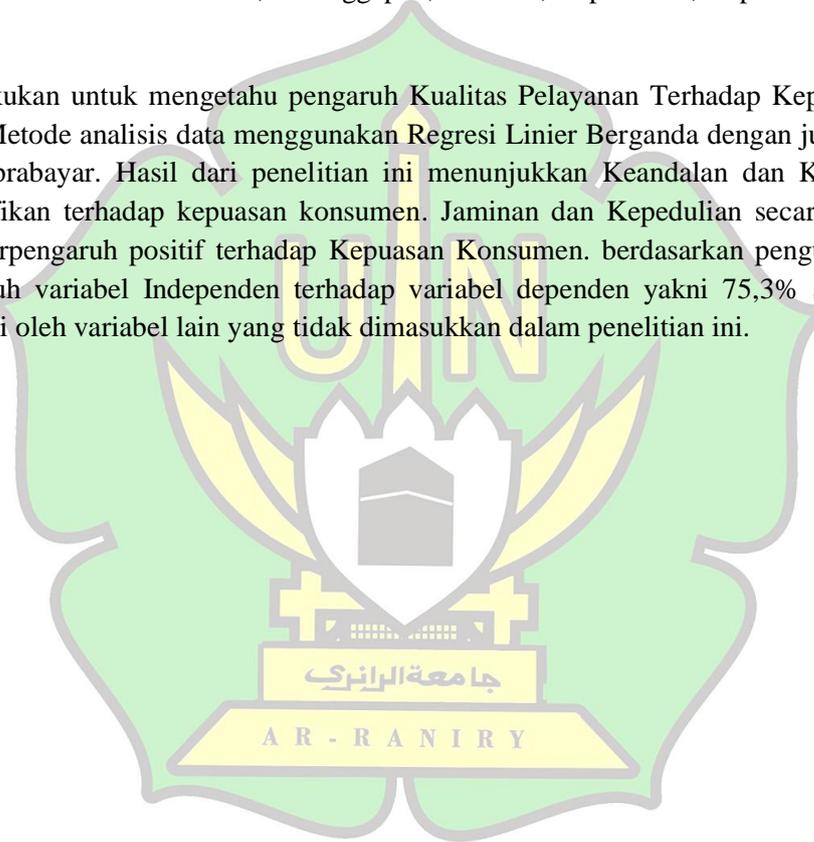
Modifikasi

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpatransliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.
2. Nama Negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.

ABSTRAK

Nama : Nelly Fitria
NIM : 160602228
Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ Ekonomi Syariah
Judul : Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Listrik Prabayar Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT. Perusahaan Listrik Negara Unit Layanan Merduati Banda Aceh
Pembimbing I : Dr. Zaki Fuad, M.Ag
Pembimbing II : Fakhrulrazi Amir, SE.,MM
Kata Kunci : Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, Kepedulian, Kepuasan Konsumen.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Listrik Prabayar. Metode analisis data menggunakan Regresi Linier Berganda dengan jumlah sampel 100 konsumen listrik prabayar. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Keandalan dan Ketanggapan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen. Jaminan dan Kepedulian secara parsial maupun secara simultan berpengaruh positif terhadap Kepuasan Konsumen. berdasarkan pengujian Determinasi (R^2) besar pengaruh variabel Independen terhadap variabel dependen yakni 75,3% sedangkan 24,7% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.



DAFTAR ISI

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....	i
PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	ii
PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI.....	iii
PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN.....	vii
ABSTRAK.....	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	8
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II : TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1 Konsep Pelayanan.....	10
2.1.1 Pengertian Pelayanan.....	10
2.1.2 Kualitas Pelayanan.....	11
2.1.3 Pelayanan dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	13
2.1.4 Dimensi Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Ekonomi Islam.....	15
2.2 Konsep Kepuasan Konsumen.....	18
2.2.1 Pengertian Kepuasan konsumen.....	18
2.2.2 Teori Kepuasan.....	19
2.2.3 Mengukur Kepuasan Pelanggan.....	19
2.3 Kerangka Pemikiran.....	20
2.4 Hipotesis.....	21
2.5 Penelitian Terkait.....	22
BAB III : METODOLOGI PENELITIAN.....	27
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	27

3.2 Sumber Data.....	27
3.3 Populasi dan Sampel	28
3.4 Teknik Pengumpulan Data	29
3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian	29
3.6 Tahap Pengolahan Data	35
3.7 Uji Instrumen Penelitian.....	36
3.7.1 Uji Kualitas Data.....	36
3.7.2 Uji Hipotesis.....	36
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	38
4.1 Gambaran Umum PT. PLN Layanan Merduati	38
4.1.1 Visi dan Misi PT. PLN Layanan Merduati	38
4.2 Karakteristik Responden.....	39
4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
4.2.2 Responden Berdasarkan Usia.....	39
4.2.3 Responden Berdasarkan Pendidikan	40
4.3 Metode Analisis Data.....	40
4.3.1 Uji Validitas	40
4.3.2 Uji Reabilitas.....	41
4.3.3 Uji Asusmsi Klasik.....	42
4.4 Analisis Regresi Sederhana.....	45
4.5 Deskriptif Data Penelitian	46
4.6 Pengujian Hipotesis	50
4.7 Pembahasan.....	51
4.7.1 Pengujian Secara Parsial	51
4.7.2 Pengujian Secara Simultan.....	52
4.7.3 Koefisien Determinasi (R^2).....	53
BAB V : PENUTUP	54
5.1 Kesimpulan.....	54
5.2 Saran.....	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	58

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran	21
Gambar 4.1 Grafik Normal P-Plot.....	43
Gambar 4.2 Grafik Histogram	43
Gambar 4.3 Grafik <i>Scatterplot</i>	44
Gambar 4.4 Konsep Pemikiran Teoritis Setelah Penelitian	51

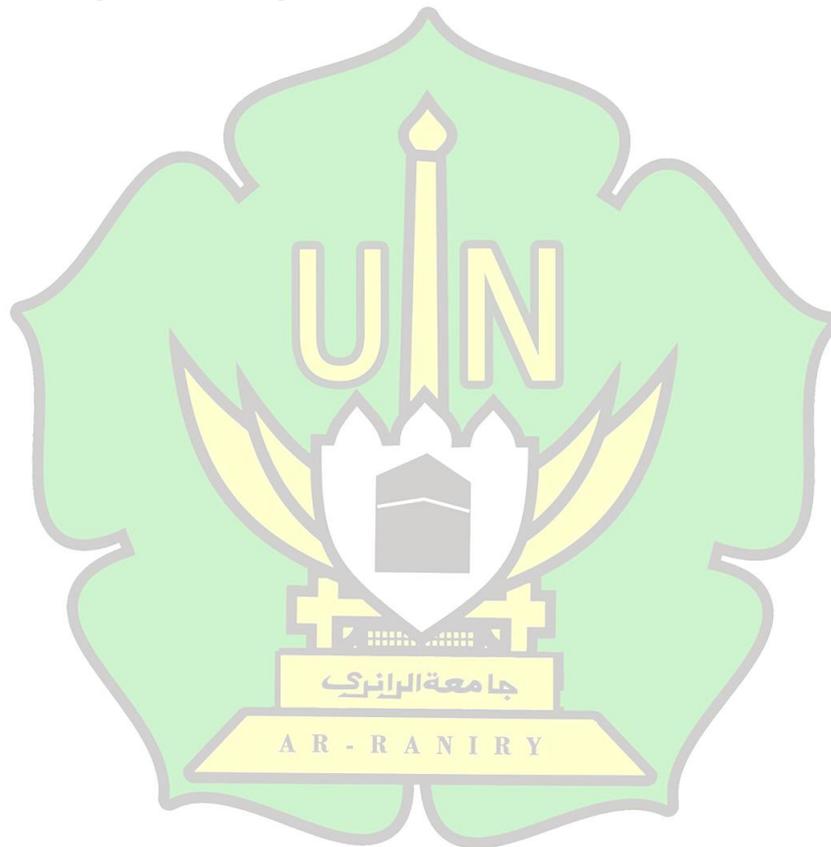


DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Penjualan Tenaga Listrik PT PLN UP3 Banda Aceh	3
Tabel 1.2 Data Penjualan Tenaga Listrik PT PLN Merduati dan Syiah Kuala	4
Tabel 2.1 Matriks Penelitian Terkait	23
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran	30
Tabel 3.2 Skala Likert	35
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	39
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden	39
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	40
Tabel 4.4 Uji Validitas.....	41
Tabel 4.5 Uji Reabilitas	42
Tabel 4.6 Hasil Uji Multikolinearitas	45
Tabel 4.7 Analisis Regresi Linier Berganda.....	45
Tabel 4.8 Interval Penilaian Jawaban Responden	47
Tabel 4.9 Deskriptif Jawaban Keandalan	47
Tabel 4.10 Deskriptif Jawaban Ketanggapan	48
Tabel 4.11 Deskriptif Jawaban Jaminan.....	48
Tabel 4.12 Deskriptif Jawaban Kepedulian.....	49
Tabel 4.13 Deskriptif Jawaban Kepuasan	50
Tabel 4.14 Pengujian Hipotesis	50

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran. 1 Kuesioner	58
Lampiran. 2 Jawaban Responden	62
Lampiran. 3 Uji Validitas	72
Lampiran. 4 Uji Reabilitas.....	73
Lampiran. 5 Uji Normalitas.....	73
Lampiran. 6 Uji Heterokedastisitas	74
Lampiran. 7 Analisi Regre Linier Berganda	74



BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

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 memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan, dimana Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin hubungan yang erat dengan perusahaan. Hal ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan pelanggan.

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 (Assegaft,2009:173).

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) menunjukkan sejauh mana 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.

Pada era globalisasi sekarang ini, menuntut BUMN (Badan Usaha Milik Negara) untuk meningkatkan pelayanan secara profesional sesuai dengan bidangnya masing-masing. Perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan. Sehingga, pelanggan merasa puas dengan apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan.

BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang ada di Indonesia sangat berpengaruh dalam perkembangan dunia usaha dan masyarakat dalam menjalankan usahanya, karena perusahaan milik pemerintah tersebut telah memonopoli beberapa bidang usaha yang mengatur kehidupan dan kebutuhan hidup masyarakat. Dalam mengatur dan menjalankan usahanya, BUMN diatur dan dikelola oleh pemerintah karena sangat berhubungan dengan nasib masyarakat Indonesia. Badan Usaha Milik Negara tersebut, diharapkan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan dari dunia usaha pada umumnya dan masyarakat pada khususnya. BUMN harus dapat memberikan kepuasan kepada masyarakat selaku konsumen dan memberikan citra yang baik di mata masyarakat dengan cara memberikan pelayanan yang berkualitas. Salah satunya yaitu PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) Persero merupakan BUMN penyedia tenaga listrik bagi kepentingan umum yang turut berkontribusi dalam meningkatkan kegiatan ekonomi dan meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat di Indonesia. Manusia menjadi sangat tergantung kepada listrik karena energi listrik menjadi sumber kebutuhan manusia dalam melakukan aktivitas terutama di sektor industri, rumah tangga, komunikasi dan teknologi. Begitu pentingnya listrik bagi kehidupan manusia maka PT. PLN (Persero) harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik bagi pelanggannya sesuai dengan standar perusahaan.

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 stkeholder 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 pulsanya 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 pengguna yang ditetapkan oleh pihak penyedia layanan.

PT. PLN Banda Aceh membagikan dua cabang Unit Layanan Pengadaan (ULP) yaitu: Unit Layanan Pengadaan (ULP) Merduati dan Unit Layanan (ULP) Syiah Kuala dengan tujuan untuk mempermudah layanan masyarakat dalam menggunakan listrik Prabayar maupun listrik Pasca Bayar di Kota Banda Aceh.

Di Kota Banda Aceh kebutuhan jasa listrik dari Januari 2018 sampai September 2019 jumlah pelanggan mengalami peningkatan, hal ini dapat dilihat dari tabel Data Penjualan Tenaga Listrik PT PLN UP3 Banda Aceh.

Tabel 1.1
Data Penjualan Tenaga Listrik PT PLN UP3 Banda Aceh

NO	BULAN	JUMLAH PELANGGAN	KWH PENJUALAN (kWh)	RUPIAH PENDAPATAN (Rp)
1	Jan-18	221,181	52,029,904	61,819,262,034
2	Feb-18	222,3	49,918,284	59,389,083,725
3	Mar-18	223,606	56,442,852	67,118,416,536
4	Apr-18	224,735	56,574,162	67,410,218,372
5	May-18	225,757	57,446,751	68,374,014,323
6	Jun-18	226,417	53,395,133	63,866,639,858
7	Jul-18	227,479	57,758,357	69,124,624,176
8	Aug-18	228,673	56,765,530	67,738,471,230

9	Sep-18	229,535	56,024,391	66,836,757,412
10	Oct-18	230,606	56,905,910	67,860,789,225
11	Nov-18	231,574	55,454,708	64,681,212,439
12	Dec-18	232,622	56,258,377	67,302,571,734
13	Jan-19	234,009	57,302,566	68,577,727,364
14	Feb-19	235,001	53,323,403	63,873,177,499
15	Mar-19	236,288	61,233,865	72,933,923,930
16	Apr-19	237,466	61,455,025	73,326,333,473
17	May-19	238,331	65,110,275	77,706,522,869
18	Jun-19	239,092	58,384,167	70,017,657,590
19	Jul-19	240,574	63,585,139	76,174,782,713
20	Aug-19	241,7	62,463,507	74,840,422,347
21	Sep-19	243,013	63,286,913	75,812,244,800
22	Oct-19	244,081	59,624,384	71,147,880,989
23	Nov-19	245,273	59,661,267	71,170,734,159

Sumber : PT. PLN Aceh

Sedangkan pada unit layanan pengadaan Merduati jumlah pelanggan pada bulan Januari 2018 sampai dengan September 2018 jumlah pelanggan mengalami peningkatan, akan tetapi pada Oktober 2018 sampai November 2019 jumlah pada unit layanan pengadaan Merduati mengalami Penurunan hal ini disebabkan karena pada bulan Oktober 2018 terjadi perubahan struktur organisasi pada unit layanan pengadaan Merduati, terbagi menjadi dua Unit yaitu unit layanan pengadaan Merduati dan unit layanan pengadaan Syiah Kuala hal ini dapat dilihat dari data berikut ini

Tabel 1.2
Data Penjualan Tenaga Listrik PT PLN unit layanan pengadaan Merduati dan Syiah Kuala

NO	BULAN	JUMLAH PELANGGAN	KWH PENJUALAN (kWh)	RUPIAH PENDAPATAN (Rp)
1	Jan-18	134,538	36,012,216	44,402,017,720
2	Feb-18	135,315	34,736,103	42,824,095,851
3	Mar-18	136,1	39,417,082	48,514,931,540
4	Apr-18	136,821	39,564,050	48,791,975,418
5	May-18	137,425	40,312,731	49,774,486,814
6	Jun-18	137,873	36,863,248	45,883,834,886
7	Jul-18	138,692	40,606,342	50,395,205,207
8	Aug-18	139,463	39,474,810	48,883,219,229
9	Sep-18	140,015	39,104,779	48,347,736,237
10	Oct-18	68,184	20,342,602	25,774,043,716
12	Nov-18	68,322	18,780,543	23,604,393,355
13	Dec-18	68,526	19,398,241	24,639,040,874

14	Jan-19	68,612	20,062,641	25,496,785,982
15	Feb-19	68,826	18,579,146	23,603,354,373
16	Mar-19	68,684	21,100,554	26,688,737,356
17	Apr-19	69,089	21,248,816	26,923,840,529
18	May-19	69,265	22,505,808	28,485,697,796
19	Jun-19	69,386	20,106,736	25,542,480,063
20	Jul-19	69,655	21,828,827	27,696,189,162
21	Aug-19	69,887	21,500,121	27,309,377,469
22	Sep-19	70,146	21,350,427	27,060,028,175
23	Oct-19	70,163	19,963,762	25,249,040,337
24	Nov-19	70,393	19,865,901	25,158,986,692

Sumber : PT. PLN Aceh

Kepuasan pelanggan perlu diimplementasikan secara jelas, karena termasuk dalam bagian dari kualitas pelayanan untuk keberhasilan suatu perusahaan. Tujuan diadakannya listrik prabayar ini yaitu untuk memenuhi harapan pelanggan untuk mengembangkan kualitas pelayanan. Maka dari itu, diperlukan informasi yang akurat bahwa ada keunggulan bagi pengguna listrik prabayar. Dalam hal ini, Perusahaan Listrik Negara dapat memahami dengan baik apa yang diharapkan dan diinginkan oleh pelanggan.

Dengan adanya listrik prabayar ini membuat masyarakat tidak perlu lagi pergi membayar listrik ke kantor PLN. Pembayaran tarif listrik prabayar dapat dilakukan di indomaret, bank, dan toko-toko terdekat yang bekerjasama dengan PLN. Sehingga hal tersebut dapat menjaga efektifitas kualitas layanan perusahaan PLN. Kualitas layanan yang efektif dalam sebuah perusahaan memberikan dampak yang besar terhadap keuntungan perusahaan.

Dalam memberikan pelayanan unit layanan pengadaan Merduati harus memberikan pelayanan yang baik dan memuaskan konsumen. Sehingga tidak ada konsumen yang kurang puas dan kecewa terhadap kualitas yang diberikan oleh unit layanan pengadaan Merduati. Pelayanan adalah perilaku produsen dalam rangka memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen demi tercapainya kepuasan konsumen itu sendiri. Pelayanan merupakan faktor yang amat penting khususnya bagi perusahaan yang bergerak dibidang jasa.

Keluhan yang sering di dapatkan dari masyarakat terkait dengan pelayanan yang di berikan oleh Unit Layanan Pengadaan (ULP) Merduati yaitu selalu melakukan pemadaman listrik secara tiba-tiba, dengan durasi waktu tidak menentu. Dan Hal lain yang dikeluhkan oleh masyarakat ialah kurangnya pemberitahuan serta informasi tentang pemadaman listrik yang dilakukan oleh PT PLN Unit Layanan Pengadaan Merduati tersebut.

Pada permasalahan gangguan pelayanan pelanggan PLN mengeluhkan masalah saat membeli dan mengisi token listrik PLN, dimana sering terjadi gangguan sistem jaringan komunikasi yang mengakibatkan sejumlah transaksi listrik mengalami gagal kirim.

Sistem pelayanan perlu didukung oleh kualitas pelayanan, fasilitas yang memadai dan etika atau tata karma. Sedangkan tujuan memberikan pelayanan adalah untuk memberikan kepuasan kepada konsumen, sehingga berakibat dengan dihasilkannya nilai tambah bagi perusahaan. Kepuasan konsumen adalah indikator utama dari standar suatu fasilitas kelistrikan dan merupakan suatu ukuran mutu pelayanan kepuasan konsumen yang rendah akan berdampak terhadap jumlah pelanggan yang akan mempengaruhi profitabilitas fasilitas listrik tersebut, sedangkan sikap petugas terhadap konsumen juga akan berdampak terhadap kepuasan konsumen dimana kebutuhan konsumen dari waktu ke waktu akan meningkat, begitu pula tuntutan akan mutu pelayanan yang diberikan.

Mengenai pelayanan dalam hubungannya dengan kerja atau bisnis Islam, seorang pelaku bisnis muslim diharuskan berperilaku dalam bisnis mereka sesuai yang dianjurkan Al-Qur'an dan Sunnah. Sopan santun adalah pondasi dasar dan inti dari kebaikan tingkah laku, ia juga merupakan *basic* dari jiwa melayani dalam bisnis.

Semakin ketat persaingan serta konsumen yang semakin selektif dan berpengetahuan mengharuskan unit layanan pengadaa Merduati selaku salah satu penyedia jasa pelayanan listrik untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanannya. Pada saat meningkatkan kualitas pelayanan, terlebih dahulu harus diketahui apakah pelayanan yang telah diberikan kepada konsumen selama ini telah sesuai dengan harapan konsumen atau belum.

Perlu diketahui bahwa penelitian ini dilakukan untuk mengetahui penilaian konsumen tentang kualitas pelayanan serta kepuasan konsumen yang dapat dirasakannya. Hal ini penting sebagai acuan dalam membenahan pelayanan agar dapat memberikan kualitas pelayanan yang maksimal. Oleh karena itu unit layanan pengadaan Merduati dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan dan kepuasan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan konsumen meningkat.

Hilangnya sebuah kepercayaan terhadap pelayanan jasa justru membuat unit layanan pengadaan Merduati semakin sulit mendapatkan pelanggan yang puas dan loyal. Seperti yang dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Anfal ayat 27 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَخُونُوا اللَّهَ وَالرَّسُولَ وَتَخُونُوا أَمَانَاتِكُمْ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman! Jangannlah kamu mengkhianati Allah dan Rasul dan (juga) janganlah kamu mengkhianati amanat yang dipercayakan kepadamu, sedang kamu mengetahui.” (Q.S Al- Anfal: 27)

Berdasarkan potongan ayat tersebut mengemukakan bahwasanya sebagai insan manusia, Allah SWT menyuruh kita untuk selalu berbuat baik kepada orang lain dan menjaga kepercayaan kepada orang lain, tanpa terkecuali ayat itupun menjelaskan kita untuk melakukan kebaikan dengan melakukan pelayanan jasa yang berkualitas kepada konsumen.

Tidak hanya itu masih ada ayat Al-Qur’an yang menjelaskan tentang pelayanan jasa ialah Al-Qur’an Surat Al-Imran ayat 159 yang berbunyi:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ

Artinya : “Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya”. (Q.S. Al-Imran ayat 159).

Masalah utama sebagai sebuah lembaga jasa pelayanan listrik adalah pelayanan yang diberikan apakah sudah sesuai harapan konsumen atau belum. Oleh karena itu unit layanan pengadaan Merduati dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan dan kepuasan konsumen dengan meningkatkan kualitas pelayanan agar kepuasan konsumen meningkat.

Dalam proses pelayanannya unit layanan pengadaan Merduati sudah cukup 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.

Pelayanan pada unit pelayanan listrik pintar memiliki keterkaitan yang erat dengan kepuasan pelanggan listrik pintar. Pelayanan pada unit pelayanan listrik pintar memberikan dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Berdasarkan fenomena di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Listrik Prabayar Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT. Perusahaan Listrik Negara Unit Layanan Merduati Banda Aceh”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berpijak pada uraian latar belakang masalah. Dapat ditarik suatu rumusan masalah dalam bentuk pertanyaan sebagai berikut:

1. Apakah Keandalan (Reliability) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen listrik prabayar Pada PT. Perusahaan Listrik Negara Unit Layanan Merduati Banda Aceh ?
2. Apakah Ketanggapan (Responsiveness) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen listrik prabayar Pada PT. Perusahaan Listrik Negara Unit Layanan Merduati Banda Aceh ?
3. Apakah Jaminan (Assurance) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen listrik prabayar Pada PT. Perusahaan Listrik Negara Unit Layanan Merduati Banda Aceh ?
4. Apakah Kepedulian (Empathy) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen listrik prabayar Pada PT. Perusahaan Listrik Negara Unit Layanan Merduati Banda Aceh ?
5. Bagaimana kualitas pelayanan (Keandalan, Ketanggapan, Jaminan, Kepedulian) secara simultan terhadap kepuasan konsumen listrik prabayar Pada PT. Perusahaan Listrik Negara Unit Layanan Merduati Banda Aceh ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui Keandalan (Reliability) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen listrik prabayar Pada PT. Perusahaan Listrik Negara Unit Layanan Merduati Banda Aceh.
2. Untuk mengetahui Ketanggapan (Responsiveness) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen listrik prabayar Pada PT. Perusahaan Listrik Negara Unit Layanan Merduati Banda Aceh.
3. Untuk mengetahui Jaminan (Assurance) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen listrik prabayar Pada PT. Perusahaan Listrik Negara Unit Layanan Merduati Banda Aceh.
4. Untuk mengetahui Kepedulian (Empathy) berpengaruh terhadap kepuasan konsumen listrik prabayar Pada PT. Perusahaan Listrik Negara Unit Layanan Merduati Banda Aceh.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Bagi Lembaga Terkait

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan gambaran yang berkaitan dengan pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen listrik

prabayar Pada PT. Perusahaan Listrik Negara Unit Layanan Pengadaan Merduati Banda Aceh

2. Bagi Akademik

Sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan ilmu pengetahuan Ekonomi Islam mengenai kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen di perusahaan jasa.

3. Bagi Peneliti

Sebagai wahana pengembangan ilmu yang telah diperoleh selama duduk di bangku perkuliahan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Islam.

1.5 Sistematika Pembahasan

Adapun Sistematika penulisan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

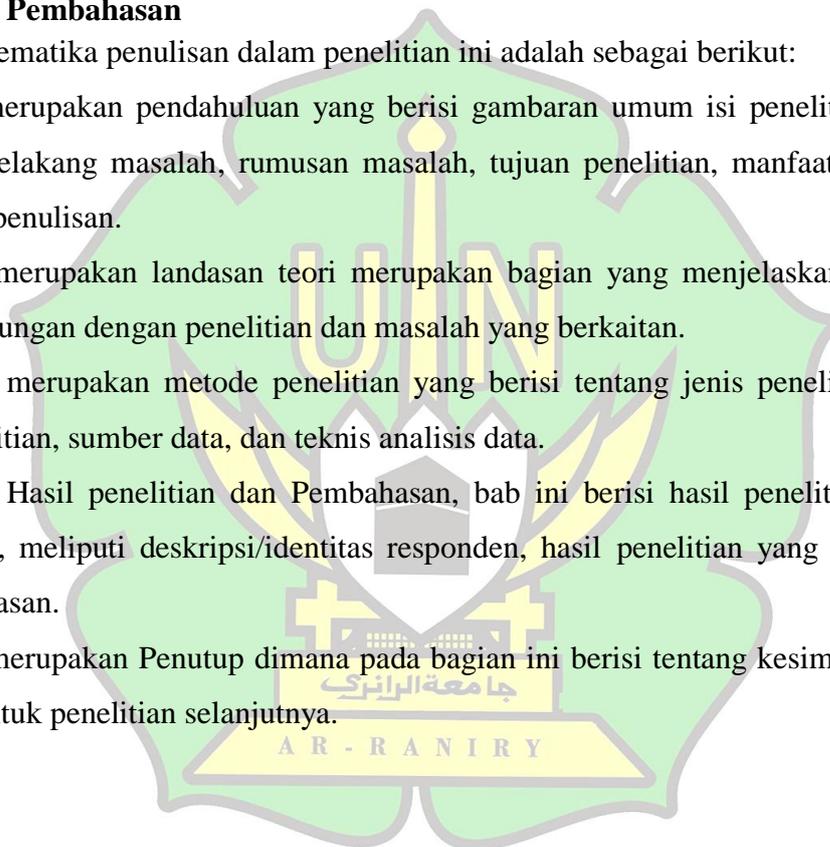
Bab I merupakan pendahuluan yang berisi gambaran umum isi penelitian yang terdiri dari: latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II merupakan landasan teori merupakan bagian yang menjelaskan landasan teori yang berhubungan dengan penelitian dan masalah yang berkaitan.

Bab III merupakan metode penelitian yang berisi tentang jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, dan teknis analisis data.

Bab IV Hasil penelitian dan Pembahasan, bab ini berisi hasil penelitian dan melalui pembahasan, meliputi deskripsi/identitas responden, hasil penelitian yang telah dilakukan, dan pembahasan.

Bab V merupakan Penutup dimana pada bagian ini berisi tentang kesimpulan penelitian dan saran untuk penelitian selanjutnya.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Konsep Pelayanan

2.1.1 Pengertian Pelayanan

Dalam Kamus lengkap Bahasa Indonesia disebutkan bahwa arti kata layan adalah membantu mengurus atau menyiapkan segala keperluan yang dibutuhkan seseorang, meladeni. Sedangkan Pelayanan adalah cara melayani (Fajri dan Ratu, 2008 : 520). Apabila layanan yang diharapkan konsumen lebih besar dari layanan yang nyata-nyata diterima konsumen maka dapat dikatakan bahwa layanan tidak bermutu, sedangkan jika layanan yang diharapkan konsumen lebih rendah dari layanan yang nyata-nyata diterima konsumen, maka dapat dikatakan bahwa layanan bermutu, dan apabila layanan yang diterima sama dengan layanan yang diharapkan maka layanan tersebut dapat dikatakan memuaskan.

Jadi Pelayanan dapat didefinisikan sebagai aktivitas seseorang, sekelompok dan atau organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung (Arosmiati, 2016 : 6). Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat buku mutu pelayanan. Adapun mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkan (M. Nur Rianto, 2010 : 211-212). Standar pelayanan ditetapkan sesuai keinginan dan harapan konsumennya sehingga tidak terjadi kesenjangan antara pelayanan yang diberikan dengan harapan konsumen (Julian Yamit, 2001 : 23).

Menurut Freddy Rangkuti (2006 : 20), adapun prinsip-prinsip umum yang harus diperhatikan dalam bidang pelayanan adalah:

- a. Merumuskan strategi pelayanan.
- b. Strategi pelayanan dimulai dengan perumusan suatu tingkat keunggulan yang dijanjikan kepada konsumen.
- c. Mengkomunikasikan kualitas kepada konsumen. Hal ini membantu konsumen agar tidak salah menafsirkan tingkat kepentingan yang akan diperolehnya. Konsumen perlu mengetahui dengan jelas mengenai macam dan tingkat pelayanan yang akan diperolehnya.
- d. Menerapkan standar kualitas dengan jelas. Hal ini perlu diketahui agar setiap orang mengetahui secara jelas tingkat kualitas yang harus dicapai.

- e. Menerapkan sistem pelayanan yang baik.
- f. Menghadapai persaingan tidak hanya cukup dengan senyuman dan sikap yang ramah, tetapi perlu yang lebih dari itu, yaitu suatu sistem yang terdiri dari metode dan prosedur untuk memenuhi kebutuhan konsumen secara tepat.
- g. Karyawan yang berorientasi pada kualitas pelayanan.
- h. Survei tentang kepuasan dan kebutuhan konsumen.

Menurut Kasmir (2004 : 210-211) Adapun juga ciri-ciri pelayanan yang baik, diantaranya adalah:

- 1) Tersediannya sarana dan prasarana yang baik.
- 2) Tersediannya karyawan/petugas yang baik.
- 3) Bertanggung jawab kepada setiap konsumen.
- 4) Mampu melayani secara cepat dan tepat.
- 5) Mampu berkomunikasi.
- 6) Memiliki kemampuan dan pengetahuan yang baik.
- 7) Berusaha memahami kebutuhan konsumen.
- 8) Memberikan jaminan kerahasiaan setiap transaksi.
- 9) Mampu memberikan kepercayaan kepada konsumen

2.1.2 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 : 228).

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 sejauh mana 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.

Islam mengajarkan apabila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan jasa hendaknya memberikan pelayanan yang berkualitas kepada orang lain jangan memberikan yang tidak berkualitas. Seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an Surat Al-Baqarah ayat 267 :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَنْفِقُوا مِنْ طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ
مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِأَخْذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ وَاعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ (٢٦٧)

Artinya: "Wahai orang-orang yang beriman! Infakkanlah sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang kami keluarkan dari bumi untukmu. Janglah kamu memilih yang buruk untuk kamu keluarkan, padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya, melainkan dengan memicingkan mata (enggan) terhadapnya. Dan ketahuilah bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji". (Q.S. Al- Baqarah ayat 267).

Ada dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu expected service (pelayanan yang diharapkan) dan perceived service (kenyataan yang diperoleh). Allah SWT berfirman dalam Al-Qur'an Surat Al- An'am ayat 160 sebagai berikut:

مَنْ جَاءَ بِالْحَسَنَةِ فَلَهُ عَشْرُ أَمْثَالِهَا وَمَنْ جَاءَ بِالسَّيِّئَةِ فَلَا يُجْزَى إِلَّا مِثْلَهَا وَهُمْ لَا يُظْلَمُونَ (١٦٠)

Artinya: "Barang siapa berbuat kebaikan mendapat balasan sepuluh kali lipat amalnya. Dan barang siapa berbuat kejahatan dibalas seimbang dengan kejahatannya. Mereka sedikitpun tidak dirugikan (dizalimi)." (Q.S Surat Al- An'am:160)

Keberhasilan perusahaan dalam memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan service quality yang telah dikembangkan oleh Parasuraman (Rambat Lupiyodi, 2001 : 140). Service quality adalah perbandingan antara kenyataan dan harapan konsumen, jika kenyataannya ternyata yang diterima lebih dari yang diinginkan maka pelayanan yang diberikan dapat dikatakan bermutu dan konsumen akan merasa puas, dan sebaliknya jika kenyataan ternyata kurang dari yang diharapkan maka layanan dinyatakan tidak bermutu. Maka dapat disimpulkan bahwa pelayanan konsumen merupakan aktivitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen, baik sebelum transaksi, saat transaksi, dan sesudah transaksi (M. Nur Rianti, 2006 : 43).

Pelayanan dapat dibedakan menjadi tiga kelompok yaitu:

- a. Core service, adalah pelayanan yang ditawarkan kepada konsumen yang merupakan produk utamanya.

- b. Facilitating service, adalah fasilitas pelayanan tambahan kepada konsumen.
- c. Supporting service, merupakan pelayannya tambahan (pendukung) untuk meningkatkan nilai pelayanan atau untuk membedakan dengan pelayanan-pelayanan dari pihak pesaingnya.

Menurut M. Nur Rianti, 2006 : 43 Dalam proses pelayanan ada tiga hal yang harus diperhatikan , yaitu:

a) Penyedia layanan

Penyedia layanan adalah pihak yang dapat memberikan suatu layanan tertentu kepada konsumen, baik berupa layanan dalam bentuk penyediaan dan penyerahan barang dan jasa.

b) Penerima layanan

Penerima layanan adalah meraka yang disebut sebagai konsumen atau pasien yang menerima layanan dari para penyedia layanan.

c) Jenis dan bentuk layanan

Jenis layanan yang dapat diberikan oleh penyedia layanan kepada pihak yang membutuhkan layanan yang terdiri berbagai macam, antara lain berupa layanan yang berkaitan dengan: Pemberian jasa-jasa saja, Layanan yang berkaitan dengan penyediaan dan sistribusi barang- barang saja, Layanan yang berkaitan dengan keduanya.

2.1.3 Pelayanan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Dalam Islam telah mengangkat kerja pada level kewajiban religius yang digandengkan dengan iman. Hubungan antara iman dan amal (kerja) itu sama dengan hubungan antar pohon dengan akar, yang salah satunya tidak mungkin eksis tanpa adanya yang lain. Islam tidak mengakui dan mengingkari sebuah keimanan yang tidak membuahkan perilaku yang baik (Mustaq Ahmad, 2001 : 10). Islam mengajarkan kepada umat manusia agar memberikan pelayanan harus sesuai dengan prinsip-prinsip ekonomi Islam yakni bersifat professional, amanah, memelihara etos kerja. Adapun penjelasanya sebagai berikut: (Muhammad Ismail Yusanto dkk, 2002 :104).

a. Bersikap Profesional

Bagi seseorang yang telah memiliki tanggung jawab dalam hidupnya, berkerja merupakan kebutuhan hidup yang hukumnya wajib, ini karena bekerja sama mulianya dengan melaksanakan ibadah. Sesungguhnya manusia yang paling mulia adalah yang

paling banyak memberikan manfaat bagi sesamanya dan makhluk lain secara menyeluruh. Allah berfirman dalam Al-Qur'an surat Al-Bayyinah ayat 7:

إِنَّ الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ أُولَٰئِكَ هُمْ خَيْرُ الْبَرِيَّةِ

Artinya: "Sesungguhnya orang-orang yang beriman dan mengerjakan kebajikan, mereka itu adalah sebaik-baik makhluk."

Selain memerintahkan bekerja, Islam juga menuntun setiap muslim agar dalam bekerja dibidang apapun harus bersikap profesional. Inti dari ini setidaknya dicirikan oleh tiga hal: (1) Kafa^{ah}, yaitu cakap atau ahli dalam bidang pekerjaan yang dilakukan, (2) Himmatul-,amal, yakni memiliki semangat atau etos kerja yang tinggi, (3) Amanah, yaitu bertanggung jawab dan percaya dalam menjalankan setiap tugas atau kewajiban. Dalam memberikan pelayanannya perusahaan harus mencakup terhadap ketiga ciri tersebut supaya konsumen dapat merasa puas dengan hasil pelayanan yang diberikan.

b. Bersikap Amanah

Seseorang muslim yang telah memiliki sifat profesional haruslah memiliki sifat amanah, yakni terpercaya dan bertanggung jawab. Rasulullah SAW memerintahkan setiap muslim untuk selalu menjaga amanah yang diberikan kepadanya. Dalam Al-Qur'an Allah berfirman surat Al-Ahzab ayat 72:

إِنَّا عَرَضْنَا الْأَمَانَةَ عَلَى السَّمَاوَاتِ وَالْأَرْضِ وَالْجِبَالِ فَأَبَيْنَ أَنْ يَحْمِلْنَهَا وَأَشْفَقْنَ مِنْهَا وَحَمَلَهَا الْإِنْسَانُ إِنَّهُ كَانَ ظَلُومًا جَهُولًا (٧٢)

Artinya : "Sesungguhnya kami telah menawarkan amanat kepada langit, bumi, dan gunung-gunung; tetapi semuanya enggan untuk memikul amanat itu dan mereka khawatir tidak akan melaksanakannya (berat), lalu dipikullah amanat itu oleh manusia. Sungguh, manusia itu sangat zalim dan amat bodoh."

Rasullulah SAW menggambarkan orang-orang yang tidak memegang amanah sebagai bukan orang yang beriman dan tidak memiliki agama. Bahkan lebih jauh lagi, orang-orang yang selalu melanggar amanah yang digambarkan sebagai orang munafik. Dalam hadist juga dijelaskan: "*Tidak beriman orang yang tidak memegang amanah dan tidak ada agama orang yang tidak menepati janji.*"(HR. Ad- Dailami).

Oleh karena itu sikap amanah mutlak harus dimiliki oleh seorang pembisnis muslim. Sikap itu bisa dimiliki jika dia selalu menyadari bahwa apapun aktivitas yang dilakukan termasuk pada saat ia bekerja selalu diketahui oleh Allah SWT.

c. Memelihara Etos Kerja/Bersungguh-sungguh

Selain memiliki kecakapan (kafa'ah) dan sifat amanah, seseorang dikatakan profesional jika seseorang berkerja secara semangat dan bersungguh-sungguh. Dia juga harus memiliki etos kerja (himmatul'amal) yang tinggi.

Dorongan utama seseorang muslim dalam berkerja adalah bahwa aktivitas kerjanya itu dalam pandangan Islam merupakan bagian dari ibadah, karena bekerja merupakan pelaksanaan salah satu kewajiban, dan hasil usaha yang diperoleh seorang muslim dari kerjanya kerasnya dinilai sebagai penghasilan yang mulia.

Dalam hadist dijelaskan yang artinya: *"Tidaklah seorang diantara kamu makan suatu makanan lebih baik dari pada memakan dari hasil keringatnya sendiri."* (HR. Baihaqi)

Dari hadist diatas dapat disimpulkan bahwa dalam memenuhi kebutuhan hidup seseorang harus berusaha untuk dapat memenuhi kebutuhannya. Dan dalam memenuhi kebutuhannya diperlukan semangat yang tinggi dan bersungguh-sungguh.

2.1.4 Dimensi Kualitas Pelayanan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Kualitas pelayanan diberikan oleh sebuah perusahaan tentunya tidak hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata. Sebagai seorang muslim dalam memberikam pelayanan harus berprinsip pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan ketaqwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanan dalam menjalankan syariat Islam. Dalam pandangan ekonomi Islam yang dijadikan tolak ukur dalam menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen yaitu standarisasi syariah. Islam mensyari'atkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap masalah.

Pengertian hukum kualitas pelayanan tidak secara langsung dijumpai di dalam Al-Qur'an, akan tetapi didasarkan pada konsep memberikan pelayanan yang baik kepada manusia itu telah diperintahkan oleh Allah SWT, adapun dalil yang syara' terdapat dalam Al-Qur'an Surat Al-Imran ayat 159 yang berbunyi:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ (١٥٩)

Artinya : *"Maka berkat rahmat Allah engkau (Muhammad) berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekitarmu. Karena itu maafkanlah mereka dan mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya".* (Q.S. Al-Imran ayat 159)

Dari ayat tersebut maka dapat disimpulkan bahwa setiap manusia dituntunkan untuk berperilaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Sama halnya dengan konsumen yang harus mendapatkan pelayanan dengan baik. Bukan berarti tidak boleh kasar/tegas dalam bertindak namun dalam konteks pelayanan terhadap konsumen, maka perilaku lemah lembut itu penting dalam memberikan pelayanan kepada konsumen. Jadi segala sesuatu dalam melakukan sebuah bisnis haruslah memberikan pelayanan yang baik, dengan pelayanan yang baik maka akan dapat memberikan efek bagi perusahaan yaitu kepuasan kepada konsumen.

Untuk mengevaluasi mutu jasa pelayanan menurut Valaries Zeithan, Leonard Berry dan A. Parasuraman adalah dengan menggunakan empat dimensi kualitas pelayanan yaitu: Keandalan (Reliability), Ketanggapan (Responsiveness), Jaminan (Assurance), dan Kepedulian (Empathy). (Christopher Lovelock dkk, 2010 : 154).

- a. Keandalan (Reliability), yaitu kemampuan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan konsumen yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi. Dalam Islam pun telah dicontohkan teladan yang tentunya dapat dijadikan pedoman dalam perniagaan/muamalah. Allah berfirman dalam surat Al-Ahzab ayat 21 yang berbunyi :

لَقَدْ كَانَ لَكُمْ فِي رَسُولِ اللَّهِ أُسْوَةٌ حَسَنَةٌ لِّمَن كَانَ يَرْجُوا اللَّهَ وَالْيَوْمَ الْآخِرَ وَذَكَرَ اللَّهَ
كَثِيرًا (٢١)

Artinya: “Sungguh, telah ada pada (diri) Rasulullah itu suri teladan yang baik bagimu (yaitu) bagi orang yang mengharap (rahmat) Allah dan (kedatangan) hari Kiamat dan yang banyak mengingat Allah.

- b. Ketanggapan (Responsiveness), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada konsumen dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa ada alasan yang jelas menyebabkan persepsi negatif dalam kualitas pelayanan. Dalam Islam kita harus menepati komitmen seiring dengan promosi yang dilakukan perusahaan. Komitmen yang telah diberikan harus dilaksanakan oleh perusahaan dengan baik, jika komitmen tidak dapat ditepati maka resikonya ialah konsumen akan meninggalkan produk dari

perusahaan tersebut. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Al-Insyirah ayat 7 yang berbunyi

فَإِذَا فَرَغْتَ فَانصَبْ (٧)

Artinya : *“Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah berkerja keras (untuk urusan yang lain).”*

- c. Jaminan (Assurance), yaitu pengetahuan, kesopanan santunan dan kemampuan para pegawai PT. PLN unit layanan pengadaan Merduati menumbuhkan rasa percaya para konsumen. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (communication), kredibilitas (credibility), keamanan (security), kompetensi (competence), dan sopan santun (courtesy). Etika berkomunikasi dalam melayani konsumen agar terhindar dari manipulasi serta berbicara bohong saat menawarkan suatu produk maupun jasa dalam sebuah perusahaan. Hal ini sejalan dengan firman Allah SWT dalam surat Asy-Syu'ara" ayat 181-182 yang berbunyi:

أَوْفُوا الْكَيْلَ وَلَا تَكُونُوا مِنَ الْمُخْسِرِينَ (١٨١)

وَزِنُوا بِالْقِسْطِاسِ الْمُسْتَقِيمِ (١٨٢)

Artinya : *“Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu merugikan orang lain. Dan timbanglah dengan timbangan yang benar.”*

- d. Kepedulian (Empathy), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para konsumen dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengetahuan dan pengertian tentang konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen. Perhatian yang diberikan kepada konsumen hendaknya dilandasi dengan keimanan dalam rangka menjalankan segala perintah Allah supaya selalu berbuat yang baik kepada orang lain. Allah berfirman dalam surat An-Nahl ayat 90 yang berbunyi :

إِنَّ اللَّهَ يَأْمُرُ بِالْعَدْلِ وَالْإِحْسَانِ وَإِيتَاءِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَيَنْهَىٰ عَنِ الْفَحْشَاءِ وَالْمُنْكَرِ

وَالْبَغْيِ يَعِظُكُمْ لَعَلَّكُمْ تَذَكَّرُونَ (٩٠)

Artinya : *“Sesungguhnya Allah menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi bantuan kepada kerabat, dan Dia melarang (melakukan) perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran.”*

2.2 Konsep Kepuasan Konsumen

2.2.1 Pengertian Kepuasan konsumen

Kepuasan adalah suatu keadaan yang dirasakan oleh seseorang (konsumen) setelah ia mengalami suatu tindakan atau hasil dari tindakan yang memenuhi harapan-harapannya. (Bambang Hartono, 2010 : 46) Konsumen adalah seorang individu yang secara berulang kali datang ke tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa dan memuaskan produk atau jasa tersebut. (Rambat Lupiyoadno, 2006 : 174)

Menurut Kolter (2002 : 52) kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya.

Sedangkan Tse dan Wilton (2004 : 349) kepuasan atau tidakpuasan konsumen adalah respon konsumen terhadap evaluasi ketidaksesuaian yang diharapkan antara harapan sebelumnya dan kinerja aktual produk yang dirasakan setelah pemakainnya. Wilkie mendefinisikannya sebagai suatu tanggapan emosional pada evaluasi terhadap pengalaman suatu produk atau jasa.

Menurut Richard L. Oliver, kepuasan konsumen adalah perasaan senang atau kecewa seseorang dari membandingkan antara kinerja (atau hasil) produk yang dipersepsikan dan ekspektasinya. Dengan demikian, seseorang konsumen merasa puas atau tidak puas sangat tergantung pada kinerja produk dibandingkan ekspektasi konsumen bersangkutan dan apakah konsumen menginterpretasikan adanya deviasi atau gap antara kinerja atau ekspektasi. Apabila kinerja lebih rendah dibandingkan ekspektasi, maka konsumen bersangkutan akan merasa tidak puas. Apabila kinerja sama dengan ekspektasi, maka ia akan puas. Sedangkan jika kinerja melampaui ekspektasi, maka konsumen itu akan merasa sangat puas atau bahkan bahagia.

Kepuasan konsumen terhadap suatu produk ataupun jasa, sebenarnya sesuatu yang sulit untuk didapat jika perusahaan jasa atau industri tersebut tidak benar-benar mengerti apa yang diharapkan oleh konsumen. Untuk produk atau layanan dengan kualitas yang sama, dapat memberikan tingkat kepuasan yang berbeda-beda bagi konsumen yang beda. Oleh karena itu, suatu perusahaan harus selalu memperhatikan kualitas produk maupun pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Kepuasan konsumen merupakan respon konsumen terhadap ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian.

Dari berbagai pendapat yang dilontarkan para ahli bisa diambil kesimpulan definisi kepuasan konsumen adalah respon dari perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dengan membandingkan antara kinerja atau hasil yang dirasakan dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan sesuai dengan harapan. Apabila hasil yang dirasakan dibawah harapan, maka

konsumen akan kecewa, kurang puas bahkan tidak puas, namun sebaliknya bila sesuai dengan harapan, konsumen akan puas dan bila kinerja melebihi harapan, konsumen akan sangat puas.

2.2.2 Teori Kepuasan

Kepuasan konsumen adalah keluaran (outcome) layanan listrik. Dengan demikian kepuasan konsumen merupakan salah satu tujuan dari peningkatan mutu layanan listrik. Uji coba membuktikan bahwa kepuasan konsumen berdampak pada keluaran dari layanan listrik. Berikut teori kepuasan dilihat dari kualitas pelayanan:

a. Teori SERVQUAL

Dalam teori ini terdapat 5 (lima) dimensi yang digunakan konsumen dalam menilai kualitas pelayanan, yaitu: Keandalan (Reliability), Ketanggapan (Responsiveness), Empati (Empathy), Jaminan (Assurance), dan Bukti Langsung (Tangible).

b. Teori Vincent

Vincent mendefinisikan 10 dimensi untuk melihat kualitas pelayanan, yaitu ketepatan waktu pelayanan, akurasi layanan, kesopanan dan keramahan dalam memberikan pelayanan, tanggung jawab, layanan pribadi, kemudahan mendapat layanan, variasi model layanan, layanan pribadi, kenyamanan dalam memperoleh layanan, dan atribut pendukung lainnya seperti lingkungan, kebersihan, ruang tunggu, AC, dan lain-lain.

c. Teori Etter dan Perneger

Kepuasan pelanggan terhadap pelayanan listrik meliputi aspek ketelitian dan kecermatan karyawan, keahlian karyawan, pelayanan, kepercayaan terhadap karyawan listrik, keterbukaan karyawan dalam menjawab pertanyaan pelanggan, kemudahan akses pelayanan, waktu tunggu, dan keramahan karyawan.

2.2.3 Mengukur Kepuasan Pelanggan

Perusahaan perlu melakukan pemantauan dan pengukuran terhadap kepuasan pelanggan karena hal ini telah menjadi hal yang esensial bagi setiap perusahaan. Langkah tersebut dapat memberikan umpan balik dan masukan bagi keperluan pengembangan dan implementasi strategi peningkatan kepuasan pelanggan. Metode-metode yang dapat dipergunakan setiap perusahaan untuk memantau dan mengukur kepuasan pelanggan (Ivonne Wood, 2009 : 49) adalah sebagai berikut:

a. Sistem Keluhan dan Sasaran (complain and suggestion system)

Organisasi yang berwawasan pelanggan akan membuat pelanggannya memberikan saran atau keluhan, misalnya dengan memberikan formulir bagi pelanggan untuk melaporkan kesukaan atau keluhan, menempatkan kotak saran. Alur informasi ini memberikan banyak gagasan balik dan perusahaan dapat bergerak lebih cepat untuk menyelesaikan masalah.

b. Survey Pelanggan (customer surveys)

Kepuasan pelanggan dapat diukur melalui pelanggan atas persepsinya terhadap kepuasannya. Yaitu dengan cara wawancara kepada pelanggan untuk bisa melakukan penilaian atau tanggapan mereka atas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan.

c. Pembelian Bayangan (Lost customer analysis)

Cara lain untuk mengukur mengenai kepuasan pelanggan adalah dengan menyuruh orang berpura-pura menjadi pembeli dan melaporkan titik-titik kuat maupun lemah yang mereka alami sewaktu membeli produk perusahaan.

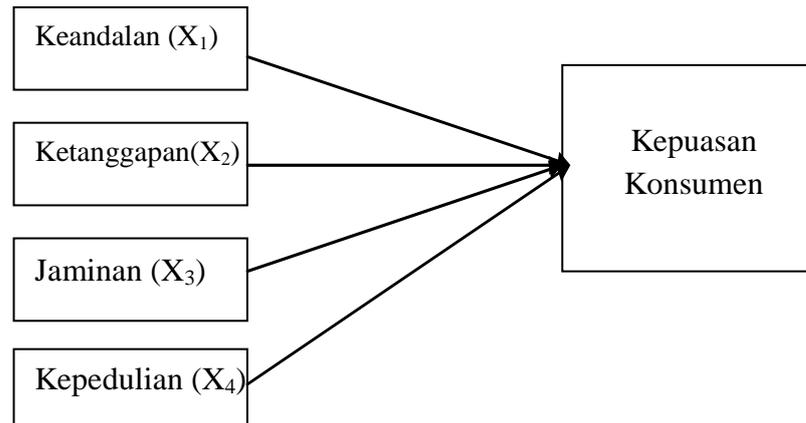
d. Analisa Kehilangan Pelanggan (Lost customer analysis)

Perusahaan seyogyanya menghubungi para pelanggan yang telah berhenti membeli atau yang telah pindah pemasok agar dapat memahami mengapa hal ini terjadi dan supaya dapat mengambil kebijakan perbaikan atau penyempurnaan selanjutnya.

2.3 Kerangka Pemikiran

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

Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran



2.4 Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan tentatif yang merupakan dugaan atau terkaan tentang apa saja yang kita amati dalam usaha untuk memahaminya. (S. Nasution, 2006 : 49) Hipotesis tersebut akan ditolak jika ternyata salah, dan akan diterima jika fakta-fakta membenarkan. Oleh karena itu pada penulisan laporan ini, hipotesis diartikan sebagai dugaan sementara atau pendapat yang masih lemah sehingga perlu dibuktikan kebenarannya. Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

1. H_1 : Adanya pengaruh dari variabel *reliability* terhadap kepuasan konsumen PT. PLN Unit Layanan Merduati.
 H_0 : Tidak terdapat pengaruh dari variabel *reliability* terhadap kepuasan konsumen PT. PLN Unit Layanan Merduati.
2. H_2 : Adanya pengaruh dari variabel *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen PT. PLN Unit Layanan Merduati.
 H_0 : Tidak terdapat pengaruh dari variabel *responsiveness* terhadap kepuasan konsumen PT. PLN Unit Layanan Merduati.
3. H_3 : Adanya pengaruh dari variabel *assurance* terhadap kepuasan konsumen PT. PLN Unit Layanan Merduati.
 H_0 : Tidak terdapat pengaruh dari variabel *assurance* terhadap kepuasan konsumen PT. PLN Unit Layanan Merduati.
4. H_4 : Adanya pengaruh dari variabel *empathy* terhadap kepuasan konsumen PT. PLN Unit Layanan Merduati.
 H_0 : Tidak terdapat pengaruh dari variabel *empathy* terhadap kepuasan konsumen PT. PLN Unit Layanan Merduati.

2.5 Penelitian Terkait

Peneliti telah memilih beberapa judul penelitian sebelumnya yang terkait dengan penelitian ini serta dapat mendukung penelitian ini dengan mengidentifikasi persamaan dan perbedaan yang terdapat pada setiap penelitian-penelitian tersebut.

Pertama, penelitian dari Sabri Prayogo (2018) dengan judul penelitian “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kwh-Meter Prabayar Perusahaan Listrik Negara Upj Kota Magelang” dalam penelitiannya menyimpulkan bahwa variabel tangible (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4) dan empathy (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Artinya semakin baik tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy maka meningkatkan kepuasan pelanggan.

Kedua, penelitian dari Sri Atun Chasanah (2015) dengan judul penelitian “Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pelanggan Listrik Pasca Bayar di PT. PLN (Persero) Rayon Purbalingga)”. Dari hasil penelitiannya Suatu pelayanan dapat dinilai baik atau tidaknya dapat dilihat dari kualitas pelayanannya, dalam hal ini pelayanan di PT. PLN (Persero) Rayon Purbalingga mampu memenuhi harapan pelanggan sehingga tercapai kepuasan dari pelanggan. Kualitas pelayanan ini meliputi beberapa aspek, yaitu: tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Perintah bersikap ramah, bertutur kata lemah lembut, pelayanan yang sopan, cepat dan tanggap begitu ditekankan untuk memenangkan hati pelanggan.

Ketiga, Yulianti (2016) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung”. Berdasarkan hasil uji t disimpulkan : keandalan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Bandung dan daya tanggap secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Bandung.

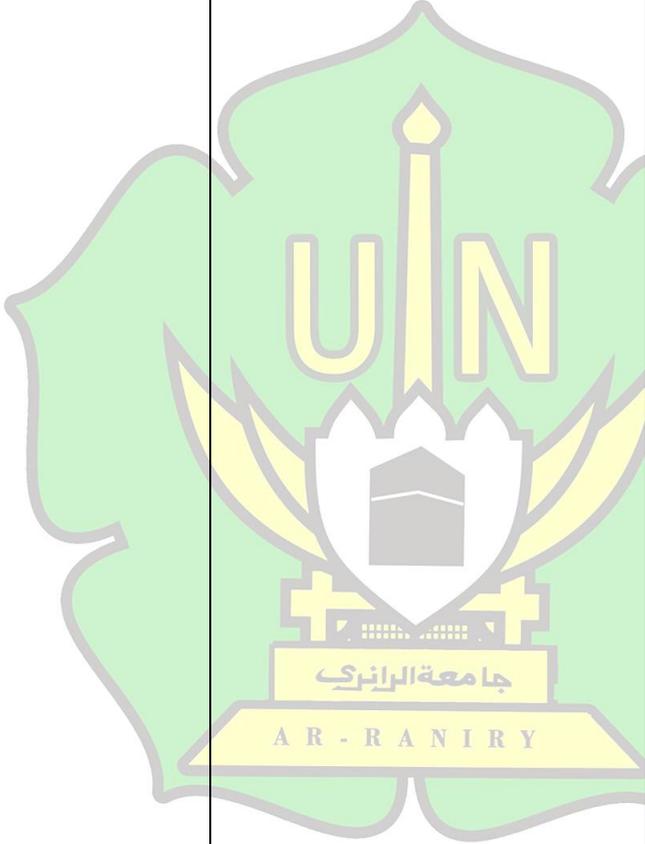
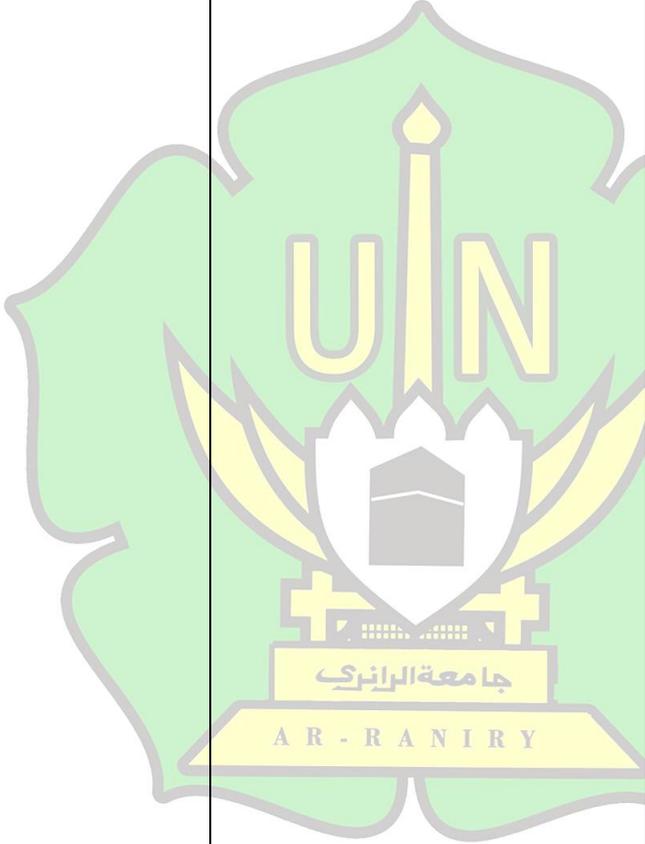
Keempat, Markoni (2015) dengan judul penelitian “Analisis Kepuasan Pelanggan Pt Pln (Persero) Terhadap Proses Pemasangan Listrik Prabayar (Studi Kasus PT PLN WS2JB Rayon Sukarami)”. Dari hasil penelitiannya bahwa Kelima dimensi dari kualitas layanan menunjukkan pengaruh yang kuat, dilihat dari hasil perhitungan Interpretasi Skor (IS). Penelitian ini menggambarkan bahwa PT PLN (Persero) WS2JB Rayon Sukarami dapat memberikan pelayanan sesuai dengan harapan Pelanggan untuk pemasangan listrik Prabayar. Dimensi Assurance merupakan dimensi yang paling berpengaruh atau dominan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai Interpretasi Skor sebesar 83.93 untuk variabel kualitas pelayanan dan 85.05 untuk variabel tingkat kepuasan pelanggan.

Kelima, M. Iqbal Tawakkal (2013) dengan judul penelitian “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada Layanan Listrik Prabayar di PT. PLN Area Bandung)”. Dari hasil penelitian di dapatkan bahwa Tingkat kepuasan konsumen PT PLN (Persero) Area Bandung berdsasarkan hasil kuesioner dilihat rata-rata keseluruhan sebesar 3,88 yang artinya puas (tinggi) karena berada pada interval 3,40-4,19. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan PT PLN (Persero) Area Bandung dapat dikatakan memuaskan.

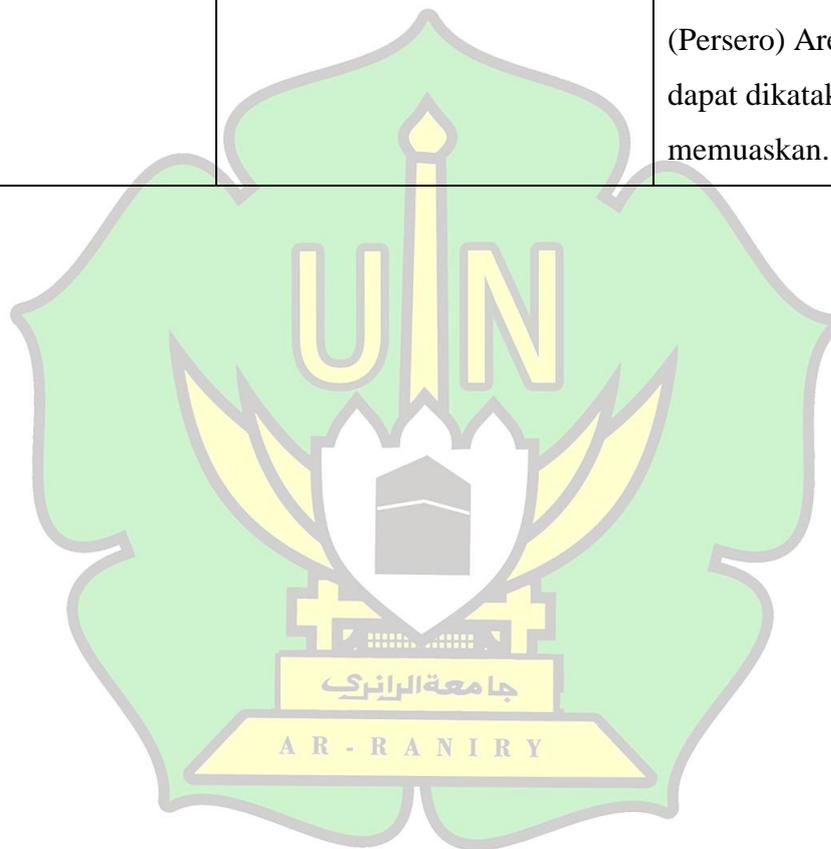
Tabel 2.1
Matriks Penelitian Terkait

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil
1	Sabri Prayogo (2018)	“Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pengguna Kwh-Meter Prabayar Perusahaan Listrik Negara Upj Kota Magelang”	bahwa variabel tangible (X1), reliability (X2), responsiveness (X3), assurance (X4) dan empathy (X5) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y). Artinya semakin baik tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy maka meningkatkan kepuasan pelanggan.
2	Sri Atun Chasanah (2015)	“Strategi Pelayanan Dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Pelanggan Listrik Pasca Bayar di PT. PLN (Persero) Rayon Purbalingga)”.	Dari hasil penelitiannya Suatu pelayanan dapat dinilai baik atau tidaknya dapat dilihat dari kualitas pelayanannya, dalam hal ini pelayanan di PT. PLN (Persero) Rayon

			<p>Purbalingga mampu memenuhi harapan pelanggan sehingga tercapai kepuasan dari pelanggan. Kualitas pelayanan ini meliputi beberapa aspek, yaitu: tangible, reliability, responsiveness, assurance, dan empathy. Perintah bersikap ramah, bertutur kata lemah lembut, pelayanan yang sopan, cepat dan tanggap begitu ditekankan untuk memenangkan hati pelanggan.</p>
3	Yulianti (2016)	<p>“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung”.</p>	<p>Berdasarkan hasil uji t disimpulkan : keandalan secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Bandung dan daya tanggap secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan JNE cabang Bandung.</p>
4	Markoni (2015)	Analisis Kepuasan Pelanggan	Dari hasil penelitiannya

		<p>Pt Pln (Persero) Terhadap Proses Pemasangan Listrik Prabayar (Studi Kasus PT PLN WS2JB Rayon Sukarami)”. </p>	<p>bahwa Kelima dimensi dari kualitas layanan menunjukkan pengaruh yang kuat, dilihat dari hasil perhitungan Interpretasi Skor (IS). Penelitian ini menggambarkan bahwa PT PLN (Persero) WS2JB Rayon Sukarami dapat memberikan pelayanan sesuai dengan harapan Pelanggan untuk pemasangan listrik Prabayar. Dimensi Assurance merupakan dimensi yang paling berpengaruh atau dominan terhadap kepuasan pelanggan, dengan nilai Interpretasi Skor sebesar 83.93 untuk variabel kualitas pelayanan dan 85.05 untuk variabel tingkat kepuasan pelanggan.</p>
5	M. Iqbal Tawakkal (2013)	<p>“Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi kasus pada Layanan Listrik Prabayar di PT. PLN Area Bandung)”. </p>	<p>Dari hasil penelitian di dapatkan bahwa Tingkat kepuasan konsumen PT PLN (Persero) Area Bandung berdsasarkan hasil</p>

			<p>kuesioner dilihat rata-rata keseluruhan sebesar 3,88 yang artinya puas (tinggi) karena berada pada interval 3,40-4,19. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan yang diberikan PT PLN (Persero) Area Bandung dapat dikatakan memuaskan.</p>
--	--	--	--



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode pendekatan penelitian secara kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode yang penyajian datanya didominasi dalam bentuk angka dan analisis data yang digunakan bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (Field Research), yaitu penelitian yang bertujuan untuk mempelajari secara intensif tentang latar belakang keadaan sekarang dan interaksi lingkungan suatu unit sosial baik individu, kelompok, lembaga, atau masyarakat yang berada pada objek penelitian (Sugiyono, 2016:13).

Dilihat dari sisi sifat penelitiannya, penelitian ini bersifat asosiatif, yaitu untuk mencari pengaruh antara satu variabel dengan variabel yang lain. Asosiatif yang penulis maksud yaitu untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh yang signifikan antara pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan konsumen.

3.2 Sumber Data

Data kuantitatif adalah data yang diukur dalam suatu skala numeric (angka). (Mudrajad Kuncoro, 2009 : 145) Ada dua jenis sumber data yang penulis gunakan untuk penelitian ini, yaitu:

1. Data Primer

Data primer dapat didefinisikan sebagai data yang dikumpulkan dari sumber-sumber asli untuk tujuan tertentu. Data primer diperoleh dari lapangan atau lokasi penelitian yakni unit layanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh yang berkenaan dengan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan unit layanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh. Dalam penelitian ini sumber data primer yang digunakan adalah sumber data primer aktif yakni menanyakan respon langsung dari masyarakat dengan menyebar angket (kuesioner).

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang dikumpulkan oleh lembaga penumpul data dan dipublikasikan kepada masyarakat pengguna data (Mudrajad Kuncoro, 2009 : 145). Data sekunder berasal dari sumber internal maupun eksternal. Dalam hal ini, data sekunder yang bersifat internal didapat melalui dokumen-dokumen unit layanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh dan yang bersifat eksternal didapat melalui sumber-sumber diluar organisasi yang dipublikasikan, dan juga jurnal, artikel, majalah, internet. Data

yang dimaksud adalah data yang berkaitan dengan variabel- variabel dalam penelitian di unit layanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh.

3.3 Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Muhammad (2008:161) populasi adalah sekumpulan subjek yang memiliki kesamaan dalam satu atau beberapa hal yang membentuk masalah pokok dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi populasi penelitian adalah pelanggan pada PT. PLN Unit Layanan Pengadaan Merduati Banda Aceh. Populasi dalam penelitian ini 70.393.

2. Sampel

Arikunto (2002:109) menyebutkan bahwa sampel merupakan sebagian atau perwakilan populasi yang akan diteliti. Muhammad (2008:162) sampel merupakan sejumlah cuplikan tertentu yang diambil dari suatu populasi yang akan diteliti secara lebih rinci.

Sampel diambil dengan menggunakan teknik pengambilan sampel yaitu suatu cara yang digunakan untuk memilih dan mengambil anggota-anggota dari populasi yang digunakan sebagai sampel yang mewakili. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. *Nonprobability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang anggota populasinya tidak memiliki kesempatan yang sama untuk dijadikan sampel (Suliyanto, 2009:124). Jenis sampel *nonprobability* dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*. Pengambilan sampel ini ditentukan berdasarkan kemudahan yaitu siapa saja yang paling mudah ditemui atau dijumpai.

Alasan dilakukannya teknik pengambilan sampel adalah karena jumlah populasi yang banyak sehingga tidak mungkin untuk mengumpulkan semua anggota populasi karena akan membutuhkan biaya dan tenaga yang tidak sedikit, kualitas data yang dihasilkan oleh sampel lebih teliti dibandingkan populasi, dan proses penelitian menggunakan sampel relatif lebih cepat daripada populasi (Priadana dan Lubis, 2009:104). Untuk mendapatkan jumlah sampel yang dapat mewakili populasi, maka peneliti menggunakan rumus slovin (Muhammad, 2008:180):

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

$$n = \frac{70.393}{1 + 70.393 \cdot (0,1)^2}$$

$$n = \frac{70.393}{70.393 \cdot (0,01)}$$

$$n = \frac{70.393}{703,93}$$

$$n = \frac{70.393}{703,93}$$

$$n = 100$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir yaitu 10% (0,1)

3.4 Teknik Pengumpulan Data

1. Angket atau Kuisisioner

Teknik pengumpulan data dengan kuesioner atau angket adalah pengumpulan data dengan memberikan atau menyebarkan daftar pertanyaan atau pernyataan kepada responden dengan harapan responden memberikan respons atas pertanyaan atau pernyataan tersebut (Umar, 2009:49).

2. Dokumentasi

Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data berupa data-data yang tertulis (Muhamad, 2008:152). Dokumentasi dalam penelitian ini diperoleh dari buku-buku, dokumen bank, jurnal, artikel dari website, dan lain lain yang berkenaan dengan judul penelitian.

3.5 Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam penelitian ini variabel yang diteliti adalah pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN Unit Layanan Pengadaan Merduati Banda Aceh sebagai variabel bebas yang terdiri dari empat variabel yaitu keandalan (X1), ketanggapan (X2), jaminan (X3), kepedulian (X4), dan kepuasan konsumen sebagai variabel terikat Y.

Dalam menganalisis, sekiranya perlu memperhatikan variabel-variabel yang berhubungan dengan penelitian, yaitu:

1. Kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan pelayanan dalam memenuhi keinginan atau harapan konsumen/pelanggan yang di dapatkan dari pelanggan unit layanan pengadaan

Merduati, dimana kualitas pelayanan diukur dengan menggunakan empat indikator pelayanan, yaitu:

- a. Keandalan (Reliability), yaitu kemampuan memberikan pelayanan sesuai dengan yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua konsumen tanpa kesalahan, sikap yang simpatik dan dengan akurasi yang tinggi.
 - b. Ketanggapan (Responsiveness), yaitu suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan dengan penyampaian informasi yang jelas. Membiarkan konsumen menunggu tanpa ada alasan yang jelas menyebabkan persepsi negatif dalam kualitas pelayanan.
 - c. Jaminan (Assurance), yaitu pengetahuan, kesopansantunan dan kemampuan para pegawai unit layanan pengadaan Merduati menumbuhkan rasa percaya para pelanggan. Hal ini meliputi beberapa komponen antara lain komunikasi (communication), kredibilitas (credibility), keamanan (security), kompetensi (competence), dan sopan santun (courtesy).
 - d. Kepedulian (Empathy), yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen. Dimana suatu perusahaan diharapkan memiliki pengetahuan dan pengertian tentang konsumen secara spesifik, serta memiliki waktu pengoperasian yang nyaman bagi konsumen.
2. Kepuasan konsumen adalah perasaan senang dan puas atas pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN unit layanan pengadaan Merduati setelah membandingkan antara persepsi kinerja atau hasil dari produk atau jasa yang diharapkan oleh pelanggan

Tabel 3.1
Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran

Variabel Operasional	Definisi Variabel Operasional	Indikator	Skala Pengukuran
Kualitas Pelayanan (X): Keandalan	Kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan tepat dan terpercaya. (Parasuraman, 2001)	<ul style="list-style-type: none"> • Apakah petugas unit layanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memberikan pelayanan 	Skala Likert

		<p>dengan efektif</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apakah pelayanan sesuai dengan yang diharapkan • unit layanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memiliki keakuratan dalam sistem kelistrikan • unit layanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memiliki pelayanan yang cepat dalam melayani pengguna 	
Ketanggapan	<p>Keinginan untuk cepat membantu dan menyediakan pelayanan yang cepat dan tanggap. (Parasuraman, 2001)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • unit layanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memiliki sistem yang mudah dalam pelayanan • unit layanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memiliki sistem yang cepat dan tanggap dalam mengatasi kelistrikan • unit layanan 	Skala Likert

		<p>pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memiliki keefesienan dalam menggunakan kelistrikan</p> <ul style="list-style-type: none"> • Apakah petugas unit layanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh tanggap pada apa yang disampaikan konsumen 	
Jaminan	<p>Keyakinan, kepercayaan dan kejujuran yang diberikan petugas unit layanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh kepada konsumen</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Kwh-meter prabayar memiliki keamanan dalam pemakaian kelistrikan • unit layanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memiliki perlindungan khusus pada pengguna • unit layanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memberikan kepercayaan pada pengguna • unit layanan pengadaan PT. PLN 	Skala Likert

		Merduati Banda Aceh memiliki jaminan dalam hal kerahasiaan pengguna	
Kepedulian	Usaha untuk mengenal konsumen dan kebutuhannya. (Parasuraman, 2001)	<ul style="list-style-type: none"> • unit layanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh prabayar sangat memprioritaskan kepentingan pengguna • unit layanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh peduli pada keluhan konsumen • unit layanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh mendengarkan apa yang disampaikan konsumen secara baik • unit layanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memberikan kepastian pada pengguna 	Skala Likert
Variabel Terikat (Y)	Kepuasan konsumen	<ul style="list-style-type: none"> • unit layanan pengadaan PT. PLN Merduati 	Skala Likert

		<p>Banda Aceh memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk mendapatkan pelayanan kelistrikan</p> <ul style="list-style-type: none"> • unit layanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memiliki sistem pelayanan sangat cepat dan tepat • Apakah puas terhadap tanggapan yang baik dari petugas unit layanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh • unit layanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh selalu memberikan yang terbaik dalam permasalahan kelistrikan • Kwh-meter prabayar selalu siap dalam memenuhi kebutuhan pelanggan 	
--	--	--	--

Adapun yang menjadi pengukuran dalam penelitian ini adalah Rating Scale atau skala bertingkat, yaitu suatu ukuran subjektif yang dibuat berskala. Walaupun bertingkat ini menghasilkan data yang kasar, cukup memberikan informasi tertentu program atau orang. Dengan demikian bentuk rating scale secara lebih fleksibel, tidak terbatas untuk pengukuran sikap saja, tetapi untuk mengukur persepsi responden terhadap gejala atau fenomena lainnya misalnya skala untuk mengukur status sosial ekonomi, instansi dan lembaga, kinerja dosen, kepuasan pelanggan, dan lainnya. Dalam melakukan penelitian terhadap variabel- variabel yang akan diuji, pada setiap jawaban akan diberikan skor. Rating scale menggunakan 5 (lima) tingkat jawaban yang diberi skor yaitu: (Suliyanto, 2009:141).

Tabel 3.2
Skala Likert

Pilihan	Keterangan	Bobot Jawaban
SP	Sangat Puas	5
P	Puas	4
R	Ragu-Ragu	3
TP	Tidak Puas	2
STP	Sangat Tidak Puas	1

Sumber : Morrison (2012:89)

3.6 Tahap Pengolahan Data

Tahap pengolahan data adalah proses lanjutan dari penelitian setelah data dikumpulkan dari lapangan. Pada penelitian kuantitatif, pengolahan data dilaksanakan melalui tahap memeriksa (editing), tahap pemberian identitas (coding) dan proses pembeberan (tabulating).

1. Editing

Editing adalah proses yang dilakukan untuk memeriksa atau mengecek data-data yang telah dikumpulkan dari lapangan. Tahap ini dilakukan untuk memeriksa atau mengecek data-data jika ada kuesioner yang tidak lengkap yang tidak diisi oleh responden (Bungin, 2005:173)

2. Coding

Pengkodean (coding) merupakan pemberian identitas atau kode pada data-data yang telah diedit sebelumnya, agar memiliki arti pada saat dilakukan analisis nanti (Bungin, 2005:173). Pemberian kode boleh dalam bentuk huruf maupun angka (Suliyanto, 2009:165).

3. Tabulating

Menurut Bungin (2005:173) tabulating atau tabulasi adalah proses memasukkan data dalam tabel-tabel. Setelah data selesai dimasukkan dalam tabel selanjutnya

peneliti akan menganalisis data-data tersebut dengan menggunakan bantuan program komputer yaitu SPSS.

3.7 Uji Instrumen Penelitian

3.7.1 Uji Kualitas Data

1. Uji Validitas

Nasution (1996:74) menyatakan bahwa suatu instrumen dikatakan valid, jika instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur. Umar (2009:166) menyatakan bahwa uji validitas digunakan untuk mengetahui apakah ada pertanyaan atau pernyataan harus di buang atau diganti karena dianggap tidak relevan. Siregar (2013:48) menyatakan untuk menguji sejauh mana tingkat validitas instrumen penelitian data, maka dapat digunakan teknik korelasi product moment dari Pearson. Uji validitas dilakukan dengan membandingkan antara nilai r hitung dengan nilai r tabel dengan nilai signifikansi (α) = 0,05.

- Jika r hitung $>$ dari r tabel dan bernilai r positif, maka butir pernyataan valid.
- jika r hitung $<$ r tabel maka pernyataan dapat dikatakan tidak valid.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk menetapkan apakah instrumen dalam hal ini kuesioner dapat digunakan lebih dari satu kali seperti digunakan oleh responden yang sama (Umar, 2009:168).

Hal yang harus diperhatikan dalam uji reliabilitas :

- Nilai-nilai pengujian reliabilitas berasal dari skor-skor item pernyataan yang valid.
- Instrumen dikatakan reliabel, jika nilai Cronbach Alpha yang diperoleh lebih besar dari 0,60.

3.7.2 Uji Hipotesis

1. Analisis Regresi Linier Berganda

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini dilakukan dengan analisis regresi. Karena variabel bebas lebih dari satu variabel maka dilakukan analisis regresi linier berganda. Regresi Linier berganda adalah regresi di mana variabel terikatnya (Y) dihubungkan atau dijelaskan lebih dari satu variabel, mungkin dua, tiga dan seterusnya variabel bebas (X_1, X_2, \dots, X_n) namun masih menunjukkan diagram hubungan yang linear. Regresi linear berganda berguna untuk menunjukkan besarnya pengaruh beberapa variabel bebas terhadap variabel tidak bebas.

Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat diformulasikan sebagai berikut: (Sugiona, 2009 : 277)

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Keterangan :

Y = Variabel terikat (dependent)

a = Nilai konstanta

X (1,2,3,,n) = Variabel bebas (independent)

b (1, 2,) = Koefisien regresi berganda

Data yang sudah terkumpul secara sistematis kemudian dianalisis dengan menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu dengan menguraikan data dalam kalimat yang tersusun secara terperinci, sistematis dan analisis sehingga akan memudahkan dalam melakukan penarikan terhadap sebuah kesimpulan.

2. Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)

Koefisiensi Determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variansi variabel dependen. Namun pengaruh koefisiensi determinan (R^2) memiliki kelemahan, yaitu bisa terhadap jumlah variabel independen yang dimasukkan kedalam modal. Apabila nilai koefisiensi determinasi dalam regresi semakin kecil (mendekati nol) berarti semakin kecil pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen, sedangkan jika nilainya mendekati nilai satu maka bisa dikatakan bahwa pengaruhnya sangat luas. Jadi uji ini digunakan untuk mengukur besarnya persentase pengaruh semua variabel independen terhadap variabel dependen.

3. Uji Statistik t (Parsial)

Uji statistik t digunakan untuk mengetahui apakah dalam model regresi variabel independen secara parsial berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Tingkat signifikansi yang akan digunakan adalah 0,05 dengan kriteria pengujian H_0 akan diterima jika $t_{tabel} < t_{hitung}$ dan H_0 akan ditolak jika $t_{hitung} > t_{tabel}$. Adapun untuk melakukan uji statistik menggunakan koefisien regresi variabel pelayanan.

H_0 : “Tidak terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan yang terdiri dari empat dimensi yakni Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy terhadap kepuasan pelanggan unit layanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh”.

H_1 : “Terdapat pengaruh antara kualitas pelayanan yang terdiri dari 4 dimensi yakni Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy terhadap kepuasan pelanggan unit layanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh”

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum PT. PLN Unit Layanan Merduati

Perusahaan Listrik Negara Wilayah Aceh, merupakan perusahaan umum yang ditetapkan berdasarkan peraturan pemerintah No.17 tahun 1990 dan pada 16 November 1993 surat keputusan kepada menteri keuangan No. B-205/M/Sesneg/II/1993 tentang pengalihan bentuk badan usaha perusahaan umum listrik Negara menjadi Persero. Proses tanggal 17 Desember 1993 dengan SK menteri pertambangan dan No.4564.K/702/M-PE/1993 tentang tim pengalihan bentuk perubahan umum listrik Negara menjadi PT.PLN (Persero) dan pada tanggal 20 Desember 1993 dengan SK direksi perum listrik Negara No.167 K/058/DIR/1993 tentang tim penyiapan perubahan badan usaha perubahan listrik Negara menjadi Persero.

1. Pengalihan bentuk perusahaan Dasar peraturan pemerintah No. 23 tahun 1994.
2. Penetapan model persero Dasar : Keputusan menteri keuangan No. 317/KMK.016/1994 tanggal 28 Juni 1994 dengan dasar modal Rp. 63 triliun ditetapkan dan di setor penuh Rp.13 triliun.
3. Penutupan perum listrik Negara/Pendirian PT. PLN (Persero) Wilayah NAD membentuk unit-unit lain seluruh daerah untuk membantu tugasnya.

4.1.1 Visi dan Misi PT. PLN Unit Layanan Merduati

1. Visi PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Merduati

Diakui sebagai Perusahaan Kelas Dunia yang Bertumbuh kembang, Unggul dan terpercaya dengan bertumpu pada Potensi Insani.

2. Misi PT. PLN (Persero) Unit Pelayanan Merduati

- Menjalankan bisnis kelistrikan dan bidang lain yang terkait, berorientasi pada kepuasan pelanggan, anggota perusahaan dan pemegang saham.
- Menjadikan tenaga listrik sebagai media untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat.
- Mengupayakan agar tenaga listrik menjadi pendorong kegiatan ekonomi.
- Menjalankan kegiatan usaha yang berwawasan lingkungan

Moto P.T Perusahaan Listrik Negara (Persero) ialah *“Electricity For A Better Life”* yang memiliki arti Listrik untuk kehidupan yang lebih baik. Dalam upaya mewujudkan visi dan misi perusahaan, kami mengembangkan wawasan bersama sebagai panduan dalam bekerja dan

berkarya dengan menjunjung tinggi nilai-nilai perusahaan yang terdiri dari saling percaya, Integritas, peduli dan pembelajar.

4.2 Karakteristik Responden

Responden pada penelitian ini merupakan masyarakat yang merupakan pengguna jasa dari PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Unit Pelayanan Merduati Banda Aceh. Responden dalam penelitian ini berjumlah 100 orang merupakan masyarakat kota Banda Aceh yang merasakan pelayanan/ jasa dari PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Unit Layanan Merduati Banda Aceh.

4.2.1 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden pada penelitian ini merupakan pengguna jasa dari PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Unit Pelayanan Merduati Banda Aceh. Adapun data responden tersebut jika dilihat berdasarkan jenis kelaminnya adalah sebagai berikut:

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah	%
1	Laki-laki	51	51%
2	Perempuan	49	49%

Sumber: data diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.1 di atas, dapat dilihat bahwa besaran responden dari sudut pandang laki-laki sebesar 51% dari seluruh responden, sedang selebihnya yaitu sebanyak 49% adalah responden berjenis kelamin perempuan.

4.2.2 Responden Berdasarkan Usia

Kemudian untuk melihat responden berdasarkan usia/ umur dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia Responden

No	Jenis Kelamin	Jumlah	%
1	< 17 Tahun	4	4%
2	17-25 Tahun	59	59%
3	26-35 Tahun	31	31%
4	36-45 Tahun	6	6%

Sumber: data diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.2 tentang karakteristik responden berdasarkan usia. Dapat dilihat bahwa responden yang paling dominan pada penelitian ini adalah responden pada klasifikasi usia 17-25 Tahun yakni sebanyak 59%, sedangkan usia yang paling sedikit ialah pada klasifikasi usia < 17 tahun yaitu sebanyak 4 responden.

4.2.3 Responden Berdasarkan Pendidikan

Kemudian untuk melihat responden berdasarkan pendidikan dapat dilihat pada tabel 4.2 berikut ini:

Tabel 4.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Jenis Kelamin	Jumlah	%
1	SMP	3	3%
2	SMA	53	53%
3	D3	8	8%
4	S1	33	33%
5	S2	3	3%

Sumber: data diolah (2020)

Berdasarkan Tabel 4.3 dapat dilihat bahwa karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan. Responden yang paling dominan pada penelitian ini adalah responden dengan tingkat pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) yakni sebesar 53%. Sedangkan untuk responden yang paling sedikit adalah responden dengan tingkat pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) dan Srata 2 (S2) yakni masing-masing dengan angka 3%.

4.3 Metode Analisis Data

4.3.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur instrumen-instrumen yang ingin digunakan dalam penelitian, dimana berfungsi mengetahui valid atau tidaknya instrumen-instrumen yang digunakan. Pengujian ini dilakukan dengan teknik pengumpulan skor, kemudian skor tersebut diolah dengan *Coefficient Correlation Pearson* dalam SPSS dengan ketentuan jika nilai *Pearson Correlation* lebih besar daripada nilai *r* Tabel maka nilai pernyataan kuesioner dinyatakan valid, sebaliknya jika nilai *Pearson Correlation* lebih kecil daripada nilai *r* Tabel maka nilai pernyataan kuesioner dinyatakan tidak valid.

Tabel 4.4
Uji Validitas

Variabel	r tabel n=98	Pearson Correlation n=98	Keterangan
Keandalan (X ₁)			
X1.1	0,1654	0,819	Valid
X1.2	0,1654	0,837	Valid
X1.3	0,1654	0,729	Valid
X1.4	0,1654	0,839	Valid
Ketanggapan (X ₂)			
X2.1	0,1654	0,810	Valid
X2.2	0,1654	0,757	Valid
X2.3	0,1654	0,814	Valid
X2.4	0,1654	0,836	Valid
Jaminan (X ₃)			
X3.1	0,1654	0,817	Valid
X3.2	0,1654	0,853	Valid
X3.3	0,1654	0,867	Valid
X3.4	0,1654	0,852	Valid
Kepedulian (X ₄)			
X4.1	0,1654	0,823	Valid
X4.2	0,1654	0,870	Valid
X4.3	0,1654	0,871	Valid
X4.4	0,1654	0,803	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)			
Y1.1	0,1654	0,833	Valid
Y1.2	0,1654	0,830	Valid
Y1.3	0,1654	0,758	Valid
Y1.4	0,1654	0,842	Valid
Y1.5	0,1654	0,783	Valid

Sumber: data diolah (2020)

4.3.2 Uji Reabilitas

Uji Reliabilitas digunakan untuk mengukur indeks yang menunjukkan sejauh mana alat yang digunakan dapat diandalkan atau dapat dipercaya. Uji reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan teknik pengukuran koefisien dari *Alpa Cronbach*. Koefisien *Cronbach Alpa* yang $> 0,60$ menunjukkan kehandalan (reliabilitas) instrumen (bila dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang sama) dan jika koefisien *Cronbach Alpa* yang $< 0,60$ menunjukkan kurang handalnya instrumen (bila variabel-variabel tersebut dilakukan penelitian ulang dengan waktu dan dimensi yang berbeda akan menghasilkan kesimpulan yang berbeda). Selain itu, *Cronbach Alpa* yang semakin mendekati 1 (satu) menunjukkan semakin tinggi konsistensi internal reliabilitasnya (Sugiyono, 2013).

Tabel 4.5
Uji Reabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Keandalan (X_1)	4	0,817	Reliabel
Ketanggapan (X_2)	4	0,815	Reliabel
Jaminan (X_3)	4	0,828	Reliabel
Kepedulian (X_4)	4	0,827	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	5	0,808	Reliabel

Sumber: data diolah (2020)

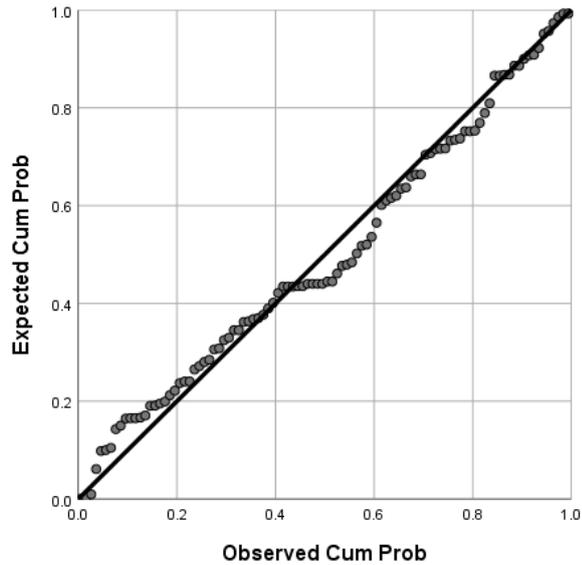
Berdasarkan pengujian Reliabilitas pada Tabel 4.5 menunjukkan angka *Cronbach's Alpha* lebih besar dari 0,6. Berdasarkan hasil tersebut maka dapat disimpulkan bahwa setiap pertanyaan/ pernyataan yang digunakan dalam kuesioner penelitian ini reliabel.

4.3.3 Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

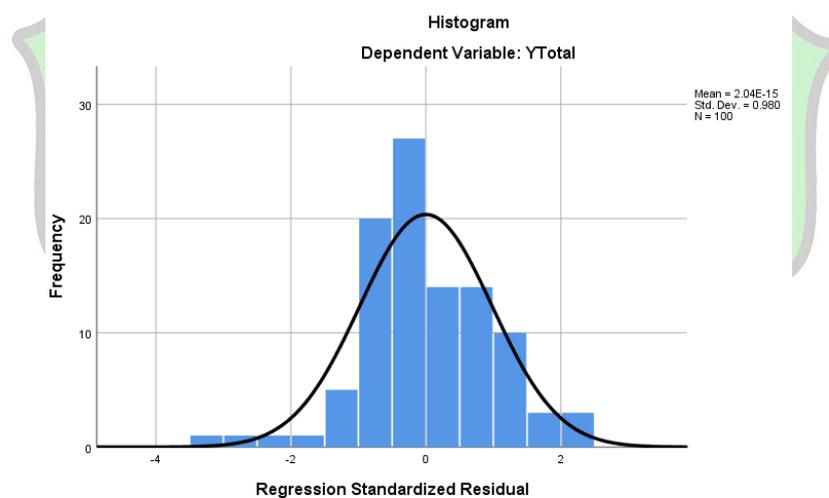
Uji Normalitas dilakukan untuk melihat apakah variabel independen maupun variabel dependen mempunyai distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan dengan Normal *P-Plot of Regression Standardized Residual* dan menggunakan grafik histogram. Cara melihat ia berdistribusi normal ialah dengan melihat penyebaran yang terjadi di garis diagonal. Jika penyebaran data disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonalnya, maka model regresi tersebut memenuhi asumsi normalitas.

Kemudian pada tampilan grafik histogram, distribusi data membentuk lonceng (*bell shaped*), tidak condong ke kiri atau condong ke kanan sehingga data dengan pola seperti ini memiliki distribusi normal (Hadiwidjaja dan Triani, 2009). Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.1 dan gambar 4.2 di bawah ini:



Sumber: data primer diolah (2020)

Gambar 4.1
Grafik Normal P-Plot



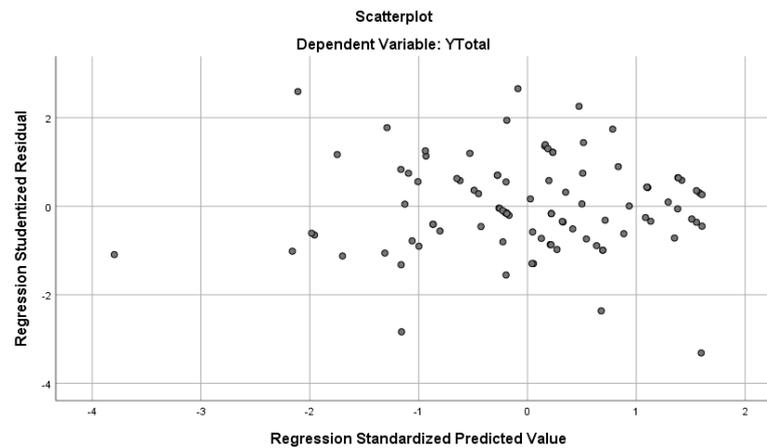
Sumber: data primer diolah (2020)

Gambar 4.2
Grafik Histogram

Berdasarkan grafik normal probability plot dan grafik histogram dapat disimpulkan bahwa grafik histogram memberikan pola distribusi mendekati normal, sedangkan pada grafik normal plot terlihat titik-titik menyebar disekitar garis diagonal, serta penyebarannya mengikuti arah garis diagonal. Kedua grafik ini menunjukkan bahwa model regresi layak digunakan karena memenuhi asumsi normalitas.

2. Uji Heterokedastisitas

Uji Heterokedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi perbedaan/ ketidaksamaan varian dari residual satu pengamatan yang lain yang dilihat berdasarkan pola grafik. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada gambar 4.3 dibawah ini:



Sumber: data primer diolah (2020)

Gambar 4.3
Grafik Scatterplot

Tampilan grafik *scatterplot* pada Gambar 4.3, menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak baik di atas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa pada model regresi yang seperti ini tidak terjadi heteroskedastisitas dan layak untuk digunakan.

3. Uji multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terdapat korelasi diantara variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel bebas (Ghozali, 2012). Pendeteksian multikolinearitas dalam model regresi dapat dilihat melalui nilai tolerance dan Variance Inflation Factor (VIF). Suatu model regresi dikatakan multikolinearitas apabila nilai tolerance < 0.10 dan nilai VIF > 10 .

Tabel 4.6
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,487	1,18		2,108	0,038		
KEANDALAN	0,017	0,092	0,015	0,185	0,854	0,394	2,535
¹ KETANGGAPAN	0,071	0,118	0,054	0,603	0,548	0,326	3,07
JAMINAN	0,472	0,111	0,374	4,255	0	0,337	2,97
KEPEDULIAN	0,548	0,098	0,492	5,621	0	0,34	2,942

a. Dependent Variable: KEPUASAN_KONSUMEN

Berdasarkan hasil uji multikolinearitas pada tabel 4.11 terlihat bahwa semua variabel mempunyai nilai toleransi di atas 0,1 dan nilai VIF di bawah 10, sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi pada penelitian ini tidak terjadi multikolinieritas.

4.4 Analisis Regresi Sederhana

Analisis Regresi Sederhana digunakan untuk menjelaskan hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Pada penelitian ini variabel independen yang digunakan adalah Keandalan (X_1), Ketanggapan (X_2), Jaminan (X_3) dan Kepedulian (X_4) sedangkan yang menjadi variabel dependen pada penelitian ini adalah Kepuasan Konsumen (Y). Adapun hasil pengujian data tersebut dapat dilihat pada tabel 4.6 dibawah ini:

Tabel 4.7
Analisis Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Beta		
(Constant)	2.847		2.108	
Keandalan	0.017	0.015	0.185	0.394
Ketanggapan	0.071	0.054	0.603	0.548
Jaminan	0.072	0.374	4.255	0.000
Kepedulian	0.548	0.492	5.621	0.000
R	0.868	a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen		
R Square (R^2)	0.753			
Adjusted R Square	0.742			
F Hitung	72.335			
Sig.	0.000			

Sumber: data primer diolah (2020)

Berdasarkan hasil Analisis Regresi Berganda pada tabel 4.6 dapat dirumuskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 2.847 + 0.017X_1 + 0.071X_2 + 0.072X_3 + 0.548X_4 + \text{error term}$$

Interpretasi dari persamaan Regresi Linier Berganda di atas, adalah sebagai berikut:

$\alpha =$ 2.847, Berdasarkan persamaan regresi di atas, dapat dilihat bahwa nilai konstanta adalah 2.847 yang berarti jika Keandalan (X_1), Ketanggapan (X_2), Jaminan (X_3) dan Kepedulian (X_4) bernilai nol atau konstan maka Kepuasan Konsumen (Y) bernilai 2.847.

$\beta_1 =$ 0.017, Koefisien regresi variabel Keandalan (X_1) adalah sebesar 0.017, hal ini menunjukkan bahwa jika nilai Keandalan meningkat 1% maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 1,7% dengan asumsi variabel lain konstan atau tetap.

$\beta_2 =$ 0.071, hasil regresi Ketanggapan (X_2) adalah sebesar 0.071, hal ini menunjukkan bahwa jika nilai Ketanggapan meningkat 1% maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 7,1% dengan asumsi variabel lain konstan atau tetap.

$\beta_3 =$ 0.072, hasil regresi Jaminan (X_3) adalah sebesar 0.072, hal ini menunjukkan bahwa jika nilai Jaminan meningkat 1% maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 7,2% dengan asumsi variabel lain konstan atau tetap.

$\beta_4 =$ 0.548, hasil regresi Kepedulian (X_4) adalah sebesar 0.548, hal ini menunjukkan bahwa jika nilai Jaminan meningkat 1% maka akan meningkatkan kepuasan konsumen sebesar 54,8% dengan asumsi variabel lain konstan atau tetap.

Berdasarkan paparan hasil Analisis Regresi Berganda di atas, dapat dilihat bahwa variabel yang paling dominan mempengaruhi Kepuasan Konsumen adalah variabel Kepedulian yakni sebesar 54,8%. sedangkan variabel yang paling sedikit pengaruhnya ialah variabel Keandalan yakni 1,7%.

4.5 Deskriptif Data Penelitian

Deskriptif data penelitian dilakukan untuk memudahkan penilaian rata-rata dari item kuesioner maka dibuat interval sebanyak responden. Dalam penelitian ini penulis menentukan banyaknya kelas interval sebanyak lima kelas. Adapun hal tersebut dapat dilakukan dengan rumus yang dari Sudjana (2005:47).

$$\text{Panjang Kelas} = \frac{\text{Rentan}}{\text{Banyak Kelas Interval}}$$

dimana :

Rentan = nilai tertinggi – nilai terendah

Banyaknya kelas interval = 5

Berdasarkan rumus di atas, maka panjang kelas interval adalah:

$$\text{Panjang Kelas} = \frac{5 - 1}{5} = 0,8$$

Berdasarkan hasil tersebut dapat dibuat kriteria sebagai berikut:

Tabel 4.8
Interval Penilaian Jawaban Responden

Keterangan (Pilihan)	Skor
1,00 – 1,79	Sangat Tidak Baik (STB)
1,80 – 2,59	Tidak Baik (TB)
2,60 – 3,39	Kurang Baik (KB)
3,40 – 4,19	Baik (B)
4,20 – 5,00	Sangat Baik (SB)

Sumber: Hair (2010).

Berdasarkan pengolahan data, tanggapan responden terhadap variabel keandalan (X1) adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Deskriptif Jawaban Keandalan

Pertanyaan	Alternatif Pilihan Jawaban					Rata-rata
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Q1	2	0	10	56	32	4,16
Q2	3	0	6	66	25	4,1
Q3	0	2	4	60	34	4,26
Q4	1	6	12	41	40	4,13
Rata-rata keseluruhan tingkat kesetujuan responden						4,16

Berdasarkan Tabel 4.8 di atas, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata dari keseluruhan tingkat responden pada variabel keandalan sebesar 4,16 dimana nilai tersebut menurut interval penilaian pada tabel 4.7 masuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai baik untuk pertanyaan tentang keandalan. Indikator yang mendapatkan nilai rata-rata paling tinggi ialah “Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memiliki keakuratan dalam sistem kelistrikan” dengan nilai rata-rata 4,26. Kemudian Indikator yang mendapatkan nilai rata-rata paling rendah ialah “Pelayanan PT. PLN Merduati Banda Aceh sesuai dengan yang

diharapkan” dengan nilai rata-rata 4,10. Semua indikator dari keandalan dalam penelitian ini menunjukkan hasil penilaian yang setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penilaian konsumen PT. PLN Merduati Banda Aceh baik.

Tabel 4.10
Deskriptif Jawaban Ketanggapan

Pertanyaan	Alternatif Pilihan Jawaban					Rata-rata
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Q1	0	1	8	67	24	4,14
Q2	0	1	10	58	31	4,19
Q3	0	0	12	63	25	4,13
Q4	1	5	18	54	22	3,91
Rata-rata keseluruhan tingkat kesetujuan responden						4,09

Berdasarkan Tabel 4.9 di atas, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata dari keseluruhan tingkat responden pada variabel ketanggapan sebesar 4,09 dimana nilai tersebut menurut interval penilaian pada tabel 4.7 masuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai baik untuk pertanyaan tentang ketanggapan. Indikator yang mendapatkan nilai rata-rata paling tinggi ialah “Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memiliki sistem yang cepat dan tanggap dalam mengatasi sistem kelistrikan” dengan nilai rata-rata 4,19. Kemudian Indikator yang mendapatkan nilai rata-rata paling rendah ialah “Petugas unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh tanggap dalam menerima keluhan konsumen” dengan nilai rata-rata 3,91. Semua indikator dari ketanggapan dalam penelitian ini menunjukkan hasil penilaian yang setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penilaian konsumen PT. PLN Merduati Banda Aceh baik.

Tabel 4.11
Deskriptif Jawaban Jaminan

Pertanyaan	Alternatif Pilihan Jawaban					Rata-rata
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Q4	0	3	9	59	29	4,14
Q3	0	2	11	56	31	4,16
Q2	0	1	9	66	24	4,13
Q1	0	1	11	56	32	4,19
Rata-rata keseluruhan tingkat kesetujuan responden						4,15

Berdasarkan Tabel 4.10 di atas, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata dari keseluruhan tingkat responden pada variabel Jaminan sebesar 4,15 dimana nilai tersebut menurut interval penilaian pada tabel 4.7 masuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai baik untuk pertanyaan tentang ketanggapan. Indikator yang mendapatkan nilai rata-rata paling tinggi ialah “Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memiliki jaminan dalam hal kerahasiaan penggunaan” dengan nilai rata-rata 4,19. Kemudian Indikator yang mendapatkan nilai rata-rata paling rendah ialah “Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memberikan kepercayaan kepada pengguna” dengan nilai rata-rata 4,13. Semua indikator dari jaminan dalam penelitian ini menunjukkan hasil penilaian yang setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penilaian konsumen PT. PLN Merduati Banda Aceh baik.

Tabel 4.12
Deskriptif Jawaban Kepedulian

Pertanyaan	Alternatif Pilihan Jawaban					Rata-rata
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Q1	0	3	13	48	36	4,17
Q2	0	4	13	55	28	4,05
Q3	0	2	20	52	26	4,02
Q4	0	5	12	59	24	4,02
Rata-rata keseluruhan tingkat kesetujuan responden						4,07

Berdasarkan Tabel 4.11 di atas, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata dari keseluruhan tingkat responden pada variabel kepedulian sebesar 4,07 dimana nilai tersebut menurut interval penilaian pada tabel 4.7 masuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai baik untuk pertanyaan tentang ketanggapan. Indikator yang mendapatkan nilai rata-rata paling tinggi ialah “Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh Prabayar sangat memprioritaskan kepentingan pengguna” dengan nilai rata-rata 4,12. Kemudian Indikator yang mendapatkan nilai rata-rata paling rendah ada dua yakni, “Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh mendengarkan apa yang disampaikan konsumen secara baik” dan “Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memberikan kepastian pada pengguna” dengan masing-masing nilai rata-rata 4,02. Semua indikator dari kepedulian dalam penelitian ini menunjukkan hasil penilaian yang setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penilaian konsumen PT. PLN Merduati Banda Aceh baik.

Tabel 4.13
Deskriptif Jawaban Kepuasan

Pertanyaan	Alternatif Pilihan Jawaban					Rata-rata
	Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Kurang Setuju	Setuju	Sangat Setuju	
Q1	0	1	13	50	36	4,21
Q2	0	33	51	14	42	4,85
Q3	0	22	60	15	3	3
Q4	0	2	12	57	29	4,13
Q5	0	2	8	58	32	4,2
Rata-rata keseluruhan tingkat kesetujuan responden						4,08

Berdasarkan Tabel 4.12 di atas, dapat dilihat bahwa nilai rata-rata dari keseluruhan tingkat responden pada variabel kepuasan sebesar 4,08 dimana nilai tersebut menurut interval penilaian pada tabel 4.7 masuk dalam kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa responden menilai baik untuk pertanyaan tentang ketanggapan. Indikator yang mendapatkan nilai rata-rata paling tinggi ialah “Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memiliki sistem pelayanan sangat cepat dan tepat” dengan nilai rata-rata 4,85. Kemudian Indikator yang mendapatkan nilai rata-rata paling rendah ialah “Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh menanggapi dengan baik terhadap masukan dari pelanggan” dengan nilai rata-rata 3,00. Semua indikator dari kepuasan dalam penelitian ini menunjukkan hasil penilaian yang setuju. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penilaian konsumen PT. PLN Merduati Banda Aceh baik.

4.6 Pengujian Hipotesis

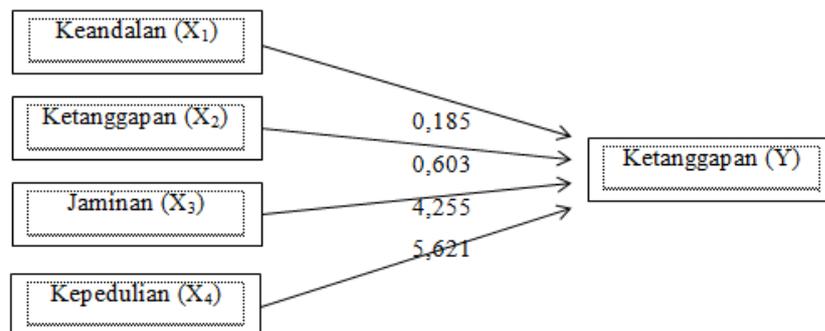
Berdasarkan hasil pengujian yang sudah dilakukan maka pengujian hipotesis dapat dilihat dalam tabel 4.13:

Tabel 4.14
Pengujian Hipotesis

No	Hipotesis	Keterangan
1	Adanya pengaruh dari variabel <i>reliability</i> terhadap kepuasan konsumen PT. PLN Unit Layanan Merduati.	Ditolak
2	Adanya pengaruh dari variabel <i>responsiveness</i> terhadap kepuasan konsumen PT. PLN Unit Layanan Merduati.	Ditolak
3	Adanya pengaruh dari variabel <i>assurance</i>	Diterima

	terhadap kepuasan konsumen PT. PLN Unit Layanan Merduati.	
4	Adanya pengaruh dari variabel <i>empathy</i> terhadap kepuasan konsumen PT. PLN Unit Layanan Merduati.	Diterima
5	Adanya pengaruh dari variabel <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> dan <i>empathy</i> secara bersama-sama terhadap kepuasan konsumen PT. PLN Unit Layanan Merduati.	Diterima

Adapun gambaran dari pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat pada kerangka pemikiran berikut:



4.7 Pembahasan

4.7.1 Pengujian Secara Parsial

Pengujian secara parsial dilakukan untuk mengetahui pengaruh masing-masing variabel Independen terhadap variabel Dependen. Hasil perhitungan secara parsial dengan Aplikasi SPSS dapat dilihat pada Tabel 4.6.

1. Pengaruh Keandalan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pengujian secara parsial pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa T hitung (0.185) < (1.660) T tabel dengan nilai signifikansi sebesar (0.394) yang berarti variabel keandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen listrik Prabayar. Hal ini dikarenakan nilai T hitung lebih kecil dari pada nilai T tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari pada standar eror. Dengan demikian hipotesis yang diajukan H₁ ditolak sedangkan H₀ diterima. Hasil temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Panjaitan dan

Yulianti (2016) yang menyatakan bahwa Keandalan tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap Kepuasan Konsumen.

2. Pengaruh Ketanggapan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pengujian secara parsial pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa T hitung (0.603) < (1.660) T tabel dengan nilai signifikansi sebesar (0.548) yang berarti variabel ketanggapan tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen listrik Prabayar. Hal ini dikarenakan nilai T hitung lebih kecil dari pada nilai T tabel dan nilai signifikansi lebih besar dari pada standar error. Dengan demikian hipotesis yang diajukan H_1 ditolak sedangkan H_0 diterima. Hasil temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Panjaitan dan Yulianti (2016) yang menyatakan bahwa ketanggapan tidak berpengaruh signifikan terhadap terhadap Kepuasan Konsumen.

3. Pengaruh Jaminan Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pengujian secara parsial pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa T hitung (4.255) > (1.660) T tabel dengan nilai signifikansi sebesar (0.000) yang berarti variabel ketanggapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen listrik Prabayar. Hal ini dikarenakan nilai T hitung lebih besar dari pada nilai T tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari pada standar error. Dengan demikian hipotesis yang diajukan H_1 diterima sedangkan H_0 ditolak. Hasil temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Prayogo (2018), Chasanah (2015), Markoni (2015) dan Tawakkal (2013) yang menyatakan bahwa jaminan berpengaruh signifikan terhadap terhadap Kepuasan Konsumen.

4. Pengaruh Kepedulian Terhadap Kepuasan Konsumen

Berdasarkan pengujian secara parsial pada Tabel 4.6 menunjukkan bahwa T hitung (5.621) > (1.660) T tabel dengan nilai signifikansi sebesar (0.000) yang berarti variabel ketanggapan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan konsumen listrik Prabayar. Hal ini dikarenakan nilai T hitung lebih besar dari pada nilai T tabel dan nilai signifikansi lebih kecil dari pada standar error. Dengan demikian hipotesis yang diajukan H_1 diterima sedangkan H_0 ditolak. Hasil temuan ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Prayogo (2018), Chasanah (2015), Markoni (2015) dan Tawakkal (2013) yang menyatakan bahwa Kepedulian berpengaruh signifikan terhadap terhadap Kepuasan Konsumen.

4.7.2 Pengujian Secara Simultan

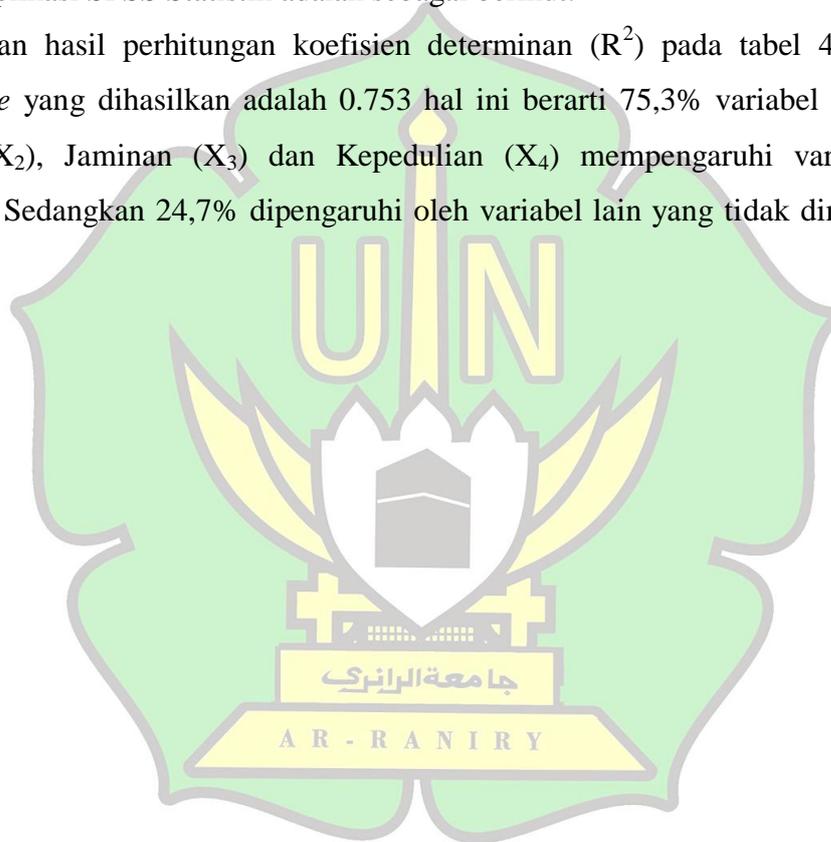
Pengujian secara simultan dilakukan untuk mengetahui apakah variabel Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Kepedulian secara Simultan atau bersama-sama berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen. Nilai koefisien Keandalan sebesar 0.017, nilai koefisien

Ketanggapan sebesar 0.071, nilai koefisien Jaminan sebesar 0.072 dan nilai koefisien Kepedulian sebesar 0.548 maka nilai koefisien β_i ($\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$) $\neq 0$. Artinya semua variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap Kepuasan Konsumen Listrik Prabayar.

4.7.3 Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian koefisien determinasi merupakan pengujian yang dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen yakni Keandalan (X_1), Ketanggapan (X_2), Jaminan (X_3) dan Kepedulian (X_4) dalam mempengaruhi variabel dependen Kepuasan Konsumen (Y). Adapun hasil perhitungan uji koefisien determinan (R^2) yang sudah dihitung dengan menggunakan aplikasi SPSS Statistik adalah sebagai berikut:

Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinan (R^2) pada tabel 4.6 dapat dilihat bahwa *R Square* yang dihasilkan adalah 0.753 hal ini berarti 75,3% variabel Keandalan (X_1), Ketanggapan (X_2), Jaminan (X_3) dan Kepedulian (X_4) mempengaruhi variabel Kepuasan Konsumen (Y). Sedangkan 24,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.



BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini mencoba untuk mengukur pengaruh Keandalan (*Reliability*), Ketanggapan (*Responsiveness*), Jaminan (*Assurance*) dan Kepedulian (*Empathy*) yang diberikan oleh PT. Perusahaan Listrik Negara Unit Pelayanan Merduati Banda Aceh terhadap Kepuasan Konsumen yakni masyarakat yang berada di Kecamatan Baiturahman, Bandaraya, Jaya Baru, Kuta Raja, Lueng Bata dan Kematan Meuraxa. Berdasarkan hasil analisis yang sudah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan tabel coefficients, diperoleh model regresi linier berganda sebagai berikut:

$$Y = 2.847 + 0.017 + 0.071 + 0.072 + 0.548 + \text{error term}$$

Model regresi linier berganda di atas telah diuji kelayakan asumsi normalitas, dan heteroskedastisitas yang hasilnya bahwa model regresi berganda di atas layak untuk memprediksi variabel dependen.

2. Berdasarkan hasil uji hipotesis secara parsial :
 - Keandalan PT. Perusahaan Listrik negara Unit Pelayanan Merduati Banda Aceh tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen listrik Prabayar.
 - Ketanggapan PT. Perusahaan Listrik Negara Unit Pelayanan Merduati Banda Aceh tidak berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen listrik Prabayar.
 - Jaminan PT. Perusahaan Listrik Negara Unit Pelayanan Merduati Banda Aceh berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen listrik Prabayar.
 - Kepedulian PT. Perusahaan Listrik Negara Unit Pelayanan Merduati Banda Aceh berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen listrik Prabayar.
 - Keandalan, Ketanggapan, Jaminan dan Kepedulian PT. Perusahaan Listrik Negara Unit Pelayanan Merduati Banda Aceh berpengaruh signifikan terhadap Kepuasan Konsumen listrik Prabayar.
3. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinan (R^2) bahwa R Square yang dihasilkan adalah 0.753 hal ini berarti 75,3% variabel Keandalan (X_1), Ketanggapan (X_2), Jaminan (X_3) dan Kepedulian (X_4) mempengaruhi variabel Kepuasan Konsumen (Y). Sedangkan 24,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan serta mempertimbangkan hasil yang sudah dicapai maka peneliti akan menyampaikan beberapa masukan atau saran kepada beberapa pihak yang dijadikan bahan masukan untuk kedepannya. Adapun beberapa masukan tersebut adalah sebagai berikut:

1. Kepada pihak PT. Perusahaan Listrik Negara Unit Pelayanan Merduati Banda Aceh diharapkan untuk meningkatkan tingkat keandalan dan ketanggapan kepada konsumen hal ini dikarenakan pada penelitian ini menunjukkan keandalan dan ketanggapan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen. Agar konsumen PT. Perusahaan Listrik Negara semakin merasakan kepuasan pelayanan yang diberikan.
2. Peningkatan kualitas pelayanan dapat dilakukan dengan mengadakan pealtihan bagi karyawan.
3. Karyawan hendaknya juga dibekali dengan keterampilan khusus sehingga mampu menangani keluhan pelanggan dengan baik dan cepat.
4. Pelayanan yang diberikan kepad pelanggan hendaknya didukung dengan fasilitas fisik, peralatan dan berbagai materi komunikasi yang memadai sehingga dapat memberikan pelayanan yang maksimal kepada pelanggan, pembayaran dapat dilakukan dengan baik, tepat dan cepat.
5. Karyawan hendaknya memiliki perhatian yang tinggi kepada pelanggan.
6. Bagi penelitian lain hendaknya mengembangkan pada variabel bebas lainnya yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan.
7. Diharapkan pada penelitian selanjutnya untuk menambahkan penggunaan metode lain selain kuesioner dalam pengumpulan data agar data yang diperoleh lebih valid, seperti menggunakan metode wawancara.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Mustaq. 2011. *"Etika Bisnis Dalam Islam"* Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Karim Adiwarmanto. 2007. *"Ekonomi Mikro Islam"*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Arikunto Suharsimi. 2010. *"Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek"*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Chasanah, A. (2015). Penilaian Kinerja Keuangan Perusahaan Menggunakan Analisis Rasio Keuangan dan Konsep Economic Value Added (Eva) (Studi Padapt Gudang Garam, Tbk dan Pt Hm Sampoerna, Tbk Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Periode 2011-2013). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 20(1), 1–6.
- Christopher Lovelock dkk. 2010. *"Pemasaran Jasa (Manusia, Teknologi, Strategi) Perspektif Indonesia"*, Jakarta: Erlangga, Jilid 2 Edisi Ketujuh.
- Departemen Agama RI. 2010. *"Al-Qur'an dan Terjemahannya"*, Bandung: Diponegoro.
- Departemen Pendidikan Nasional. 2011. *"Kamus Besar Bahasa Indonesia"*, Jakarta: Gramedia.
- EM Zul Fajri dan Ratu Aprilia Senja. 2008. *"Kamus Lengkap Bahasa Indonesia Edisi Revisi"*, Semarang: Difa Publisher.
- Freddy Rangkuti. 2006. *"Measuring Customer Satisfaction: Gaining Relationship Strategy"*, Jakarta: Gramedia.
- Hadiwidjaja, Rini dan Lely Triani. 2009. "Pengaruh Profitabilitas Terhadap Dividen Payout Ratio Pada Perusahaan Manufaktur Di Indonesia." *Jurnal Organisasi dan Manajemen* Vol 5 No 2: p.49-54.
- Kasmir, 2004. *"Pemasaran Bank"*, Jakarta: Kencana.
- Kolter Philip. 2002. *"Manajemen Pemasaran"*, Jakarta: Indeks.
- Kuncoro Mudrajad. 2009. *"Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi"*, Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoandi Rambat. 2004. *"Manajemen Pemasaran Jasa: Teori dan Praktek"*, Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoandi Rambat. 2006 *"Manajemen Pemasaran jasa"*, Jakarta: Salemba Empat.
- Lupiyoandi Rambat. 2001 *"Manajemen Perusahaan Jasa"*, Jakarta: Salemba Empat.
- Narbuko Cholid. 2002. *"Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Praktik"*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Panjaitan, Januar Efendi dan Yulianti Ali Lili. 2016. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada JNE Cabang Bandung. *Jurnal Manajemen* Vol:11(2).
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. and Berry, L.L. (1998), SERVQUAL: a multiple item scale for measuring consumer perceptions of service quality, *Journal of Retailing*, vol. 64 No, 1, pp. 12-40.
- Pattikawa, Bennazir. 2015, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Voucher Listrik Prabayar Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Pelayanan Listrik Di Kota Tarakan. Tarakan: Jurnal Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman*. Vol.3, No1.
- Philip Kolter, A.B Susanto. 2000. *"Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia"*, Jakarta: Salemba Empat.
- Prayog P. Harto dan Ria Riwandari. 2018. Tinjauan Teoritis Laporan Keuangan Badan Usaha Milik Dsa (BUMDESA) Berbasis Syariah. *Jurnal Akuntansi Keuangan*. Jakarta: Erlangga
- Ratminto, Atik Septi Winarsih. 2015. *"Manajemen Pelayanan"*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- Ratminto, Septi Antik Panggabean. 2002. *“Manajemen Sumber Daya Manusia”*, Bogor: Ghalia Indonesia.
- S. Nasution, *“Metode Research (penelitian ilmiah)”*, Jakarta: Bumi Aksara, 2006.
- S. Panggabean Mutiara, *“Manajemen Sumber Daya Manusia”*, Bogor: Ghalia Indonesia. 2002.
- Salim Peter, Yenny Salim, *“Kamus Besar Bahasa Indonesia Kontemporer”*, Jakarta: Modern English Pers, Jakarta.
- Simora Bilson. 2003. *“Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel”*, Jakarta: Gramedia Pustaka.
- Sugiyono. 2001. *“Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D”*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *“Metodologi Penelitian Bisnis”*, Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2013. *“Metodologi Penelitian Bisnis”*, Bandung: Alfabeta.
- Supranto J. 2011. *“Pengukuran Tingkat Kepuasan pelanggan”*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Syakir Sula Muhammad. 2004. *“Asuransi Syariah: Konsep dan Sistem Operasional”*, Jakarta: Gema Insani Press, 2004.
- Tjiptono, Fandy. 2014, *“Pemasaran Jasa (Prinsip, Penerapan, Penelitian)”*, Edisi I, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2004, *“Perspektif Manajemen dan Pemasaran Kontemporer”*, Yogyakarta : Andi.
- Wood Ivonne. 2009. *“Layanan Pelanggan”*, Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yamit Julian. 2001. *“Manajemen Kualitas”*, Yogyakarta: Ekonisia.
- Yanto Muhammad Ismail dkk. 2002. *“Menggagas Bisnis Islam”*, Jakarta: Gema Insani Press.



LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN FEBI UIN AR-RANIRY 2020

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Bapak/Ibu yang terhormat,

Saya saat ini sedang melakukan sebuah penelitian untuk program Sarjana Strata Satu (S1) dengan judul Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Listrik Prabayar Dalam Perspektif Ekonomi Islam Pada PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Unit Pelayanan Pengadaan Merduati Banda Aceh. Penelitian ini bermaksud untuk mengukur pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan yang dirasakan oleh konsumen listrik prabayar pada unit pelayanan pengadaan merduati Banda Aceh. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi kepada PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Unit Pelayanan Pengadaan Merduati Banda Aceh, serta dapat menjadi bahan acuan dalam pengambilan keputusan selanjutnya terutama menyangkut dengan pelayanan.

Untuk tercapainya maksud tersebut, partisipasi dan kerjasama anda sangat diharapkan. Silahkan untuk ikut berpartisipasi dengan mengisi kuesioner ini secara **jujur** dan **benar**. Jawabah anda akan sepenuhnya kami **rahasiakan**. Tidak seorangpun kecuali saya yang memiliki akses terhadap informasi yang anda berikan. Semua informasi yang didapat dari survey ini hanya akan digunakan untuk kepentingan akademik. Untuk mengisi kuesioner ini diperlukan waktu sekitar 3 sampai 5 menit saja.

Atas partisipasi anda dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan ribuan terimakasih semoga Allah SWT. membalas kebaikan anda kelak. Jika anda memerlukan informasi lebih lanjut, silahkan hubungi saya pada alamat yang tertera dibawah ini.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Hormat Saya,

Nelly Fitria
nellyfitria@gmail.com

DAFTAR PERNYATAAN KUESIONER

PETUNJUK PENGISIAN

Isilah pernyataan dibawah ini dengan sebenar-benarnya.

1. Jenis Kelamin:

Pria Wanita

2. Usia Saat ini:

<17 Tahun 36-45 Tahun
 17-25 Tahun >45 Tahun
 26<35 Tahun

3. Pekerjaan:

Pelajar/Mahasiswa Karyawan Swasta
 PNS/Guru/TNI/Polri Tidak Bekerja/Pensiun

4. Pendidikan Terakhir:

SD SMA S1
 SMP D3 S2

5. Lama Memakai Listrik Prabayar:

<1 Tahun 3-4 Tahun
 1-2 Tahun > Tahun

Berilah tanda centang (√) dibawah pada salah satu alternatif jawaban yang paling tepat dengan kriteria jawaban:

SP : Sangat Puas R R - : Ragu-Ragu
P : Puas TP : Tidak Puas
STP : Sangat Tidak Puas

1. Keandalan

No	Pernyataan	SP	P	R	TP	STP
1	Petugas unit layanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memberikan pelayanan dengan efektif.					
2	Pelayanan PT. PLN Merduati Banda Aceh sesuai dengan yang diharapkan.					
3	Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memiliki keakuratan dalam sistem kelistrikan.					

4	Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memiliki pelayanan yang cepat dalam melayani pengguna.					
---	---	--	--	--	--	--

2. Ketanggapan

No	Pernyataan	SP	P	R	TP	STP
1	Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memiliki sistem yang mudah dalam pelayanan.					
2	Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memiliki sistem yang cepat dan tanggap dalam mengatasi sistem kelistrikan.					
3	Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memiliki keefisienan dalam menggunakan kelistrikan.					
4	Petugas unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh tanggap dalam menerima keluhan konsumen.					

3. Jaminan

No	Pernyataan	SP	P	R	TP	STP
1	KWH-Meter Prabayar memiliki keamanan dalam pemakaian kelistrikan.					
2	Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memberikan perlindungan pada penggunaan.					
3	Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memberikan kepercayaan kepada pengguna.					
4	Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memiliki jaminan dalam hal kerahasiaan penggunaan.					

4. Kepedulian

No	Pernyataan	SP	P	R	TP	STP
1	Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh Prabayar sangat memprioritaskan kepentingan pengguna.					
2	Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh peduli pada keluhan konsumen.					
3	Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh mendengarkan apa yang					

	disampaikan konsumen secara baik.					
4	Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memberikan kepastian pada pengguna.					

5. Kepuasan Konsumen

No	Pernyataan	SP	P	R	TP	STP
1	Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memberikan kemudahan kepada pelanggan untuk mendapatkan pelayanan kelistrikan.					
2	Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh memiliki sistem pelayanan sangat cepat dan tepat.					
3	Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh menanggapi dengan baik terhadap masukan dari pelanggan.					
4	Unit pelayanan pengadaan PT. PLN Merduati Banda Aceh selalu memberikan yang terbaik dalam permasalahan kelistrikan.					
5	Kwh-meter prabayar selalu siap dalam memenuhi kebutuhan pelanggan.					

Lampiran 2 Jawaban Responden

KEANDALAN				
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1 TOTAL
3	3	2	2	10
4	4	3	3	14
4	4	4	4	16
3	4	4	2	13
4	4	4	4	16
4	4	5	5	18
3	4	5	5	17
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
5	5	5	4	19
3	4	4	4	15
4	4	4	2	14
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
3	4	4	2	13
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
3	4	5	4	16
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
1	1	4	3	9
4	4	4	3	15
4	3	3	3	13
4	4	3	3	14
1	1	2	2	6
3	4	5	2	14
4	4	4	3	15
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
4	3	4	4	15
4	4	4	4	16
5	5	4	5	19
4	4	4	3	15
4	1	4	1	10
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15

5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
4	3	5	4	16
4	3	5	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
5	4	4	5	18
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	4	4	5	18
4	5	5	5	19
4	5	5	5	19
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19
5	4	5	5	19
5	4	4	4	17
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	3	4	5	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
4	5	5	5	19
4	4	5	5	18
4	4	5	5	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
4	4	3	5	16
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
5	5	5	4	19
5	5	4	5	19
4	5	5	5	19
5	4	4	5	18
5	4	4	4	17

4	5	4	5	18
5	4	4	5	18
5	4	4	4	17

KETANGGAPAN				
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2 TOTAL
3	4	4	2	13
3	3	4	3	13
4	4	4	4	16
4	4	3	3	14
4	4	4	3	15
5	5	4	5	19
4	4	4	4	16
3	4	4	4	15
3	4	4	3	14
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	3	4	3	14
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	3	3	14
4	4	3	3	14
4	3	4	3	14
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
3	5	4	2	14
4	4	4	4	16
4	3	3	2	12
4	4	4	4	16
3	3	3	4	13
4	3	3	3	13
2	2	3	2	9
4	5	4	4	17
4	5	4	4	17
3	3	3	3	12
4	3	4	3	14
4	3	3	3	13
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	4	5	18
4	4	4	3	15
3	4	3	1	11
4	4	4	4	16
4	4	4	2	14
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20

5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	5	3	3	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	4	3	16
4	5	4	3	16
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
5	5	5	4	19
5	5	5	4	19
4	5	5	4	18
4	4	4	5	17
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
5	4	3	5	17
4	4	4	4	16
4	4	5	5	18
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
4	4	4	5	17
5	4	5	4	18
5	5	5	4	19
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
5	5	5	5	20
4	5	4	5	18
4	5	5	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	3	15
5	3	4	4	16
4	4	5	4	17
4	5	4	4	17
4	4	4	4	16
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
5	4	5	5	19

4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	5	5	19
4	4	4	4	16
4	3	4	4	15
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	3	5	17
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18
5	3	4	5	17
4	5	5	5	19
4	5	4	4	17
4	5	4	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	5	4	4	17
4	5	5	5	19
4	4	4	5	17
4	4	4	5	17
4	4	4	5	17
4	5	4	5	18
5	4	5	4	18
4	4	4	5	17

5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	4	5	19
5	5	5	5	20
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
5	4	4	4	17
5	5	5	5	20

KEPEDULIAN				
X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4 TOTAL
3	3	4	4	14
4	4	4	4	16
5	4	5	4	18
5	4	3	4	16
3	5	3	5	16
4	4	5	4	17
5	4	5	4	18
4	3	4	4	15
4	2	3	2	11
4	4	4	5	17
4	4	4	3	15
3	3	3	3	12
3	2	3	3	11
4	5	5	5	19
4	4	4	4	16
5	4	3	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	3	3	3	12
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
4	2	3	4	13
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
2	3	3	4	12
4	3	3	3	13
2	2	2	2	8
5	4	4	4	17
3	4	4	3	14
3	3	3	3	12
3	3	3	4	13
3	3	3	3	12
4	3	4	4	15
3	4	3	3	13
4	5	4	5	18

3	3	3	3	12
2	3	2	3	10
4	4	4	3	15
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
4	4	3	4	15
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
4	4	3	2	13
4	4	3	2	13
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
4	5	5	4	18
5	5	5	4	19
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	4	5	4	18
5	5	5	5	20
4	4	5	4	17
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
5	5	5	5	20
4	4	4	4	16
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
4	4	4	4	16
3	3	3	2	11
4	5	4	4	17
5	5	4	4	18
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
5	5	4	4	18
5	4	4	5	18
5	5	5	5	20
4	4	4	5	17
4	4	4	5	17
5	5	5	5	20
4	5	5	5	19
4	4	5	5	18
5	4	4	5	18
3	4	3	5	15
4	4	5	4	17
4	4	5	4	17

4	5	4	5	18
4	4	4	4	16
4	4	4	5	17
5	5	5	4	19
5	5	5	4	19
5	5	4	4	18
5	4	5	4	18
5	4	4	4	17
4	4	4	4	16
5	5	4	4	18
5	4	4	4	17
5	5	4	4	18

KEPUASAN KONSUMEN					
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y TOTAL
3	2	2	3	4	14
4	4	4	4	4	20
5	4	4	4	4	21
4	5	3	4	5	21
4	4	5	5	5	23
4	4	4	3	5	20
4	5	5	5	5	24
4	4	4	4	4	20
4	3	3	2	3	15
5	4	4	4	4	21
4	3	4	4	5	20
4	4	4	3	4	19
3	3	2	3	4	15
5	5	5	5	5	25
3	3	4	4	4	18
4	5	3	4	5	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	3	18
4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	19
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
3	3	3	3	2	14
3	3	3	3	4	16
2	2	2	2	2	10
3	4	4	4	4	19
4	4	4	3	4	19
3	3	3	3	3	15
3	3	3	4	3	16
3	4	3	4	4	18

4	3	4	4	4	19
4	3	3	4	3	17
4	5	4	5	4	22
4	3	3	4	4	18
3	4	4	4	4	19
3	4	4	3	3	17
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	5	4	5	24
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	5	4	3	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	5	21
4	4	3	4	3	18
4	4	3	4	3	18
4	4	4	4	5	21
4	4	4	5	4	21
5	5	3	5	4	22
5	5	4	5	4	23
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	5	4	5	5	24
5	4	4	5	5	23
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	5	23
4	4	4	4	4	20
4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	3	5	3	4	19
3	4	4	4	4	19
4	5	4	4	4	21
5	5	5	5	4	24
5	5	4	5	4	23
5	4	4	4	4	21
5	4	4	4	4	21
5	5	4	5	4	23
5	5	5	5	5	25
4	5	4	5	5	23
4	5	4	5	5	23
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	5	22
5	5	4	4	4	22

4	5	3	4	4	20
4	4	5	4	5	22
5	4	4	4	4	21
4	3	4	4	4	19
4	3	4	4	5	20
4	4	5	4	4	21
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	4	24
5	5	3	5	5	23
5	5	5	4	5	24
5	4	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
5	4	5	5	5	24
5	4	4	4	4	21
5	5	5	4	4	23

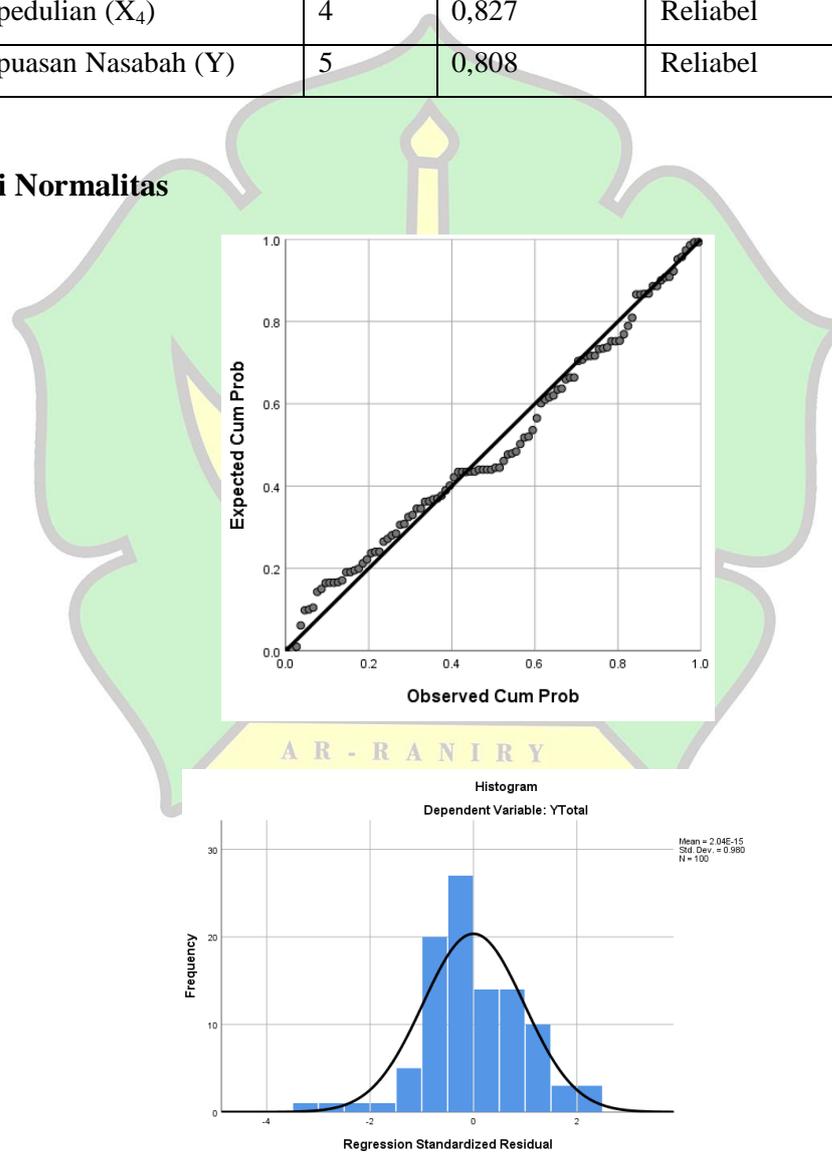
Lampiran 3 Uji Validitas

Variabel	r tabel n=98	Pearson Correlation n=98	Keterangan
Keandalan (X ₁)			
X1.1	0,1654	0,819	Valid
X1.2	0,1654	0,837	Valid
X1.3	0,1654	0,729	Valid
X1.4	0,1654	0,839	Valid
Ketanggapan (X ₂)			
X2.1	0,1654	0,810	Valid
X2.2	0,1654	0,757	Valid
X2.3	0,1654	0,814	Valid
X2.4	0,1654	0,836	Valid
Jaminan (X ₃)			
X3.1	0,1654	0,817	Valid
X3.2	0,1654	0,853	Valid
X3.3	0,1654	0,867	Valid
X3.4	0,1654	0,852	Valid
Kepedulian (X ₄)			
X4.1	0,1654	0,823	Valid
X4.2	0,1654	0,870	Valid
X4.3	0,1654	0,871	Valid
X4.4	0,1654	0,803	Valid
Kepuasan Konsumen (Y)			
Y1.1	0,1654	0,833	Valid
Y1.2	0,1654	0,830	Valid
Y1.3	0,1654	0,758	Valid
Y1.4	0,1654	0,842	Valid
Y1.5	0,1654	0,783	Valid

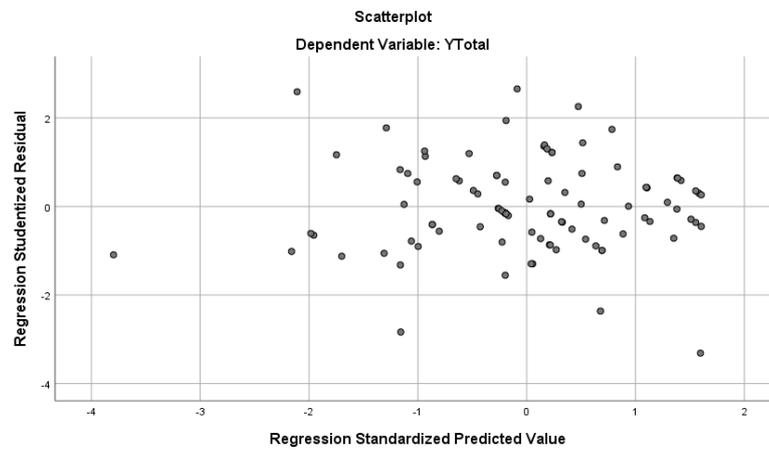
Lampiran 4 Uji Reabilitas

Variabel	Jumlah Item	Cronbach's Alpha	Keterangan
Keandalan (X_1)	4	0,817	Reliabel
Ketanggapan (X_2)	4	0,815	Reliabel
Jaminan (X_3)	4	0,828	Reliabel
Kepedulian (X_4)	4	0,827	Reliabel
Kepuasan Nasabah (Y)	5	0,808	Reliabel

Lampiran 5 Uji Normalitas



Lampiran 6 Uji Heterokedastisitas



Lampiran 7 Analisa Regre Linier Berganda

Coefficients ^a				
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Beta		
(Constant)	2.847		2.108	
Keandalan	0.017	0.015	0.185	0.394
Ketanggapan	0.071	0.054	0.603	0.548
Jaminan	0.072	0.374	4.255	0.000
Kepedulian	0.548	0.492	5.621	0.000
R	0.868			
R Square (R ²)	0.753			
Adjusted R Square	0.742	a. Dependent Variable: Kepuasan Konsumen		
F Hitung	72.335			
Sig.	0.000			