

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRAK .....	ii
ABSTRACT .....	iii
MOTTO .....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	v
LEMBAR PERSETUJUAN DAN PENGESAHAN .....	vi
LEMBAR KEASLIAN PROPOSAL PENEITIAN .....	vii
BIOGRAFI .....	viii
KATA PENGANTAR .....	ix
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR TABEL .....	xiii
DAFTAR GAMBAR .....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN .....	xv
<b>BAB I     PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Identifikasi Masalah .....	5
1.3 Pembatasan Masalah .....	5
1.4 Rumusan Masalah .....	6
1.5 Tujuan dan Manfaat .....	6
1.5.1 Tujuan .....	6
1.5.2 Manfaat .....	7
<b>BAB II    KERANGKA PEMIKIRAN TEORITIS .....</b>	<b>8</b>
2.1 Landasan Teori .....	8
2.1.1 Pengertian Jasa .....	8
2.1.2 Kualitas Jasa Dan Pelayanan .....	9
2.1.3 Dimensi Kualitas Jasa .....	11
2.1.4 Konsep Kepuasan Pelanggan .....	18
2.2 Hasil Penelitian Yang Relevan .....	22
2.3 Kerangka Berpikir .....	24
2.4 Hipotesis .....	25
<b>BAB III   METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>26</b>
3.1 Tempat dan Waktu Penelitian .....	26
3.2 Metode dan Jenis Penelitian .....	26
3.2.1 Metode Penelitian .....	26
3.2.2 Jenis Penelitian .....	27
3.3 Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data .....	27

3.3.1	Jenis Data .....	27
3.3.2	Prosedur Pengumpulan Data .....	28
3.4	Populasi dan Sampel .....	28
3.5	Definisi Operasional Variabel dan Skala Pengukuran .....	29
3.5.1	Instrumen Variabel Reliability ( $X_1$ ) .....	29
3.5.2	Instrumen Variabel Responsiveness ( $X_2$ ) .....	30
3.5.3	Instrumen Kepuasan Pelanggan (Y) .....	32
3.6	Analisis Data .....	34
3.6.1	Statistik Deskriptif.....	34
3.6.2	Analisis Validitas dan Reabilitas .....	35
3.6.3	Analisis Korelasi .....	38
3.6.4	Regresi Linier Berganda .....	40
3.6.5	Pengujian Hipotesis .....	40
<b>BAB IV</b>	<b>HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>43</b>
4.1	Gambaran Umum Perusahaan .....	43
4.1.1	Sejarah PT. PLN (Persero) Rayon Bitung .....	43
4.1.2	Visi dan Misi .....	50
4.1.3	Peran dan Tujuan PT. PLN (Persero) Rayon Bitung .	50
4.1.4	Sumber Daya Perusahaan.....	51
4.1.5	Struktur Organisasi dan Pembagian Tugas .....	57
4.2	Hasil Penelitian .....	61
4.2.1	Karakteristik Responden .....	61
4.2.2	Hasil Analisis Deskriptif Statistik .....	63
4.2.3	Total Skor Jawaban .....	65
4.2.4	Uji Validitas .....	68
4.2.5	Uji Reliabilitas.....	72
4.2.6	Hasil Analisis Regresi dan Korelasi .....	73
4.2.7	Uji t dan Uji F .....	81
4.3	Pembahasan .....	87
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>90</b>
5.1	Kesimpulan .....	90
5.2	Saran .....	91

## DAFTAR PUSTAKA

## LAMPIRAN

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan zaman saat ini perusahaan yang bergerak di bidang jasa dituntut untuk mampu bersaing dengan perusahaan lainnya dalam hal memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggannya. Karena kemajuan teknologi serta informasi yang begitu cepat menuntut perusahaan jasa untuk memiliki caranya sendiri dalam mempertahankan pelanggannya. Perusahaan jasa harus mengutamakan kualitas mereka tidak hanya menawarkan produk saja namun menawarkan jasa, karena kualitas adalah salah satu faktor yang menentukan pemilihan produk dan jasa bagi konsumen. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar.

Kualitas pelayanan merupakan penilaian 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. Perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dengan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Kualitas pelayanan yang baik suatu perusahaan, akan menciptakan kepuasan pelanggan, Sebaliknya ketidakpuasan terjadi ketika tidak memenuhi harapan. Saat konsumen merasa puas dan terpenuhi keinginannya dengan produk

atau jasa yang diterimanya, konsumen akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama. Oleh karena itu perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa pelayanan (kepuasan pelanggan) merupakan aspek vital dalam rangka bertahan dalam bisnis dan memenangkan persaingan (Tjiptono, 2004:145).

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler,2005:70). Tingkat kepuasan pelanggan satu dengan yang lain berbeda-beda. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti umur, pekerjaan, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin, kedudukan sosial, tingkat ekonomi, budaya, sikap mental dan kepribadian (Assegaff,2009:174).

Kepuasan pelanggan ditentukan oleh kualitas barang atau jasa yang dikehendaki oleh pelanggan. 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 (Atmawati dan Wahyuddin,2007:3).

Salah satu organisasi yang bergerak dalam bidang pelayanan kepada publik adalah Perusahaan Listrik Negara (PLN) merupakan salah satu Perusahaan Milik Negara yang memberikan pelayanan kepada calon pelanggan dan masyarakat dalam penyediaan jasa yang berhubungan dengan penjualan tenaga

listrik satu-satunya di Indonesia. Peningkatan kebutuhan listrik melonjak dengan tinggi dan cepat, khususnya untuk kebutuhan bagi industri dan diiringi pula dengan standar tingkat kepuasan masyarakat menjadi lebih tinggi lagi sebagai akibat dari meningkatnya pendapatan masyarakat yang maju dan modern. Oleh karena itu PLN harus mampu memberikan pelayanan sebaik-baiknya kepada masyarakat dari pelosok desa hingga kekota besar (PLN, 2010).

Pelayanan merupakan unsur yang sangat penting dalam usaha meningkatkan kepuasan konsumen. Pada dasarnya posisi pelayanan ini merupakan faktor pendukung terhadap aktivitas pemasaran jasa PT. PLN (Persero). Dalam rangka meningkatkan pelayanan penyediaan tenaga listrik oleh PT. PLN (Persero) kepada masyarakat pada umumnya dan pelanggan pada khususnya, maka berdasarkan UUD RI No. 30 Tahun 2009 tentang ketenagalistrikan bahwa, tenaga listrik mempunyai peran yang sangat penting dan strategis dalam mewujudkan tujuan pembangunan nasional. Usaha penyediaan tenaga listrik dikuasai oleh negara dan penyediaannya perlu terus ditingkatkan sejalan dengan perkembangan pembangunan agar tersedia tenaga listrik dalam jumlah yang cukup merata, dan bermutu. Untuk itu PT. PLN (Persero) memberikan perhatian khusus kepada kegiatan pelayanan dalam hal pemenuhan kebutuhan pelanggan agar dalam pelaksanaannya dapat memuaskan pelanggannya.

PT. PLN (persero) Rayon Bitung sebagai perusahaan jasa yang menjual listrik kepada pelanggan yang melayani kepentingan umum bergerak di bidang pelayanan pemasangan baru dan perubahan daya, pelayanan keluhan pelanggan mengenai pembacaan meter, dan sebagainya.

Saat ini di Kota Bitung, banyak yang sedang membangun baik itu perusahaan maupun perumahan-perumahan yang semuanya itu membutuhkan listrik untuk menunjang pembangunan.

Meningkatnya kebutuhan listrik dan pengguna jasa listrik di Kota Bitung perlu di perhatikan oleh pihak PT. PLN (persero) Rayon Bitung dalam melayani pelanggan. Bagi pelanggan, listrik merupakan produk yang mahal, tapi mau tidak mau harus di beli karena di era globalisasi ini tidak mungkin jika tidak menggunakan listrik. Dengan harga yang mahal itu harus diimbangi dengan pelayanan yang baik agar pelanggan merasa puas dan tidak merasa kecewa dengan harga yang telah dibayar. Semua pelanggan mengharapkan pelayanan yang terbaik dari PT. PLN (persero) Rayon Bitung, ketidakpuasan yang diperoleh pada tahap awal pelayanan menimbulkan persepsi kualitas pelayanan yang buruk.

Namun yang menjadi permasalahan di perusahaan saat ini masih lambatnya pelayanan yang diberikan PT. PLN Rayon Bitung serta kurangnya daya tanggap pegawai PLN dalam memberikan penjelasan mengenai keterlambatan dalam penanganan pelayanan akan pemasangan rekening listrik.

Lambatnya pelayanan dikarenakan kekurangan informasi yang diterima konsumen, serta keterlambatan yang dikarenakan oleh kurang responnya petugas dari PLN sendiri. Meskipun di PT. PLN Rayon Bitung tidak melayani pembayaran rekening listrik namun masih banyaknya pengeluaran dari pelanggan. Keterlambatan dalam membayar listrik seringkali menjadi acuan PLN dalam memutus aliran listrik rumah tangga. Hal ini dapat memicu ketidak harmonisan hubungan PLN dan konsumen. Untuk itu dalam meningkatkan kepuasan konsumen

pihak PLN harus meningkatkan kualitas pelayanannya dengan demikian pelanggan akan merasa puas.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis mengambil judul: ***“Pengaruh Reliability & Responsiveness Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN (persero) Rayon Bitung”***.

## **1.2 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

1. Tidak melayani pelanggan sesuai janji.
2. Kurangnya kecepatan dalam proses pelayanan.
3. Tidak menyediakan layanan sesuai dengan waktu yang dijanjikan.
4. Banyaknya keluhan bagi yang menggunakan jasa instalasi rekening listrik karena tidak adanya ketepatan waktu dalam pemasangan.
5. Kurangnya kesiapan petugas dalam melayani pelanggan
6. Masih lambat dalam memproses keluhan pelanggan.

## **1.3 Pembatasan Masalah**

Dengan pertimbangan keterbatasan kemampuan dan waktu penelitian, penelitian ini dibatasi pada bagian *Costumer Service* yang ada pada PT. PLN (Persero) Rayon Bitung.

## 1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian serta penjelasan yang telah dikemukakan pada latar belakang maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah *reliability* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Bitung?
2. Apakah *responsiveness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Bitung?
3. Apakah *reliability* dan *responsiveness* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Bitung?

## 1.5 Tujuan Dan Manfaat Penelitian

### 1.5.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis lebih spesifik mengenai pengaruh antar variabel, yaitu :

1. Untuk mengetahui apakah *reliability* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Bitung.
2. Untuk mengetahui apakah *responsiveness* secara parsial berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Bitung.
3. Untuk mengetahui apakah *reliability* dan *responsiveness* secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Rayon Bitung.



### 1.5.2 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini diharapkan dapat berguna atau bermanfaat bagi berbagai pihak, yaitu sebagai berikut:

1. Bagi pihak instansi

Hasil penelitian sebagai bahan masukan dalam meningkatkan kualitas perusahaan, khususnya dalam hal pemberian pelayanan pada pelanggan di PT. PLN (persero) Rayon Bitung.

2. Bagi pihak akademisi

Dapat membantu proses pembelajaran serta pengaplikasian ilmu pengetahuan, terutama yang berkaitan dengan kualitas pelayanan dan kepuasan Pelanggan.

3. Bagi penulis

Untuk menambah pengetahuan serta wawasan pengalaman dalam melaksanakan penelitian ilmiah serta mampu mengemukakan konsep-konsep ilmiah yang terkait dengan Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan serta mampu memecahkan masalah yang sedang terjadi di perusahaan. Disamping itu juga dapat digunakan sebagai referensi tambahan atau untuk pengembangan ide-ide baru untuk peneliti.

4. Bagi pihak lain

Dapat digunakan sebagai referensi tambahan atau untuk pengembangan ide-ide baru untuk penelitian selanjutnya, dan sebagai bahan pertimbangan perusahaan atau instansi lain yang menghadapi permasalahan yang sama.