



KUALITAS PELAYANAN PASANG BARU
LISTRIK TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN RUMAH TANGGA PT.
PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA
(PERSERO) DISTRIBUSI JAWA TIMUR
RAYON SITUBONDO KECAMATAN
SITUBONDO

ARTIKEL PUBLIKASI

Oleh :

M. NOER BAYU ISKANDAR

NIM : 14.10.411.155

ABSTRAK

Penelitian ini, berjudul " KUALITAS PELAYANAN PASANG BARU LISTRIK TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN RUMAH TANGGA PT. PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA (PERSERO) DISTRIBUSI JAWA TIMUR RAYON SITUBONDO KECAMATAN SITUBONDO". Penelitian ini adalah bertujuan mengetahui pengaruh bukti fisik ,keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan rumah tangga terhadap PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur . Populasi dalam penelitian ini adalah Pelanggan pelanggan rumah tangga terhadap PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur, dengan jumlah responden sebanyak 56 orang. Variabel yang digunakan yaitu sebanyak 2 variabel. Alat analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil penelitian : 1). Hasil pengujian koefisien dari analisis regresi linear berganda, menunjukkan pengaruh bukti fisik ,keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh secara parsial dengan arah positif terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur. 2). Menunjukkan bahwa ada pengaruh bukti fisik ,keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati berpengaruh signifikan dengan arah positif terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Distribusi Jawa Timur dengan arah positif.

Kata kunci : Bukti fisik, Keandalan, Daya tanggap, Jaminan, Empati dan Kepuasan pelanggan

ABSTRACT

This study, entitled "SERVICE QUALITY OF ELECTRICITY NEW PAIR FROM PT. PLN (PERSERO) RAYON SITUBONDO FOR HOUSEHOLD CUSTOMERS IN KECAMATAN SITUBONDO". This study was to determine the effect of Tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy partially effect on customer satisfaction in. in this research is consumer or customer service user , with the number of respondents PT. PLN (PERSERO) RAYON SITUBONDO FOR HOUSEHOLD CUSTOMERS IN KECAMATAN SITUBONDO as many as 56. Variables used are as many as 6 variables. Analytical tool used is multiple linear regression analysis. Results of research: 1) The results of coefficient test from multiple linear regression analysis, showing the influence of Tangible, reliability, responsiveness, assurance, and empathy partially influence positive toward customer satisfaction PT. PLN (PERSERO) RAYON SITUBONDO FOR HOUSEHOLD CUSTOMERS IN KECAMATAN SITUBONDO, 2) Show that there is influence of Tangible, reliability, responsiveness, assurance , and empathy have a significant effect in the positive direction to customer satisfaction in PT. PLN (PERSERO) RAYON SITUBONDO FOR HOUSEHOLD CUSTOMERS IN KECAMATAN SITUBONDO with positive direction.

Keywords: Tangible, Reliability, Responsiveness, assurance, Empathy and Customer Satisfaction

PENDAHULUAN

Setiap warga negara memiliki kebutuhan dan hak-hak sipil untuk memperoleh pelayanan umum baik berupa barang maupun jasa. Dalam Undang-undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945 telah diamanatkan kepada negara untuk memenuhi kebutuhan dasar setiap warga negaranya. Oleh sebab itu, efektivitas suatu sistem pemerintahan sangat ditentukan oleh baik buruknya penyelenggaraan pelayanan publik bagi warga negara. Dalam pelayanan publik atau pelayanan umum, setiap warga negara mempunyai hak yang sama untuk memperoleh pelayanan yang berkualitas. Hal ini dikaitkan pula dengan kehidupan masyarakat yang semakin modern, struktur sosial dan lingkungan yang lebih kompleks, serta mobilitas yang sangat tinggi seperti saat ini. Idealnya kondisi tersebut harus diikuti dengan perkembangan kinerja penyedia layanan Public yang berkualitas terkait dengan pemenuhan kewajiban oleh negara. Tidak terkecuali dalam hal ketersediaan listrik. Listrik merupakan salah satu kebutuhan yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat. Listrik digunakan masyarakat khususnya sektor privat seperti rumah tangga sampai dengan

industri. Listrik mendukung terselenggaranya berbagai aspek kehidupan masyarakat lainnya seperti komunikasi, penerangan, dan transportasi. Kebutuhan listrik selalu meningkat dari waktu ke waktu. Hal ini berbanding lurus dengan adanya peningkatan dan perkembangan, baik dari jumlah penduduk maupun teknologi

TINJAUAN PUSTAKA

1). Pelayanan Publik

Pelayanan Publik berkaitan erat dengan masyarakat sehingga pelayanan lebih dikenal dengan istilah pelayanan publik. Publik berasal dari bahasa Inggris *Public* yang berarti masyarakat umum. Pengertian publik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah orang banyak atau umum (1989:793).

Sedangkan menurut Santosa (2008:57) pelayanan publik adalah “pemberian jasa publik, baik oleh pemerintah, pihak swasta atas nama pemerintah, atau pun pihak swasta kepada masyarakat, dengan atau tanpa pembayaran guna memenuhi kebutuhan atau kepentingan masyarakat.”

2). Pengertian. Jasa

Kotler (2003) dalam Arief (2006:11) mengatakan bahwa jasa adalah “sesuatu yang tidak berwujud yang tindakan atau unjuk kerja yang ditawarkan oleh salah satu pihak ke pihak lain dan tidak menyebabkan perpindahan kepemilikan apapun. Dalam produksinya, jasa bisa terikat pada suatu produk fisik, tetapi bisa juga tidak”.

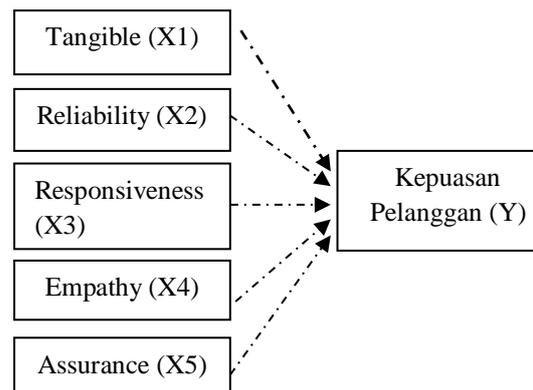
Secara umum jasa memiliki beberapa karakteristik khusus yang berbeda dengan barang. Terdapat perbedaan mendasar antara produk jasa dan produk barang. Tabel berikut akan menerangkan karakteristik produk jasa dan produk barang fisik.

3). Kualitas Pelayanan

Tjiptono (2005:110) mengatakan bahwa konsep kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kesempurnaan atau kebaikan sebuah produk atau jasa, yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian (*conformance quality*). Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah ukuran seberapa besar tingkat kesesuaian antara sebuah produk atau jasa dengan persyaratan atau spesifikasi kualitas yang ditetapkan sebelumnya.

Tjiptono (2011:347) Dalam menganalisis kualitas pelayanan pasang baru listrik di Rayon Situbondo penulis akan menggunakan dimensi kualitas yang dikemukakan oleh Parasuraman et al. Yang sekaligus dijadikan sebagai indikator untuk mengukur kualitas pelayanan.

4). Kerangka Konseptual Penelitian



Gambar Kerangka Konseptual Penelitian

Keterangan :

Tangibles : Variabel Bebas (X1)

Reliability : Variabel Bebas (X2)

Responsiveness : Variabel Bebas (X3)

Empathy : Variabel Bebas (X4)

Assurance : Variabel Bebas (X5)

Kepuasan Konsumen : Variabel Terikat (Y)

- - - - -> : Pengaruh Parsial

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

1). Populasi

Populasi dan sampel merupakan faktor penting dalam penelitian ini. Hal ini dikarenakan merupakan sumber data yang digunakan sebagai bahan analisis. Populasi didefinisikan sebagai keseluruhan pengamatan atau objek yang menjadi perhatian. Sedangkan menurut Arikunto (2001) menyebutkan bahwa populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Populasi dalam penelitian ini pelanggan PT. PLN (persero) rayon Situbondo.

2). Sampel

Peneliti tidak dapat meneliti keseluruhan pelanggan baru PT. PLN Persero Rayon Situbondo dengan kategori rumah tangga karena adanya keterbatasan waktu dan biaya penelitian. Oleh karena itu perlu dilakukan pengambilan sampel dari populasi yang akan diteliti. Purwanto dan Sulistyastuti (2007:37) mengemukakan bahwa sampel adalah “Bagian dari populasi yang dipilih mengikuti prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasinya.

Adapun sampel penelitian yang di ambil dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pemohon atau pelanggan baru yang telah mendaftar pasang baru listrik.

2. Pemohon yang berdasarkan komunikasi getok tular, kebutuhan pribadi dan pengalaman masa lalu.

Hadi (1995:73) mengemukakan bahwa “Sebenarnya tidak ada suatu ketetapan mutlak berapa persen suatu sampel harus diambil dari populasi, ketiadaan ketetapan yang mutlak itu tidak

perlu menimbulkan suatu keragu-raguan pada seorang peneliti". Akan tetapi untuk mendapatkan data yang valid maka peneliti menentukan jumlah sampel berdasarkan rumus Slovin dalam Umar (1999:78) sebagai berikut:

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

Dimana :

n = ukuran sampel

N=ukuran populasi

e = persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat di tolerir atau diinginkan, misalnya 10%.

Dengan menggunakan rumus tersebut, maka hasil yang diperoleh sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{N}{1+Ne^2} \\ &= \frac{125}{1+ 125 \times (10\%)^2} \\ &= \frac{125}{1+(125 \times 0,01)} \\ &= \frac{125}{1+1,25} \\ &= \frac{125}{2,25} \end{aligned}$$

= 55,56 di bulatkan menjadi 56

Berdasarkan perhitungan tersebut, dari 125 pelanggan baru kategori rumah tangga di Kecamatan Situbondo diambil sampel sebanyak 56 orang pelanggan baru.

Analisis Data

1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independen keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak. Untuk menguji model regresi mempunyai distribusi normal atau tidak dapat dilihat dari penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik yang bersangkutan yaitu:

a). Bila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normal.

b). Bila data menyebar jauh dari garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas. Untuk memeriksa model regresi berdistribusi normal atau tidak dapat diperiksa

melalui gambar Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui bentuk hubungan menyeluruh tentang hubungan antara yang terdiri dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empathy secara parsial (individu) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik digunakan untuk melihat apakah di dalam model regresi tersebut terdapat suatu penyimpangan, sehingga perlu diadakan pemeriksaan dengan menggunakan uji normalitas, heteroskedastisitas, dan multikolinieritas.

a). Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain tetap, atau disebut homoskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homoskedastisitas, tidak heteroskedastisitas.

Heteroskedastisitas ditandai dengan adanya pola tertentu pada grafik scatterplot. Jika titik-titik yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang), maka terjadi heteroskedastisitas. Jika tidak ada pola yang jelas, titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka nol pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas. Selain itu, heteroskedastisitas dapat diketahui melalui uji Glesjer. Jika probabilitas signifikansi masing-masing variabel independen > 0,05, maka dapat disimpulkan tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi.

b). Uji Multikolinieritas

Uji ini dimaksudkan untuk mendeteksi gejala korelasi antara variabel independen yang satu dengan variabel independen yang lain. Pada model regresi yang baik seharusnya tidak terdapat korelasi di antara variabel independen. Uji Multikolinieritas dapat dilakukan dengan 2 cara yaitu dengan melihat VIF (Variance Inflation Factors) dan nilai tolerance. Jika VIF > 10 dan nilai tolerance < 0,10 maka terjadi gejala Multikolinieritas.

4. Uji t

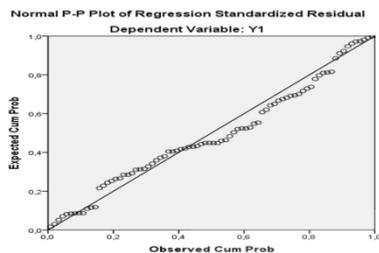
Pengujian ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel independen secara individu berpengaruh terhadap variabel dependen. Adapun ketentuan penerimaan atau penolakan apabila angka signifikan di bawah atau sama dengan 0,05 maka H alternatif diterima dan H0 ditolak.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Hasil Uji Normalitas

1. Pengujian Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel bebas dan variabel terikat, keduanya terdistribusikan secara normal atau tidak. Normalitas data dalam penelitian dapat dilihat dengan cara memperhatikan titik-titik pada normal P-Plot of Regression Standardized Residual dari variabel terikat. Ketentuan dari uji normalitas adalah jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas. Jika data menyebar jauh dari garis diagonal dan/atau tidak mengikuti garis diagonal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.



Gambar 4.2 Hasil Uji Normalitas

Setelah dilakukan pengujian ternyata semua data terdistribusi secara normal, sebaran data berada disekitar garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi dalam penelitian ini memenuhi asumsi normalitas.

2. Analisis Regresi Linier Berganda

Model persamaan regresi yang baik adalah yang memenuhi persyaratan asumsi klasik, anatara lain semua data berdistribusi normal, model harus bebas dari gejala multikolinearitas dan terbebas dari heterokedastisitas. Dari analisis sebelumnya telah terbukti bahwa model persamaan yang diajukan dalam penelitian ini telah memenuhi persyaratan asumsi klasik sehingga model persamaan dalam penelitian ini sudah dianggap baik. Analisis regresi digunakan untuk menguji hipotesis tentang pengaruh secara parsial variabel bebas terhadap variabel terikat. Berdasarkan estimasi regresi linier berganda dengan program SPSS versi 23,0 diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

No	Variabel	Koefisien Regresi	Signifikansi
1	Konstanta	2,792	0,139
2	Tangible (X1)	0,202	0,026
3	Realibility (X2)	0,272	0,027
4	Responsiveness (X3)	-0,076	0,346
5	Assurance (X4)	0,268	0,004
6	Emphaty (X5)	0,228	0,017

Sumber: Lampiran 8

Berdasarkan tabel 4.15 dapat diketahui persamaan regresi yang terbentuk adalah:

$$Y = -2,792 + 0,202 X_1 + 0,272 X_2 + -0,076 X_3 + 0,268 X_4 + 0,228 X_5$$

Keterangan :

- Y = Kepuasan Pelanggan
- X1 = Tangible
- X2 = Realibility
- X3 = Responsiveness
- X4 = Assurance
- X5 = Emphaty

Dari persamaan tersebut dapat diartikan bahwa:

- a. Konstanta = -2,792. menunjukkan jika semua variabel bebas dalam penelitian ini seperti saat Tangible, Realibility, Responsiveness, Assurance, Emphaty sama dengan nol maka variabel terikat (Beta) sebesar -2,792.
- b. Koefisien regresi Tangible (X1) mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y). Sedangkan koefisien sebesar 0,202 artinya apabila ada peningkatan variabel tangible dengan memperhatikan seperti berkomunikasi dengan rekan kerja yang baik dan berinteraksi dengan baik maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,202.
- c. Koefisien regresi Realibility (X2) mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y). Sedangkan koefisien sebesar 0,272 artinya apabila ada peningkatan variabel realibility dengan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan, maka akan meningkatkan keuasan pelanggan sebesar 0,272.
- d. Koefisien regresi Responsiveness (X3) mempunyai pengaruh yang negatif terhadap variabel kepuasan pelanggan. Sedangkan koefisien sebesar 0,076 artinya bahwa peningkatan variabel responsiveness dengan membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap atau sigap. Maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar -0,076.
- e. Koefisien regresi Assurance (X4) mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel kepuasan pelanggan. Sedangkan koefisien sebesar 0,268 artinya bahwa penurunan variabel kepuasan pelanggan dengan memperhatikan pengetahuan, kompetensi, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, resiko atau keraguan, maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,268.
- f. Koefisien regresi Emphaty (X4) mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel kepuasan pelanggan. Sedangkan koefisien sebesar 0,228 artinya bahwa penurunan variabel kepuasan pelanggan dengan memperhatikan kemudahan dalam menjalin relasi, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan pemahaman atas kebutuhan individual

pelanggan., maka akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,228.

Hasil Regresi Linear Berganda

Hasil analisis regresi linear berganda pengaruh antara variabel independen yaitu bukti fisik, daya tanggap, keandalan, empati dan jaminan terhadap variabel dependen yaitu kepuasan pelanggan. Berikut pada tabel 4.9 disajikan hasil analisis regresi linear berganda :

Tabel 4.10 Hasil Regresi Linear Berganda

Variabel	B	Std. Error	Beta
(Constant)	-0,435	1,354	
Bukti Fisik	0,331	0,080	0,360
Keandalan	0,431	0,100	0,391
Daya Tanggap	0,167	0,078	0,191
Empati	0,143	0,056	0,047
Jaminan	0,173	0,062	0,072

Sumber : Lampiran 5

Berdasarkan koefisien regresi, maka persamaan regresi yang dapat dibentuk adalah :

$$Y = -435 + 0,331X_1 + 0,431X_2 + 0,167X_3 + 0,143X_4 + 0,173X_5$$

a. Bukti Fisik yang berada pada tabel diatas memiliki std.error sejumlah 0,080 dengan Beta 0,360. Tingkat perubahan Kepuasan Pelanggan sebesar 33,1%, jadi setiap terjadi peningkatan Bukti Fisik 1% maka Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar 33,1%.

b. Keandalan yang berada pada tabel diatas memiliki std.error sejumlah 0,100 dengan Beta 0,391. Tingkat perubahan Kepuasan Pelanggan sebesar 43,1%, jadi setiap terjadi peningkatan keandalan 1% maka Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar 43,1%.

c. Daya Tanggap yang berada pada tabel diatas memiliki std.error sejumlah 0,078 dengan Beta 0,191. Tingkat perubahan Kepuasan Pelanggan sebesar 16,7%, jadi setiap terjadi peningkatan Daya Tanggap 1% maka Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar 16,7%.

d. Empati yang berada pada tabel diatas memiliki std.error sejumlah 0,056 dengan Beta 0,047. Tingkat perubahan Kepuasan Pelanggan sebesar 14,3%, jadi setiap terjadi peningkatan Empati 1% maka Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar 14,3%.

e. Jaminan yang berada pada tabel diatas memiliki std.error sejumlah 0,062 dengan Beta 0,072. Tingkat perubahan Kepuasan Pelanggan sebesar 17,3%, jadi setiap terjadi peningkatan Jaminan 1% maka Kepuasan Pelanggan akan naik sebesar 17,3%.

3. Pengujian Asumsi Klasik

Uji Asumsi Klasik dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi yang dibuat dapat digunakan sebagai alat prediksi yang baik. Uji asumsi klasik yang akan dilakukan adalah uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas dan uji normalitas.

a). Pengujian Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas bertujuan untuk mengetahui hubungan yang sempurna antar variabel bebas dalam model regresi. Gejala multikolinearitas dapat dilihat dari nilai *tolerance* dari nilai *Varian Inflation Factor* (VIF). Bila nilai VIF lebih kecil dari 10 dan nilai toleransinya di atas 0,1 atau 10% maka dapat disimpulkan bahwa model regresi tersebut tidak terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2013).

Tabel 4.16 Hasil Uji Multikolinearitas

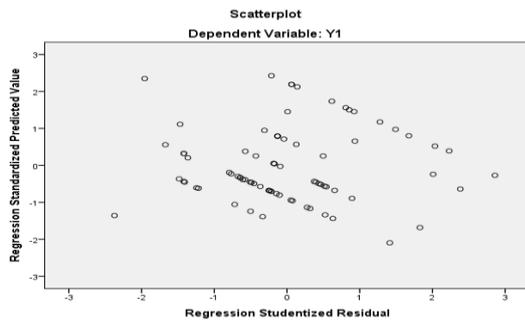
No	Variabel	Nilai Tolerance	Nilai VIF
1	Tangible	0,848	1,180
2	Realibility	0,814	1,228
3	Responsiveness	0,778	1,285
4	Assurance	0,690	1,450
5	Emphaty	0,746	1,341

Sumber: Lampiran 8

Dari tabel 4.16 menunjukkan bahwa nilai VIF semua variabel bebas dalam penelitian ini lebih kecil dari 10 sedangkan nilai tolerance semua variabel bebas lebih dari 10% yang berarti tidak terjadi kolerasi antar variabel bebas yang nialinya lebih dari 90%, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat gejala multikolinearitas antar variabel bebas dalam model regresi.

b). Pengujian Heterokedastisitas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual, dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Jika varian residual dari satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika varian berbeda, disebut heterokedastisitas. Model regresi yang baik adalah tidak terjadi heterokedastisitas. Untuk mendeteksi ada tidaknya heterokedastisitas dapat digunakan metode grafik *Scaterplot* yang dihasilkan dari *output* program SPSS versi 23. Apabila pada gambar menunjukkan bahwa titik-titik menyebar secara acak serta tersebar tidak baik di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y, Maka hal ini dapat disimpulkan tidak terjadi adanya heterokedastisitas pada model regresi (Ghozali, 2013).



Gambar 4.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Dari hasil uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan ternyata titik-titik menyebar secara acak, tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas, serta tersebar secara baik diatas maupun dibawah angka 0 (nol) pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi penyimpangan asumsi klasik heteroskedastisitas pada model regresi yang dibuat, dengan kata lain menerima hipotesis homoskedastisitas.

4. Hasil Uji t

Hipotesis dalam penelitian ini diuji kebenarannya dengan menggunakan uji parsial. Pengujian dilakukan dengan melihat statistik thitung dengan nilai statistik ttabel dan taraf signifikansi (*p-value*), jika taraf signifikansi yang dihasilkan dari perhitungan dibawah 0,05 maka hipotesis diterima, sebaliknya jika taraf signifikansi hasil hitung lebih besar dari 0,05 maka hipotesis ditolak.

Tabel 4.17 Hasil Uji t

No	Variabel	Item Uji		t hitung	t tabel	Keterangan
		Signifikansi Hitung	Taraf Signifikansi			
1	Tangible	0,026	0,05	2,300	1,673	Signifikan
2	Realibility	0,027	0,05	2,276	1,673	Signifikan
3	Responsiveness	0,346	0,05	0,950	1,673	Tidak Signifikan
4	Assurance	0,004	0,05	3,059	1,673	Signifikan
5	Emphaty	0,017	0,05	2,482	1,673	Signifikan

Dari tabel 4.17, diketahui perbandingan anatar taraf signifikansi dengan signifikansi tabel adalah sebagai berikut:

- a. Hasil uji *tangible* mempunyai signifikansi hitung sebesar 0,026 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (2,300) > t tabel (1,673) yang berarti bahwa hipotesis

tangible mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *tangible* mempengaruhi kepuasan pelanggan.

- b. Hasil uji *realibility* mempunyai signifikansi hitung sebesar 0,027 dan lebih kecil dari 0,05 dan t hitung (2,276) > t tabel (1,673) yang berarti bahwa hipotesis *realibility* mempunyai pengaruh terhadap kepuasn pelanggan diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *realibility* mempengaruhi kepuasan pelanggan
- c. Hasil uji *responsiveness* mempunyai nilai signifikansi sebesar 0,346 dan lebih besar dari 0,05 dan t hitung (-0,950) < t tabel (1,673) yang berarti bahwa hipotesis *responsiveness* tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan ditolak. Hal ini juga menunjukkan bahwa *responsiveness* tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- d. Hasil uji *Assurance* mempunyai signifikansi hitung sebesar 0,004 dan lebih besar dari 0,05 dan t hitung (3,059) < t tabel (1,673) yang berarti bahwa hipotesis *assurance* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *assurance* mempengaruhi kepuasan pelanggan.
- e. Hasil uji *Emphaty* mempunyai signifikansi hitung sebesar 0,017 dan lebih besar dari 0,05 dan thitung (2,482) < ttabel (1,673) yang berarti bahwa hipotesis *emphaty* mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan diterima. Hal ini menunjukkan bahwa *emphaty* mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan besaran yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya.

Tabel 4.18 Hail Uji Koefisien Determinasi

No	Kriteria	Koefisien
1	R	0,681
2	R Square	0,464
3	Adjusted R Square	0,410

Hasil perhitungan regresi pada tabel 4.18 dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,410 Hal ini berarti 41% variasi variabel kinerja karyawan dapat dijelaskan oleh *tangible*, *realibility*, *responsiveness*, *assurance* dan *emphaty* sedangkan sisanya 0,590 atau 59% diterangkan oleh variabel lain yang tidak diajukan dalam

penelitian ini seperti kualitas produk dan gaya bauran pemasaran.

PEMBAHASAN

Pengaruh *Tangible* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Bukti fisik sebagai penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik yang disediakan adalah baik, dengan artian lain bahwa kualitas jasa yang ditawarkan oleh penyedia produk kepada pelanggannya telah memberikan adanya kesesuaian didalam bertransaksi yang dilakukan oleh pelanggannya sehingga menjadikan pelanggan ingin melakukan proses pemakaian jasa ulang karena jasa yang ditawarkan telah sesuai dengan harapan pelanggannya.

Pengaruh *Reliability* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Keandalan sebagai kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan adalah baik, dengan artian lain bahwa adanya pelayanan yang sesuai harapan pelanggan yang diberikan oleh pegawai yang bertugas dalam penyajian jasa ataupun produk telah menciptakan adanya nilai dalam penyajian sebuah produk atau jasa yang diberikan kepada pelanggannya sehingga pelanggan merasa senang didalam melakukan transaksi jasa, adanya pegawai yang memiliki kecepatan dalam melayani pelanggan telah menciptakan adanya kesesuaian didalam.

Pengaruh *Responsiveness* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Daya tanggap sebagai respon yang diberikan oleh perusahaan terhadap keluhan-keluhan dari konsumen tentang pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan, dengan artian lain bahwa adanya karyawan siap membantu pelanggan bila mengalami kesulitan tidak mempengaruhi kepuasan pelanggan karena sudah memang tugas seorang karyawan melayani pelanggan sebaik mungkin sebelum pelanggan merasa kesulitan. Di PT. PLN (PERSERO) Rayon Situbondo daya tanggap tidak begitu dipermasalahkan karena karyawan harus memberikan pelayanan yang baik hingga pelanggan benar-benar puas dan tidak merasa kesulitan.

Pengaruh *Empathy* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Empati sebagai kemudahan dalam melakukan hubungan komunikasi yang baik dan memahami kebutuhan konsumen (misalnya sikap saat berkomunikasi dan kinerja) adalah baik, dengan artian lain bahwa pegawai mengutamakan kepentingan pelanggan telah memberikan adanya kepuasan terhadap kinerja yang diberikan karyawan sehingga akan menciptakan adanya rasa ingin atau keinginan didalam melakukan proses beli ulang karena pelayanan yang diberikan telah sesuai harapan, pegawai yang mau memberi perhatian kepada pelanggan didalam mencari kebutuhannya telah memberikan adanya rasa kepercayaan dan keyakinan terhadap kinerja yang diberikan sehingga pelanggan akan merasa sesuai dan senang dengan kinerja pelayanan yang telah dilakukannya, dan karyawan

memahami/ tanggap akan kebutuhan spesifik pelanggan telah menciptakan adanya kemudahan bagi pelanggan sehingga pelanggan yang bertransaksi akan merasakan adanya nilai tambah dari sebuah pelayanan yang telah dilakukan oleh karyawan.

Pengaruh *Assurance* Terhadap Kepuasan Pelanggan

Jaminan sebagai perilaku para pegawai yang mampu menumbuhkan kepercayaan konsumen terhadap perusahaan dan perusahaan bisa menciptakan rasa aman bagi konsumennya adalah baik, dengan artian lain bahwa pegawai yang sopan dalam melayani pelanggan telah menciptakan adanya rasa sesuai yang memenuhi harapan pelanggan sehingga pelanggan yang bertransaksi merasa nyaman terhadap sikap yang diberikan oleh pegawai telah menumbuhkan adanya rasa senang didalam diri pelanggan, adanya pegawai yang terampil dalam melayani pelanggan telah menciptakan adanya keyakinan bahwa perusahaan sebagai penyedia jasa benar-benar memberikan keutamaan didalam memberikan kenyamanan didalam bertransaksi dan pegawai yang menjalankan tugasnya sesuai dengan SOP telah memberikan adanya keandalan dalam pelayanan sehingga suatu pelayanan yang dihasilkan dapat sesuai dengan apa yang diharapkan oleh pelanggannya. Menurut

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan pada penelitian ini, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

- a). Bukti Fisik (*Tangible*) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil angka dari uji parsial diperoleh nilai sig. nya lebih kecil (<) dari 0,05 sehingga Bukti Fisik mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.
- b). Keandalan (*reliability*) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil angka dari uji parsial diperoleh nilai sig. nya lebih kecil (<) dari 0,05 sehingga Keandalan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.
- c). Daya Tanggap (*responsiveness*) tidak berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil angka dari uji parsial diperoleh nilai sig. nya lebih besar (>) dari 0,05 sehingga Daya Tanggap tidak mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.
- d). Empati (*emphaty*) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil angka dari uji parsial diperoleh nilai sig. nya lebih kecil (<) dari 0,05 sehingga Empati mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.
- e). Jaminan (*assurance*) berpengaruh terhadap Kepuasan Pelanggan. Hasil angka dari uji parsial diperoleh nilai sig. nya lebih kecil (<) dari 0,05 sehingga Jaminan mempengaruhi Kepuasan Pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

Arief, Moestosim. 2006. Pemasaran Jasa dan Kualitas Pelayanan. Malang: Banyumedia.

Annafi 2013. Teknik Analisis Linier Berganda. Surabaya: Gava Media

Arikunto, Suharsimi. 2007. Manajemen Penelitian. Jakarta : Rineka Cipta. Bungin, Burhan. 2008. Metode Penelitian Kuantitatif. Jakarta: Kencana.

Chandra, Gregorius & Fandy Tjiptono. 2005. Service Quality & Satisfaction. Yogyakarta : Andi Offset.

Istianto, Bambang. 2009. Manajemen Pemerintahan Dalam Perspektif Pelayanan Publik. Jakarta : Mitra Wacana Media.

Keban, Yermias. 2006. Enam Dimensi Strategis Administrasi Publik Konsep, Teori dan Isu. Yogyakarta: Gava Media.

Purwanto dan Sulistyastuti. 2007. Metode Penelitian Kuantitatif. Yogyakarta: Gava Media.

