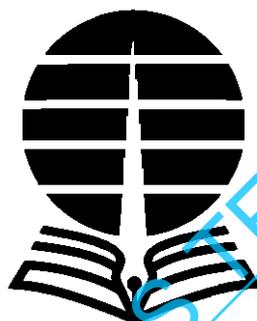


**TUGAS AKHIR PROGRAM MAGISTER (TAPM)**

**ANALISIS KINERJA PELAYANAN PT. PLN (PERSERO)  
CABANG TANJUNG PINANG**



**TAPM Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Magister Sains Dalam Ilmu Administrasi  
Bidang Minat Administrasi Publik**

**Disusun Oleh :**

**MANGARA MANGATUR SIMARMATA**

**NIM: 015792982**

**PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS TERBUKA  
JAKARTA**

**2012**

UNIVERSITAS TERBUKA  
PROGRAM PASCASARJANA  
MAGISTER ADMINISTRASI PUBLIK

PERNYATAAN

TAPM yang berjudul “Analisis Kinerja Pelayanan PT. PUN (Persero) Cabang Tanjung Pinang” adalah hasil karya saya sendiri, dan seluruh sumber yang dikutip

maupun di rujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiat), maka saya bersedia menerima sanksi akademik.

Batam, November 2011

Yang Menyatakan



(Mangara Mangatur Simarmata)

NIM. 015792982

**ABSTRAK****ANALISIS KINERJA PELAYANAN PT. PLN (PERSERO)  
CABANG TANJUNGPINANG**

**Mangara Mangatur Simarmata**  
**Universitas Terbuka**  
**mangara\_65@yahoo.co.id**

**Kata Kunci:** Kualiatas Pelayanan, Analisis Kinerja

Penelitian ini mengenai analisis kinerja PT. PLN (Persero) Cabang Tanjungpinang dilakukan dengan tujuan untuk: (1) mengetahui kekurangan dan kelebihan kinerja pelayanan di PT. PLN (Persero) Cabang Tanjungpinang, (2) mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap pelayanan PT. PLN (Persero) Cabang Tanjungpinang yang nantinya menjadi masukan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan.

Penelitian tentang analisis kinerja PT. PLN (Persero) Cabang Tanjungpinang menggunakan metode *convenience sampling*. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kuesioner untuk memperoleh data mengenai kinerja dan harapan pelanggan terhadap PT. PLN (Persero) Cabang Tanjungpinang. Objek yang diteliti dalam penelitian ini adalah kinerja pelayanan publik dan kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Cabang Tanjungpinang.

Dalam penelitian ini data yang telah dikumpulkan akan diuji melalui uji reliabilitas dan validitas, yang selanjutnya data yang lolos uji dapat digunakan dalam proses analisis data penelitian. Proses analisis data dalam penelitian adalah analisis deskriptif dan *importance performance analysis*, sehingga diperoleh gambaran yang jelas atau objek yang diteliti agar dapat diambil kesimpulan.

**ABSTRACT****PERFORMANCE ANALYSIS SERVICE PT. PLN (PERSERO)  
BRANCH TANJUNGPINANG**

**Mangara Mangatur Simarmata  
Universitas Terbuka  
mangara\_65@yahoo.co.id**

**Keywords:** Quality Service, Performance Analysis

This study analyzes the performance of PT. PLN (Persero) Branch Tanjungpinang done in order to: (1) know the advantages and disadvantages of service performance in PT. PLN (Persero) Branch Tanjungpinang, (2) determine the level of customer satisfaction with the service PT. PLN (Persero) Branch Tanjungpinang city that will be input to improve customer satisfaction.

Research on the performance analysis of PT. PLN (Persero) Branch Tanjungpinang using convenience sampling method. In this study researchers used a questionnaire to obtain data on performance and customer expectations of PT. PLN (Persero) Branch Tanjungpinang. Objects examined in this study is the performance of public service and customer satisfaction on PT. PLN (Persero) Branch Tanjungpinang.

In this study the data collected will be tested through the test reliability and validity, which in turn passes the test data that can be used in the analysis of research data. The process of data analysis in research is descriptive analysis and the importance performance analysis, in order to obtain a clear picture or object under investigation to be concluded.

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN NASIONAL  
PROGRAM PASCASARJANA  
UNIVERSITAS TERBUKA**

Yang bertandatangan di bawah ini, Saya selaku pembimbing TAPM dari Mahasiswa :

Nama : MANGARA MANGATUR SIMARMATA

Judul TAPM : ANALISIS KINERJA PELAYANAN PT. PERUSAHAAN LISTRIK  
NEGARA (PERSERO) CABANG TANJUNG PINANG

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa TAPM dari mahasiswa yang bersangkutan sudah/baru selesai ...90..... % sehingga dinyatakan sudah layak uji / belum layak uji dalam Ujian Sidang Tugas Akhir Program Magister (TAPM).  
Demikian keterangan ini dibuat untuk menjadi periksa.

Batam, ...30 NOVEMBER 2011

Pembimbing I



Dr. Drs. H. Suhajar Diantoro, M.Si

Pembimbing II



Dr. IN Baskara Wisnu Tedja, M.Ec

Unsupported Personality: PCL

**LEMBAR PERSETUJUAN TAPM**

Judul TAPM : Analisis Kinerja PT. PLN (Persero)  
Cabang Tanjungpinang

Penyusun TAPM : Mangara Mangatur Simarmata

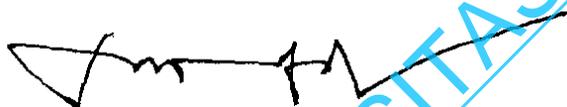
NIM : 015792982

Program Studi : Magister Administrasi Publik

Hari/ Tanggal :

**Menyetujui:**

**Pembimbing 1,**



Dr. Drs. H. Suhajar Diantoro, M.Si

**Pembimbing 2,**

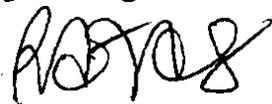


Dr. In Baskara Wisnu Tedja, M.Ec

**Mengetahui:**

**Ketua Bidang Ilmu/**

**Program Magister Administrasi Publik**



**Florentina Ratih Wulandari, S.Ip, M.Si**

NIP. 197106091998022001

**Direktur Program Pascasarjana**



**Suciati, M.Sc., Ph.D.**

NIP. 195702131985032001

**UNIVERSITAS TERBUKA**  
**PROGRAM PASCASARJANA**  
**PROGRAM STUDI ADMINISTRASI PUBLIK**  
**PENGESAHAN**

Nama : Mangara Mangatur Simarmata  
NIM : 015792982  
Program Studi : Magister Administrasi Publik  
Judul Tesis : Analisis Kinerja Pelayanan PT. PLN (Persero) Cabang  
Tanjungpinang

Telah dipertahankan di hadapan Sidang Panitia Penguji Tesis Program Pascasarjana,  
Program Studi Administrasi Publik, Universitas Terbuka pada:

Hari/ Tanggal : Jum'at/16 Maret 2012  
Waktu : 10.00 s/d 11.30

Dan Telah dinyatakan LULUS

PANITIA PENGUJI TESIS

Ketua Komisi Penguji : Dr. Liestyodono B.A., M.Si

Penguji Ahli : Prof. Dr. Hamonangan Sitorus

Pembimbing 1 : Dr. Drs. H. Suhajar Diantoro, M.Si

Pembimbing 2 : Dr. In. Baskara Wisnu Tedja, M.Ec

## KATA PENGANTAR

Puji syukur saya sampaikan kepada Tuhan Maha Pengasih dan Maha Penyayang, atas segala kebaikannya serta bimbingan-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan Tesis ini dengan baik sekalipun disana-sini masih ada kekurangan karena keterbatasan kemampuan dan kekurangan saya sebagai peneliti dalam penulisan ini. Latarbelakang penulisan penelitian ini cukup menarik karena beberapa tahun belakangan ini BUMN PT. PLN (persero) merupakan sorotan publik atas kinerjanya terpuruk, mulai dari penggiliran hidup-matinya aliran listrik ke-rumah pelanggan, demikian juga terhadap ketidakjelasan akan penambahan/pembangunan pembangkit baru sebagai pasokan untuk mengatasi kekurangan daya yang tersedia.

Penulisan Tesis ini merupakan hasil survey, dengan subjek penelitiannya adalah PT. PLN (persero) Cabang Tanjung Pinang serta objeknya adalah pelanggan yang sudah mendapatkan jaringan serta aliran listrik permanen, hal ini dilakukan agar lebih objektif pendapatnya sebagai konsumen yang mewakili pelanggan permanen. Pendapat pelanggan merupakan data selanjutnya dianalisa sehingga memberiksan informasi tentang kinerja pelayanan dan akhirnya disimpulkan menjadi bahan perbaikan maupun sebagai pengetahuan untuk melakukan penelitian lebihlanjut.

Dalam tesis ini kami juga tidak lupa menyampaikan terimakasih buat Ir. Relmi br. Girsang (Istri tercinta) yang telah memberikan dorongan dan motivasi buat saya, juga kepada anak-anak kami Irvan Novemri Simarmata, Olivia Yolanda Simarmata, serta si bungsu Kevin Jovenael Simarmata yang tidak bosan mereka mendorong papanya agar tetap semangat menyelesaikan pendidikannya, dan ternyata dengan dorongan dan motivasi yang diberikan keluarga maka penulisan tesis ini dapat saya selesaikan dengan baik.

Akhir kata saya sampaikan semoga tesis ini dapat berguna bagi masyarakat yang membacanya serta buat PT. PLN (persero) Cabang Tanjung Pinang dalam meningkatkan kinerja pelayanan publik sehingga pelayanan yang

diberikan kepada masyarakat lebih sempurna dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat Tanjungpinang khususnya pada masa yang akan datang, Syalom.

Tanjungpinang, November 2011

Mangara Mangatur Simarmata

UNIVERSITAS TERBUKA

## DAFTAR ISI

Abstrak .....	i
Lembar Layak Uji.....	iii
Lembar Persetujuan.....	iv
Lembar Pengesahan.....	v
Kata Pengantar .....	vi
Daftar Isi.....	viii
Daftar Tabel.....	xi
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran.....	xiii
Bab I Pendahuluan .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	2
B. Perumusan Masalah .....	9.
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Kegunaan Penelitian .....	10
Bab II Tinjauan Pustaka .....	11
A. Kajian Teori .....	11
1. Kinerja Pelayanan Publik .....	11
a) Defenisi Kinerja .....	11
b) Defenisi Kualits Pelayanan .....	13
c) Pengukuran Kualitas Pelayanan .....	14
d) Batasan Kualitas Pelayanan .....	17
e) Pengelolaan Kualitas Pelayanan .....	19
f) Dimensi Kualitas Pelayanan Publik .....	21
g) Persepsi Terhadap Kualitas Pelayanan .....	22
h) Harapan / Ekspektasi Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan .....	23

2. Kepuasan pelanggan .....	24
a) Defenisi Pelanggan .....	24
b) Defenisi Kepuasan Pelanggan .....	26
c) Jenis kepuasan pelanggan .....	28
d) Aspek-Aspek yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan .....	29
e) Tingkat Kepuasan Pelanggan .....	34
f) Membangun kepuasan pelanggan Melalui Kualitas, Pelayanan dan Nilai .....	38
g) Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Jasa .....	41
B. Kerangka Berpikir .....	44
C. Defenisi Operasional .....	45
 Bab III. Metode Penelitian .....	 49
A. Desain Penelitian .....	49
B. Subjek dan Objek Penelitian .....	50
C. Populasi dan Sample Penelitian .....	50
1. Populasi .....	50
2. Sampel .....	50
D. Instrumen Penelitian .....	52
1. Uji validitas .....	52
2. Uji Reliabilitas .....	53
E. Prosedur Pengumpulan Data .....	54
1. Jenis Data .....	54
2. Metode pengumpulan data .....	54
a) Kuesioner .....	55
b) Dokumentasi .....	55
F. Metode Analisis Data .....	55
1. Analisis Deskriptif .....	56
2. Importance Performance Analisis .....	56
 Bab IV. Temuan dan Pembahasan .....	 63
A. Gambaran Umum dan Lokasi Penelitian .....	63
B. Analisis Data .....	65
1. Hasil uji instrument .....	65
a. Uji validitas .....	65
b. Uji realiabilitas .....	67

2. Analisis Deskriptif .....	69
a. Kinerja pelayanan PT. PLN (Persero) .....	69
b. Harapan pelanggan PT. PLN (Persero) .....	78
3. Importance Performance Analisis .....	85
a. Tingkat kesesuaian .....	86
b. Diagram kartesius .....	88
c. Kesenjangan (Gap) antara harapan dan kinerja pelayanan .....	89
C. Pembahasan .....	91
Bab V. Kesimpulan dan Saran .....	101
<b>Daftar Pustaka</b> .....	105

UNIVERSITAS TERBUKA

## DAFTAR TABEL

Tabel I.1. Daya yang dimiliki PT. PLN (persero) Cabang Tanjung Pinang .....	8
Tabel I.2. Jumlah sambungan pelanggan .....	9
Tabel 3.1. Pengukuran persepsi Responden dengan Skala Interval .....	46
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas .....	66
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas .....	68
Tabel 4.3. Deskripsi Reliabilitas .....	69
Tabel 4.4. Deskripsi Daya Tanggap .....	70
Tabel 4.5. Deskripsi Kompetensi .....	71
Tabel 4.6. Deskripsi Akses .....	72
Tabel 4.7. Deskripsi Kesopanan .....	73
Tabel 4.8. Deskripsi Komunikasi .....	74
Tabel 4.9. Deskripsi Kredibilitas .....	75
Tabel 4.10. Deskripsi Keamanan .....	76
Tabel 4.11. Deskripsi Kemampuan .....	77
Tabel 4.12. Tanggapan Responden Terhadap Bukti Fisik .....	78
Tabel 4.13. Deskripsi Reliabilitas .....	79
Tabel 4.14. Deskripsi Daya Tanggap .....	80
Tabel 4.15. Deskripsi Kompetensi .....	80
Tabel 4.16. Deskripsi Akses .....	81
Tabel 4.17. Deskripsi Kesopanan .....	82
Tabel 4.18. Deskripsi Komunikasi .....	82
Tabel 4.19. Deskripsi Kredibilitas .....	83

Tabel 4.20. Deskripsi Keamanan .....	84
Tabel 4.21. Deskripsi Kemampuan .....	84
Tabel 4.22. Tanggapan Responden Terhadap Bukti Fisik .....	85
Tabel 4.23. Tingkat Kesesuaian .....	86
Tabel 4.23. Keputusan “Hold dan Action” .....	87
Tabel 4.24. Analisis Kesenjangan (Gap) .....	90

UNIVERSITAS TERBUKA

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1. Kerangka Berpikir .....	45
Gambar 3.1. Kuadran Importance – Performance Analisis .....	56
Gambar 4.1. Diagram Kartesius .....	88

**UNIVERSITAS TERBUKA**

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran I Biodata Penulis

Lampiran II Kuisioner dan pedoman wawancara

Lampiran III Uji Validitas dan Realibilitas

UNIVERSITAS TERBUKA

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Seiring dengan perkembangan zaman diketahui bahwa pada masa sekarang ini telah terjadi perkembangan yang sangat pesat dalam berbagai aspek kehidupan. Perkembangan yang sangat pesat tersebut antara lain terjadi dalam bidang ilmu pengetahuan dan teknologi. Perlu disadari bahwa berbagai perkembangan ini telah mengakibatkan timbulnya permasalahan yang semakin luas dan kompleks bagi organisasi sektor publik.

Dalam kurun waktu yang relatif singkat sektor publik telah mengalami perkembangan yang sangat pesat. Munculnya sektor publik ini karena ada kebutuhan masyarakat secara bersama terhadap barang atau layanan tertentu. Masyarakat membutuhkan regulasi yang mencakup pemakaian barang-barang publik tersebut sehingga dapat didistribusikan secara adil dan merata ke seluruh lapisan masyarakat. Sektor publik dipahami sebagai segala sesuatu yang berhubungan dengan kepentingan umum dan penyediaan barang atau jasa kepada publik yang dibayar melalui pajak atau pendapatan negara lain yang diatur dengan hukum (Mahsun, *et al*, 2006: 4).

Semakin besarnya peran sektor publik dalam masyarakat menyebabkan organisasi pemerintah tersebut juga menghadapi tuntutan yang lebih besar. Tuntutan tersebut antara lain adalah tuntutan terhadap peningkatan kinerja organisasi sehingga pelanggan puas. Pada dasarnya peningkatan kinerja

organisasi pemerintah tidak dapat dilepaskan dari faktor sumberdaya yang tersedia. Sumberdaya organisasi memiliki peran cukup besar terhadap kinerja organisasi pemerintah. Keberhasilan dan kemunduran suatu organisasi juga tidak lepas dari aspek sumberdaya tersebut, sehingga menjadi pokok perhatian dari sistem pengendalian manajemen organisasi. Pengendalian manajemen adalah proses dimana pemimpin mempengaruhi anggota organisasi untuk melaksanakan strategi organisasi (Halim, *et al*, 2003: 8).

Kesuksesan kinerja manajemen suatu organisasi dapat terjadi karena adanya pengendalian manajemen yang tepat. Dalam proses tersebut, manajemen menitik beratkan pada perencanaan strategis, anggaran, umpan balik, ataupun evaluasi untuk merealisasi rencana yang telah ditetapkan sebelumnya. Proses tersebut disebut juga dengan pengendalian secara formal. Selain pengendalian secara formal, organisasi juga membutuhkan komponen informal dalam rangka pencapaian tujuan organisasi. Komponen informal merupakan suatu kerangka implisit yang diyakini dan dianut oleh seluruh elemen perusahaan sebagai referensi untuk melakukan suatu tindakan. Komponen informal bersifat non materi, namun tampak dari gaya berpikir dan cara menyelesaikan suatu permasalahan.

Namun demikian, perlu disadari bahwa keseluruhan proses manajemen dalam suatu organisasi diarahkan untuk dapat memenuhi tujuan organisasi. Pada organisasi sektor publik, tujuan utama organisasi bukan hanya menghasilkan keuntungan semata, namun juga memberikan pelayanan yang baik kepada publik organisasi. Dengan tujuan tersebut, organisasi sektor

publik memiliki peran yang sangat besar dalam masyarakat. Dengan besarnya peran sektor publik didalam masyarakat ini, organisasi tersebut juga menghadapi tuntutan yang lebih besar dari masyarakat. Tuntutan tersebut antara lain berupa kinerja dan kualitas yang baik dari organisasi dalam melakukan pelayanan kepada masyarakat.

Untuk mengatasi segala permasalahan yang muncul akibat pesatnya perkembangan pada berbagai aspek kehidupan, maka organisasi pemerintah perlu melakukan peningkatan terhadap kinerjanya. Peningkatan kinerja dapat dilakukan dengan adanya kesadaran akan pengukuran kinerja bagi organisasi. Penilaian kinerja organisasi dapat difokuskan dengan tujuan memberikan kepuasan kepada pelanggan tentang persepsi mengenai mutu pelayanan. Dengan kata lain, dapat disadari bahwa dengan mutu pelayanan dan kepuasan pelanggan yang tinggi akan memberikan dampak positif berupa citra yang baik bagi organisasi pemerintah.

Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang ia rasakan dengan harapannya. Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari pembeda antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*). Pelanggan bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Jika kinerja di bawah harapan, pelanggan akan tidak puas. Kalau kinerja sesuai dengan harapan, pelanggan akan puas. Apabila kinerja melampaui harapan, pelanggan akan sangat puas, senang, atau bahagia (Kotler, 2000: 89). Selain itu menurut Moison, Walter dan White (dalam Haryanti dan Hadi, 2000) menyebutkan

bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan adalah karakteristik produk, harga, pelayanan, lokasi, fasilitas, citra, desain visual, suasana, dan komunikasi.

Sampai dengan saat ini, fenomena yang terjadi di Indonesia adalah kurang mampunya pemerintah dalam memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan masyarakat. Hal ini tercantum dalam Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor KEP/25/M.PAN/2/2004 Tanggal 24 Februari 2004 tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah, yang menyatakan bahwa pelayanan publik oleh aparatur pemerintah dewasa ini masih banyak dijumpai kelemahan sehingga belum dapat memenuhi kualitas yang diharapkan masyarakat. Indikator ketidakpuasan masyarakat terhadap kinerja pelayanan publik dapat dilihat dari banyaknya kritik masyarakat terhadap pelayanan publik baik secara langsung, maupun melalui media massa. Keluhan masyarakat terhadap kinerja pelayanan antara lain prosedur yang berbelit-belit, tidak ada kepastian jangka waktu penyelesaian, biaya yang harus dikeluarkan, persyaratan yang tidak transparan, sikap petugas yang kurang *responsive* dan lain-lain, sehingga menimbulkan citra yang kurang baik terhadap citra pemerintah (Mukhlis, 2009). Hal ini tentunya harus menjadi perhatian bagi organisasi mengingat fungsi utamanya untuk melayani masyarakat.

Salah satu organisasi sektor publik yang sangat dibutuhkan, namun sekaligus seringkali menuai kritik dari masyarakat adalah PT. PLN (Persero).

PT. PLN (Persero) yang merupakan singkatan dari Perusahaan Listrik Negara adalah suatu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang mengurus semua aspek kelistrikan yang ada di Indonesia. Awal berdirinya, PLN berstatus sebagai Perusahaan Umum. Pada tahun 1972, sesuai dengan Peraturan Pemerintah Nomor 17 Tahun 1972, status Perusahaan Listrik Negara (PLN) ditetapkan sebagai Perusahaan Umum Listrik Negara dan sebagai Pemegang Kuasa Usaha Ketenagalistrikan (PKUK) dengan tugas menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum<sup>1</sup>. Namun seiring dengan kebijakan Pemerintah yang memberikan kesempatan kepada sektor swasta untuk bergerak dalam bisnis penyediaan listrik, maka sejak tahun 1994 status PLN beralih dari Perusahaan Umum menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) dan juga sebagai PKUK dalam menyediakan listrik bagi kepentingan umum hingga sekarang.

PT. PLN sebagai Badan Usaha Milik Negara yang berbentuk Perusahaan Perseroan (Persero) berkewajiban untuk menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum dengan tetap memperhatikan tujuan perusahaan, yaitu menghasilkan keuntungan. Hal ini sesuai dengan Undang-Undang Nomor 30 Tahun 2000 tentang Ketenaga Listrikan. Kegiatan usaha PT. PLN (Persero) adalah menjalankan usaha penyediaan tenaga listrik yang meliputi kegiatan pembangkitan, penyaluran, distribusi tenaga listrik, perencanaan dan pembangunan sarana penyediaan tenaga listrik. Dalam kegiatannya sehari-hari PT. PLN (Persero) juga menjalankan usaha penunjang dalam penyediaan tenaga listrik yang meliputi kegiatan konsultasi,

---

<sup>1</sup> <http://www.pln.co.id/?p=102>, diakses tanggal 29 Agustus 2011.

pemeliharaan peralatan ketenagalistrikan, pengembangan teknologi peralatan yang menunjang penyediaan tenaga listrik. Selain kedua hal tersebut, PT. PLN (Persero) juga menjalankan kegiatan pengelolaan dan pemanfaatan sumber daya alam dan sumber energi lainnya untuk kepentingan penyediaan tenaga listrik, melakukan pemberian jasa operasi dan pengaturan (*dispatcher*) pada pembangkitan, penyaluran, distribusi dan *retail* tenaga listrik, menjalankan kegiatan perindustrian perangkat keras dan perangkat lunak bidang ketenagalistrikan dan peralatan lain yang terkait dengan tenaga listrik, serta melakukan kerja sama dengan badan lain atau pihak lain atau badan penyelenggara bidang ketenagalistrikan baik dari dalam negeri maupun luar negeri di bidang pembangunan, operasional, telekomunikasi dan informasi yang berkaitan dengan ketenagalistrikan.

Hasil survey yang dilaksanakan YLKI berkaitan dengan tingkat kepuasan yang diterima konsumen pemakai jasa PLN menunjukkan bahwa para konsumen selama ini masih kurang puas dengan pelayanan PLN<sup>2</sup>. Hal ini seiring dengan kinerja pelayanan publik atau tingkat integritas PLN yang menjadi terpuruk di bawah standar tingkat pelayanan secara nasional, karena dari 39 instansi pelayanan publik tingkat Pusat, PT. PLN (Persero) berada pada peringkat ke-30.

Pada dasarnya, PT. PLN (Persero) merupakan sektor publik yang memegang peranan penting dalam *supply* energi kepada masyarakat. Dalam pelaksanaan pembangunan dan kehidupan sehari-hari tidak dapat dipungkiri

<sup>2</sup> <http://suarapembaca.detik.com/read/2010/04/27/072708/1345983/471/tarif-dasar-listrik-naik-namun-pelayanan-pln-tidak-naik>, diakses tanggal 17 Maret 2011.

bahwa energi merupakan salah satu syarat utama, terutama setelah menjadi energi listrik. Listrik merupakan tulang punggung bagi awal dan kelanjutan pengembangan baik pada tingkat industri maupun di tingkat hidup masyarakat. Karena tingginya tingkat kebutuhan masyarakat inilah PT. PLN (Persero) juga menghadapi tuntutan yang lebih besar dari masyarakat.

Upaya PT. PLN (Persero) dalam memenuhi harapan masyarakat akan kualitas pelayanan yang diberikan tidaklah berjalan dengan lancar, akan tetapi juga menemukan berbagai hambatan. PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang juga turut mengalami berbagai hambatan dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat. Keluhan masyarakat terhadap PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang berkaitan dengan pemadaman listrik yang seringkali terjadi. Dari data PLN Tanjung Pinang, daya mampu listrik di Tanjung Pinang hanya 43.350 kilowatt. Daya sebanyak itu harus menjangkau Kota Tanjung Pinang dan sebagian wilayah Bintan. Padahal, kebutuhan listrik di Tanjung Pinang pada saat ini besar. Dari data PLN Tanjung Pinang, warga Kota Tanjung Pinang yang masih menunggu aliran listrik atau daftar tunggu mencapai 2.942 calon pelanggan<sup>3</sup>. Hal ini tentunya menjadi hambatan bagi PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang dalam melakukan pelayanan kepada masyarakat.

Mutu pelayanan dan kepuasan yang sesuai harapan masyarakat akan memberikan kepuasan pada pelanggan PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang, karena menurut Imawati (2008) kualitas memiliki hubungan yang erat

<sup>3</sup> <http://m.kompas.com/news/read/data/2010.12.01.03013723>, diakses tanggal 17 Maret 2011.

hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas pelayanan yang baik akan memberikan dorongan atau motivasi kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang. Dalam jangka panjang, PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang tentunya diharapkan dapat memahami harapan serta kebutuhan pelanggan, sehingga kepuasan pelanggan dapat tercipta. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Tjiptono, 2004: 31).

Sampai dengan saat ini, pemadaman listrik di wilayah Tanjung Pinang masih terus terjadi. Hal ini tentunya memicu penurunan citra PT. PLN (Persero) dalam persepsi masyarakat. Harapan masyarakat akan kinerja pelayanan yang baik tentunya tidak dapat terlaksana dengan adanya berbagai hambatan dalam upaya pemberian pelayanan publik dari PT. PLN (Persero). Berdasarkan latar belakang tersebut maka kinerja pelayanan PT. PLN (Persero) perlu dinilai dan dianalisis. Karena itu peneliti tertarik untuk melakukan penelitian mengenai analisis kinerja pelayanan PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Cabang Tanjung Pinang.

Tabel I.1 Daya yang dimiliki PT. PLN (persero) Cab. Tanjung Pinang

Daya terpasang	55,226 MW
Daya Efektif	43,85 MW
Beban Puncak	44,2 MW

Sumber : PT. PLN (persero) Cabang Tanjung Pinang 2011

Tabel I.2. Jumlah sambungan pelanggan

Jenis sambungan	Jumlah
Sambungan Rumah Tangga	37.061,- sambungan
Sosial	510,- sambungan
Industri (I)	39,- sambungan
Pabrik (P)	308,- sambungan
Bangunan Bisnis (B)	6.180,- sambungan
Total	44.094,- sambungan

Sumber : PT. PLN (persero) Tanjung Pinang 2011

### B. Perumusan Masalah

Masalah-masalah pada penelitian ini dapat diidentifikasi melalui latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya. Permasalahan-permasalahan tersebut adalah sebagai berikut.

1. Sejauh mana tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja pelayanan publik PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Cabang Tanjung Pinang ditinjau dari tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan?

### C. Tujuan Penelitian

Guna menjawab pertanyaan-pertanyaan pada penelitian ini maka penelitian ini ditujukan untuk:

1. Mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap kinerja pelayanan publik PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Cabang Tanjung Pinang ditinjau dari tingkat kesesuaian antara pelayanan yang diterima dengan pelayanan yang diharapkan.

#### **D. Kegunaan Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dapat diperoleh melalui penelitian ini diuraikan sebagai berikut.

1. Secara Teoretis

Secara teoretis penelitian ini diharapkan dapat memberikan tambahan kepustakaan, dan berkontribusi bagi kajian di bidang administrasi publik, khususnya mengenai kinerja pelayanan kepada publik.

2. Secara Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan memberikan manfaat sebagai berikut.

- a. Membantu PT. PLN (Persero) untuk dapat mengetahui kekurangan dan kelebihan kinerja pelayanannya sehingga dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan dalam menyusun upaya peningkatan kinerja.
- b. Membantu PT. PLN (Persero) untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan terhadap faktor-faktor atau dimensi-dimensi yang merupakan prestasi pelayanan PT. PLN (Persero) sehingga dapat dijadikan sebagai bahan masukan di masa yang akan datang untuk dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Teori

##### 1. Kinerja Pelayanan Publik

###### a. Definisi Kinerja

Istilah kinerja berasal dari kata *performance* atau *actual performance*. Pengertian kinerja adalah hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dicapai dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggung jawab (Mangkunegara, 2007: 67). Faktor-faktor yang mempengaruhi kinerja adalah faktor kemampuan (*ability*) dan faktor motivasi.

Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa (Kotler, 2000: 37). Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa, pelanggan (dan bukan penyedia jasa) yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan. Jasa memiliki karakteristik (*variability*), sehingga kinerjanya acapkali tidak konsisten. Hal ini menyebabkan pelanggan menggunakan isyarat/petunjuk intrinsik dan isyarat ekstrinsik sebagai acuan atau pedoman dalam mengevaluasi kualitas jasa. Isyarat intrinsik berkaitan dengan output dan penyampaian sebuah jasa. Pelanggan akan mengandalkan isyarat semacam ini apabila berada di tempat pembelian atau jika isyarat intrinsik bersangkutan merupakan *search quality* dan

memiliki nilai prediktif tinggi. Isyarat ekstrinsik adalah unsur-unsur yang merupakan pelengkap bagi sebuah jasa. Isyarat ini dipergunakan dalam mengevaluasi jasa jika proses menilai isyarat intrinsik membutuhkan banyak waktu dan usaha, dan apabila isyarat ekstrinsik bersangkutan merupakan *experience quality* dan *credence quality*.

Isyarat ekstrinsik juga dipergunakan sebagai indikator kinerja manakala tidak tersedia informasi isyarat intrinsik yang memadai. Sementara itu, partisipasi dan interaksi pelanggan dalam proses penyampaian pelayanan juga ikut menentukan kompleksitas evaluasi kinerja pelayanan (Imawati, 2008). Hal ini menimbulkan suatu konsekuensi bahwa pelayanan yang sama bisa dinilai secara berlainan oleh konsumen yang berbeda.

Dalam konteks kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan pelanggan, telah dicapai konsensus bahwa harapan pelanggan (*customer expectation*) memainkan peran penting sebagai standar perbandingan dalam mengevaluasi kualitas kinerja maupun kepuasan. Menurut Olson dan Dover (dalam Imawati, 2008), harapan/ekspektasi pelanggan merupakan keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk bersangkutan. Kendati demikian konseptualisasi dan operasionalisasi harapan pelanggan masih menjadi isu kontroversial, terutama menyangkut karakteristik standar ekspektasi spesifik, jumlah standar yang digunakan,

dan sumber ekspektasi. Setiap pelanggan mungkin saja memiliki beberapa ekspektasi pra-konsumsi yang berbeda. Imawati (2008), menyatakan bahwa konsumen yang berbeda bisa pula menerapkan tipe ekspektasi yang berbeda untuk situasi yang berbeda. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa setiap konsumen memiliki ekspektasi berbeda yang akan mempengaruhi penilaiannya terhadap kualitas produk (barang dan jasa).

b. Definisi Kualitas Pelayanan

Kualitas sangat penting bagi pelanggan yang menginginkan standar tinggi untuk barang dan jasa secara konsisten. Tanpa rincian yang jelas mengenai apa yang dihasilkan, prosedur pembuatannya dan pengukurannya yang objektif, maka standar layanan terpengaruh pendapat pribadi dan layanan menjadi tidak mantap. Ini tidak berarti pelanggan dapat menilai apakah layanan telah dilaksanakan seperti yang dijanjikan atau tidak, meskipun hal ini akan menjadi potensi ketidakpuasan.

Kualitas suatu pelayanan adalah hal yang sangat perlu diperhatikan oleh setiap perusahaan. Kualitas yang rendah akan menempatkan perusahaan pada posisi yang kurang menguntungkan, karena jika pelanggan merasa kualitas pelayanan yang ditawarkan oleh perusahaan tidak memuaskan maka kemungkinan besar pelanggan akan menggunakan pelayanan perusahaan yang lain. Sebuah perusahaan pelayanan dapat memenangkan persaingan dengan menyampaikan secara konsisten

layanan yang berkualitas tinggi dibandingkan dengan para pesaing yang tidak dapat memenuhi harapan konsumen.

Definisi kualitas pelayanan menurut Alma (2004: 293) adalah semacam tingkat kemampuan suatu pelayanan dengan segala atributnya yang secara riil disajikan sesuai dengan harapan konsumen. Menurut Wycof (dalam Tjiptono, 2006: 59) yang dimaksud dengan kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan konsumen.

Dengan demikian dapat diartikan bahwa terdapat dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan, yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila pelayanan yang diterima pelanggan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika pelayanan yang diterima melampaui harapan pelanggan maka kualitas pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Namun sebaliknya, jika pelayanan yang diterima lebih rendah daripada yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan buruk. Baik atau tidaknya kualitas pelayanan tergantung pada kemampuan penyedia pelayanan dalam memenuhi harapan konsumennya secara konsisten.

c. Pengukuran Kualitas pelayanan

Dalam mengevaluasi pelayanan yang bersifat *intangibile*, pelanggan pada umumnya menggunakan indikator kualitas pelayanan, dimana indikator tersebut dapat dijadikan sebagai kriteria untuk

mengetahui kesenjangan antara persepsi dan harapan konsumen. Schonberger (dalam Armistead dan Clark, 1992) mengusulkan empat ukuran kualitas pelayanan, yaitu:

1) Respon yang cepat

Organisasi dan pegawainya harus melayani pelanggannya dengan cepat dan melaksanakan tugasnya dengan cepat pula.

2) Perubahan yang cepat

Kelenturan menghasilkan pelayanan yang berbeda dari sistem yang sama pada waktu yang ditentukan.

3) Kemanusiaan

Dalam hal ini, organisasi dan pegawainya harus tanggap dan memahami kebutuhan pribadi pelanggan.

4) Nilai

Dalam hal ini dapat diartikan bahwa pelayanan yang baik melambangkan nilai tertentu di mata pelanggan.

Berbeda dengan pendapat tersebut, Tjiptono (2006: 69) menyatakan bahwa terdapat faktor-faktor penentu kualitas pelayanan, antara lain adalah sebagai berikut:

1) Keandalan (*Reliability*)

Keandalan mencakup dua hal pokok, yaitu konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya (*dependability*). Hal ini berarti perusahaan memberikan pelayanannya secara tepat

sejak saat pertama. Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan pelayanannya sesuai dengan perjanjian yang disepakati.

2) Daya Tanggap (*Responsiveness*)

Daya tanggap yaitu kemampuan atau kesiapan para pemasar untuk memberikan pelayanannya sesuai dengan jadwal yang disepakati.

3) Kepastian (*Insurance*)

Kepastian meliputi sikap sopan santun, repek, perhatian, dan keramahan yang dimiliki oleh *contact personel* yang menyediakan pelayanan.

4) Empati (*Emphaty*)

Empati adalah kepedulian dan usaha untuk memenuhi keinginan konsumen.

5) Wujud (*Tangible*)

Wujud yang dimaksudkan disini adalah bukti fisik dari pelayanan yang dapat berupa fasilitas fisik, peralatan yang digunakan, dan representasi dari pelayanan.

Baik atau tidaknya kualitas pelayanan tergantung dari respon pelanggan yang diterima. Respon pertama pelanggan adalah melaksanakan transaksi, kemudian kepuasan para pelanggan dari pelayanan tersebutlah yang dapat menciptakan loyalitas konsumen.

Menurut Tjiptono, (2006: 111), loyalitas pelanggan adalah situasi dimana pelanggan bersikap positif terhadap produk dan produsen, lalu diikuti dengan pembelian ulang. Mengenai hubungan antara kualitas pelayanan terhadap loyalitas konsumen, Fornel (dalam Ponirin, 2005: 30) menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang tinggi akan menghasilkan peningkatan loyalitas pelanggan kepada perusahaan sehingga pelanggan tidak akan mudah terbujuk oleh tawaran pesaing.

d. Batasan Kualitas Pelayanan

Dari sudut konsep, definisi tentang kualitas dapat diawali dari identifikasi dan solusi masalah atau akar persoalan yang sebenarnya. Menurut Juran (1995: 69), dalam konteks produk, kualitas diartikan sebagai ketepatan untuk dipakai dan tekanan orientasi pada pemenuhan harapan pelanggan. Agak berbeda dengan Juran, Crosby (dalam Juran, 1995: 71) lebih menekankan pada transformasi budaya kualitas. Pendekatannya merupakan proses arus atas-bawah, yaitu menekankan kesesuaian individu terhadap perkembangan persyaratan atau tuntutan masyarakat. Sementara itu, Deming (dalam Juran, 1995: 71) lebih menekankan pada kondisi faktual empiris dan cenderung berorientasi pada arus bawah-atas, yaitu kualitas dapat dikembangkan jika didukung oleh sumberdaya manusia yang berkualitas. Meski tidak ada satu pun definisi yang diterima secara universal, tetapi ada unsur kesamaannya, yaitu sebagai berikut.

- 1) Kualitas ditinjau dari sisi proses sebagai upaya memenuhi atau melebihi harapan pelanggan. Dalam hal ini, termasuk kualitas karyawan dalam melayani pelanggan.
- 2) Kualitas tidak saja mencakup aspek proses, produk, jasa, dan lingkungan, tetapi juga aspek kualitas sumberdaya manusia.
- 3) Kualitas sumberdaya manusia meliputi kualitas potensi diri, kualitas proses, dan kualitas kinerja: kualitas potensi diri antara lain tingkat pengetahuan, etos kerja, sikap, ketrampilan, kesehatan, kedisiplinan, loyalitas kerja, dan kejujuran; kualitas proses antara lain dilihat dari komitmen, tingkat kerusakan produk, tingkat keamanan kerja pribadi, dan kualitas kehidupan kerja karyawan; kualitas kinerja dilihat dari output, antara lain berupa produktivitas kerja, produktivitas perusahaan, dan kesejahteraan karyawan.
- 4) Seorang karyawan memiliki kualitas tertentu apabila sesuai dengan standar kualitas dan kompetensi yang telah ditentukan oleh perusahaan. Dengan kata lain, kualitas diartikan sebagai adanya kesesuaian dengan kebutuhan pasar kerja atau produsen.
- 5) Kualitas memiliki karakteristik kondisi yang dinamis sejalan dengan perubahan pasar kerja, teknologi, waktu, dan dinamika sosial masyarakat (persepsi), misalnya kebutuhan akan kualitas SDM tentang motivasi, pendidikan, pengetahuan, keterampilan sikap, dan kesehatan fisik (Mangkuprawira dan Hubeis, 2007: 43).

e. Pengelolaan Kualitas Pelayanan

Sebuah perusahaan dapat memenangkan persaingan dengan cara menyampaikan secara konsisten layanan yang bermutu lebih tinggi dibanding para pesaing, dan lebih tinggi daripada harapan konsumen. Harapan-harapan itu dibentuk oleh pengalaman di masa lalu, pembicaraan dari mulut ke mulut, dan iklan perusahaan. Setelah menerima pelayanan itu, pelanggan membandingkan pelayanan yang dialami dan pelayanan yang diharapkan. Jika pelayanan yang dialami berada dibawah pelayanan yang diharapkan, pelanggan tidak berminat lagi terhadap penyedia pelayanan tersebut, dan jika pelayanan yang dialami memenuhi bahkan melebihi harapan, maka pelanggan akan menggunakan penyedia pelayanan itu lagi.

Menurut Tjiptono (2006: 80) mengidentifikasi lima gap (kesenjangan) yang menyebabkan kegagalan penyampaian pelayanan, kelima gap tersebut adalah:

1) Kesenjangan antara harapan pelanggan dan persepsi manajemen.

Pada kenyataannya, pihak manajemen suatu perusahaan tidak selalu dapat merasakan atau memahami apa yang diinginkan para pelanggan secara tepat. Akibatnya manajemen tidak mengetahui bagaimana suatu pelayanan seharusnya didesain dan pelayanan-pelayanan pendukung atau sekunder apa saja yang diinginkan oleh konsumen.

- 2) Kesenjangan antara persepsi manajemen terhadap pelanggan dan spesifikasi kualitas pelayanan.

Kadangkala manajemen mampu memahami secara tepat apa saja yang diinginkan konsumen, tetapi mereka tidak menyusun suatu standar kinerja tertentu yang jelas. Hal ini disebabkan tiga faktor, yaitu tidak adanya komitmen total manajemen terhadap kualitas pelayanan, kekurangan sumber daya atau karena adanya kelebihan permintaan.

- 3) Kesenjangan antara spesifikasi mutu pelayanan dan penyampaian pelayanan.

Ada beberapa penyebab terjadinya gap, misalnya karyawan kurang terlatih, beban kerja melampaui batas, tidak dapat memenuhi standar kinerja atau bahkan tidak memenuhi standar kinerja yang ditetapkan.

- 4) Kesenjangan antara penyampaian pelayanan dan komunikasi eksternal.

Seringkali harapan pelanggan dipengaruhi oleh iklan dan pernyataan atau janji yang dibuat oleh perusahaan, resiko yang dihadapi perusahaan adalah janji yang diberikan ternyata tidak dapat dipenuhi.

5) Kesenjangan antara pelayanan yang dialami dengan pelayanan yang diharapkan.

Gap ini terjadi apabila pelanggan mengukur kinerja atau prestasi perusahaan dengan cara yang berlainan, atau bisa juga keliru mempersepsikan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan.

f. Dimensi Kualitas Pelayanan Publik

Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (dalam Tjiptono dan Chandra, 2005: 61) berhasil mengidentifikasi sepuluh dimensi pokok kualitas jasa terhadap berbagai macam industri, yaitu:

- 1) Reliabilitas
- 2) Responsivitas atau daya tanggap
- 3) Kompetensi
- 4) Akses
- 5) Kesopanan (*courtesy*)
- 6) Komunikasi
- 7) Kredibilitas
- 8) Keamanan (*security*)
- 9) Kemampuan memahami pelanggan
- 10) Bukti fisik (*tangibles*)

Kualitas pelayanan berarti suatu empati, respek dan tanggap akan kebutuhannya, pelayanan listrik yang sesuai dengan kebutuhan dan diberikan dengan cara yang ramah. Kualitas pelayanan agak sulit diukur

(*intangible*) karena umumnya bersifat subjektif menyangkut kepuasan seseorang yang bergantung pada persepsi, label, sosial ekonomi, norma, pendidikan, budaya dan kepribadian. Kepuasan sebagai salah satu aspek dalam penilaian tentang mutu, yaitu perasaan seseorang dalam mendapatkan pelayanan (hasil) yang memenuhi harapannya (Bruce, 1990 dalam Satoto, 2009).

Model Gummesson mencakup tiga variabel utama: ekspektasi, pengalaman, dan citra (perusahaan dan merek). Menurut model ini persepsi pelanggan terhadap kualitas total mempengaruhi citra perusahaan dan citra merek dalam benak pelanggan. Sementara itu, model ini juga mengidentifikasi empat konsep kualitas: kualitas desain, kualitas produksi dan penyampaian produk, kualitas relasional, dan kualitas teknis. Dua konsep kualitas pertama merupakan sumber kualitas, sedangkan dua konsep kualitas berikutnya mencerminkan hasil dari produksi dan penyampaian barang, serta proses jasa (Tjiptono dan Chandra, 2005: 53).

#### g. Persepsi terhadap Kualitas Pelayanan

Kualitas jasa harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir dengan kepuasan pelanggan serta persepsi positif terhadap kualitas jasa (Kotler, 2000: 41). Sebagai pihak yang membeli dan mengkonsumsi jasa, pelanggan (dan bukan penyedia jasa) yang menilai tingkat kualitas jasa sebuah perusahaan. Jasa memiliki karakteristik *variability*, sehingga kinerjanya acapkali tidak konsisten. Hal ini menyebabkan pelanggan

menggunakan isyarat/petunjuk intrinsik dan isyarat ekstrinsik sebagai acuan atau pedoman dalam mengevaluasi kualitas jasa. Isyarat intrinsik berkaitan dengan output dan penyampaian sebuah jasa. Pelanggan akan mengandalkan isyarat semacam ini apabila berada di tempat pembelian atau jika isyarat intrinsik bersangkutan merupakan *search quality* dan memiliki nilai prediktif tinggi. Isyarat ekstrinsik adalah unsur-unsur yang merupakan pelengkap bagi sebuah jasa. Isyarat ini dipergunakan dalam mengevaluasi jasa jika proses menilai isyarat intrinsik membutuhkan banyak waktu dan usaha, dan apabila isyarat ekstrinsik bersangkutan merupakan *experience quality* dan *credence quality*. Isyarat ekstrinsik juga dipergunakan sebagai indikator kualitas jasa manakala tidak tersedia informasi isyarat intrinsik yang memadai. Sementara itu, partisipasi dan interaksi pelanggan dalam proses penyampaian jasa juga ikut menentukan kompleksitas evaluasi kualitas jasa. Konsekuensinya, jasa yang sama bisa dinilai secara berlainan oleh konsumen yang berbeda (Tjiptono dan Chandra, 2005: 58).

#### h. Harapan/Ekspektasi Pelanggan terhadap Kualitas Pelayanan

Dalam konteks kualitas produk (barang dan jasa) dan kepuasan pelanggan, telah dicapai konsensus bahwa harapan pelanggan (*customer expectation*) memainkan peran penting sebagai standar perbandingan dalam mengevaluasi kualitas maupun kepuasan. Menurut Olson & Dover (dalam Zeithaml, *et al.* 1993), harapan/ekspektasi pelanggan merupakan

keyakinan pelanggan sebelum mencoba atau membeli suatu produk, yang dijadikan standar atau acuan dalam menilai kinerja produk bersangkutan. Kendati demikian konseptualisasi dan operasionalisasi harapan pelanggan masih menjadi isu kontroversial, terutama menyangkut karakteristik standar ekspektasi spesifik, jumlah standar yang digunakan, dan sumber ekspektasi. Setiap konsumen mungkin saja memiliki beberapa ekspektasi pra-konsumsi yang berbeda. Selain itu konsumen yang berbeda bisa pula menerapkan tipe ekspektasi yang berbeda untuk situasi yang berbeda (Tjiptono dan Chandra, 2005: 58).

## 2. Kepuasan Pelanggan

### a. Definisi Pelanggan

Sejalan dengan kemajuan teknologi dan disepakatinya perjanjian perdagangan bebas, menyebabkan konsumen menghadapi lebih banyak alternatif produk dengan harga dan pemasok yang berbeda. Hal ini merupakan sesuatu yang kemudian menimbulkan pertanyaan bagi produsen tentang cara konsumen memilih produk yang akan dibelinya karena hal tersebut akan menentukan juga cara pandang konsumen tentang kualitas (mutu) produk.

Setiap perusahaan menyadari bahwa pertanyaan yang timbul tersebut mengindikasikan adanya pertimbangan konsumen mengenai produk (jasa) dari sisi besarnya nilai plus yang diberikan kepada pelanggan. Mengenali dan memahami keinginan pelanggan jauh lebih

penting, karena produsen bergantung pada konsumennya. Konsumen selalu mencari nilai yang dianggap paling tinggi dari beberapa produk (Kotler, 1997: 197). Mereka membentuk harapan tentang nilai yang akan diperoleh (*value expectation*). Dari nilai tersebut kemudian dapat diukur besar kepuasan yang dimiliki oleh pelanggan.

Pelanggan merupakan fokus utama dalam pembahasan mengenai kepuasan dan kualitas jasa karena dalam hal ini pelanggan memegang peranan cukup penting dalam mengukur kepuasan terhadap produk maupun pelayanan yang diberikan perusahaan. Menurut *Cambridge International Dictionaries* (1995), pelanggan adalah “*a person who buys goods or a service*” (pelanggan adalah seseorang yang membeli suatu barang atau jasa). Sementara menurut *Cambridge Encyclopedias of Language* (1989), pelanggan adalah *one who frequents any place of sale for the sake of purchasing goods or wares*” (pelanggan adalah seseorang yang beberapa kali datang ke tempat yang sama untuk membeli suatu barang atau peralatan) atau *customer is one who frequents or visit any place for procuring what he wants...*” (pelanggan adalah seseorang yang beberapa kali datang ke tempat yang sama untuk memenuhi apa yang diinginkan).

Dengan kata lain, pelanggan adalah seseorang yang secara kontinu dan berulang kali datang ke suatu tempat yang sama untuk memuaskan keinginannya dengan memiliki suatu produk atau mendapatkan suatu jasa

dan membayar produk atau jasa tersebut (Lupiyoadi dan Hamdani, 2008: 74).

Berdasarkan pendapat beberapa tokoh tersebut diatas maka dapat disimpulkan bahwa konsumen adalah semua orang yang membeli, menerima, serta membutuhkan pelayanan dan perhatian perlakuan yang dipergunakan untuk keperluan pribadi atau kelompok.

b. Definisi Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan masalah yang sering kali kurang diperhatikan oleh perusahaan, padahal sebenarnya memiliki tingkat kepentingan yang sangat tinggi. Kepuasan pelanggan akan mempengaruhi perilaku pembelian ulang serta loyalitas pelanggan terhadap produk yang dihasilkan pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan akan menentukan hidup matinya perusahaan itu sendiri.

Kesadaran akan pentingnya permasalahan kepuasan pelanggan ini mendorong para ahli psikologi dan ekonomi melakukan penelitian guna mengetahui lebih lanjut apa dan bagaimana kepuasan pelanggan itu. Dari berbagai macam penelitian yang telah dilakukan diperoleh berbagai macam definisi mengenai arti dari kepuasan pelanggan itu sendiri. Setelah pembelian produk, pelanggan akan mengalami suatu tingkat kepuasan atau ketidakpuasan tertentu. Pelanggan juga akan melakukan tindakan setelah pembelian dan penggunaan produk tersebut yang mendapat perhatian dari

pemasar. Tugas pemasar tidak berakhir ketika produk dibeli tetapi terus sampai periode setelah pembelian.

Kepuasan pembelian merupakan fungsi dari seberapa dekat antara harapan pembeli atas produk tersebut dengan daya guna yang dirasakan dari produk tersebut (Kotler dan Susanto, 1999: 258). Namun demikian, kualitas pelayanan pada waktu pembelian juga merupakan faktor yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan. Selain melakukan evaluasi terhadap produk, setelah pembelian maka pelanggan juga akan melakukan evaluasi terhadap kualitas pelayanan sehingga dapat mempengaruhi kepuasan.

Engel, Blackwell dan Miniard (dalam Danny, *et al.*, 2001: 88) mendefinisikan kepuasan sebagai evaluasi pasca konsumsi dimana suatu alternatif yang dipilih setidaknya memenuhi atau melebihi harapan. Singkat kata, alternatif tersebut setidaknya terlaksana sebaik yang anda harapkan. Sedangkan menurut Kotler dan Susanto (1999: 36), kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap kinerja (hasil) suatu produk dengan harapan yang dimiliki.

Dari beberapa uraian definisi mengenai kepuasan, maka secara umum kepuasan dapat diartikan sebagai suatu perbandingan antara layanan atau hasil yang diterima pelanggan dengan harapan pelanggan. Dimana layanan atau hasil yang diterima itu paling tidak harus sama

dengan harapan pelanggan, atau bahkan melebihinya. Jadi tingkat kepuasan adalah fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Pelanggan dapat mengalami salah satu dari tiga tingkat kepuasan yang umum. Apabila kinerja dibawah harapan maka pelanggan kecewa, apabila kinerja sesuai dengan harapan maka pelanggan puas, dan apabila kinerja melebihi harapan maka pelanggan sangat puas, senang atau gembira.

c. Jenis Kepuasan Pelanggan

Dalam era kompetisi bisnis yang ketat seperti sekarang ini, kepuasan pelanggan merupakan hal yang utama. Usaha memuaskan kebutuhan pelanggan harus dilakukan secara menguntungkan, yaitu keadaan dimana kedua belah pihak merasa menang dan tidak ada yang dirugikan.

Kepuasan pelanggan merupakan suatu hal yang sangat berharga demi mempertahankan keberadaan pelanggan tersebut untuk tetap berjalannya suatu bisnis atau usaha. Layanan yang diberikan kepada pelanggan akan memacu puas tidaknya seorang pelanggan atas pelayanan yang diberikan. Beberapa perusahaan telah lama menyadari bahwa produk yang hebat tidaklah cukup untuk menarik pelanggan atau yang lebih penting lagi membuat para pelanggan kembali membeli produk itu (Armistead dan Clark dalam Danny, *et al*, 2001: 89).

Dalam memberikan layanan yang bertujuan untuk memberi kepuasan bagi pelanggan, ada beberapa keuntungan yang dapat diambil. Keuntungan pertama yang terbesar yaitu kepercayaan pelanggan, karena pelanggan menilai mutu produk dengan apa yang mereka lihat dan pahami. Keuntungan kedua, bahwa pelanggan mendapat nilai maksimum dari pembeliannya dan memungkinkan pelanggan dengan cepat dan mudah menggunakan seluruh manfaat dari produk yang telah dibelinya. Manfaat dari produk dan layanan yang diberikan kepada pelanggan harus mengarah kepada peningkatan kesetiaan pelanggan. Ada dua macam kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan, yaitu (Danny, *et al*, 2001: 89):

1) Kepuasan Fungsional

Kepuasan fungsional merupakan kepuasan yang diperoleh dari fungsi atau pemakaian suatu produk.

2) Kepuasan Psikologikal

Kepuasan psikologikal merupakan kepuasan yang diperoleh dari atribut yang bersifat tak berwujud atas pembelian produk.

d. Aspek-Aspek yang Mempengaruhi Kepuasan Pelanggan

Konsumen dalam memilih suatu pelayanan jasa akan dipengaruhi oleh berbagai aspek. Berikut ini adalah beberapa pendapat para ahli yang mengemukakan aspek- aspek yang mempengaruhi kepuasan konsumen. Menurut Tjiptono (2006: 79) ada 5 aspek yang mempengaruhi kepuasan konsumen, yaitu:

- 1) Sistem pengiriman barang atau jasa.
- 2) Tampilan dari barang atau jasa.
- 3) Citra terhadap perusahaan, barang, jasa, dan merk.
- 4) Hubungan antara harga dan nilai dari sudut konsumen.
- 5) Tingkat kinerja karyawan perusahaan.

Suatu produk jasa di perusahaan akan dipengaruhi oleh beberapa macam aspek, diantaranya:

- 1) Perilaku karyawan, rupa dan seragam
- 2) Permukaan luar gedung
- 3) Peralatan
- 4) Mebel dan perlengkapannya
- 5) Komunikasi dengan masyarakat dan konsumen

Konsep ini dapat diterapkan pada perusahaan milik pemerintah, karena perusahaan milik pemerintah merupakan bisnis jasa yang dikonsumsi langsung oleh masyarakat umum untuk penggunaan yang bersifat pribadi. Oleh sebab itu dapat diaplikasikan secara adaptif pada organisasi pemerintah. Menurut Adikoesoemo (1997), aplikasi adaptif dari *retail marketing mix* tersebut adalah:

- 1) Karakteristik Produk

Meliputi pilihan jenis produk yang ditawarkan, model, dan lain sebagainya. Produk dari perusahaan jasa merupakan kepemimpinan yang bersifat fisik (gedung dan dekorasi).

2) Harga

Harga memang merupakan aspek penting, namun bukanlah yang terpenting dalam penentuan guna mencapai kepuasan konsumen. Meskipun demikian elemen ini mempengaruhi konsumen dari segi biaya yang dikeluarkan, biasanya semakin mahal harga maka konsumen mempunyai harapan yang lebih besar.

3) Pelayanan

Aspek ini memegang peranan penting. Sebagai industri jasa yang mengutamakan keramahan, suatu perusahaan harus menciptakan adanya pelayanan yang menyenangkan konsumen.

4) Lokasi

Lokasi merupakan salah satu aspek yang menentukan pertimbangan. Umumnya semakin dekat perusahaan dengan pusat-pusat kota, lingkungan yang baik akan semakin menjadi pilihan para konsumen untuk datang kesana.

5) Fasilitas

Kelengkapan fasilitas turut menentukan penilaian layanan suatu perusahaan. Walaupun hal ini tidak vital menentukan penilaian terhadap perusahaan, namun perusahaan perlu memberi perhatian pada fasilitas dalam penyusunan strategi bisnis untuk menarik konsumen.

6) Profil / *Image*

Image perusahaan memegang peran penting dalam penyusunan strategi bisnis. Seringkali aspek harga mahal tidak mengurangi mempengaruhi pilihan konsumen pada sebuah perusahaan. Hal ini disebabkan karena perusahaan tersebut dikenal telah memiliki nama / *image* yang baik dengan pelayanannya yang terjamin menyenangkan, sopan, dan terhormat.

7) Desain

Tata ruang dan dekorasi ikut menentukan kenyamanan suatu perusahaan, karena itu desain harus diikuti sertakan dalam penyusunan strategi perusahaan.

8) Suasana

Kepuasan konsumen akan dipengaruhi pula oleh suasana di dalam perusahaan, baik dari tata ruang, dekorasi, situasi perusahaan (keamanan, keramahan). Karena itu perlu dipertimbangkan sebagai strategi pemuas konsumen.

9) Komunikasi

Dalam interaksi antara karyawan dan konsumen, maupun antar karyawan, perlu adanya komunikasi yang baik (lancar dan jelas). Oleh sebab itu suatu perusahaan harus menciptakan sistem komunikasi yang terarah dan terkoordinir.

Untuk dapat meningkatkan kepuasan konsumen, maka dapat dilakukan langkah-langkah sebagai berikut.

- 1) Menentukan segmen pasar dimana produk akan di arahkan

Hal ini sangat berguna untuk melihat struktur pasar. Pasar dapat disegmentasikan berdasarkan segmentasi geografik, segmentasi demografik psikografik, dan segmen perilaku.

- 2) Mengidentifikasi faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan

- a) Melakukan riset untuk mengidentifikasi faktor utama yang paling penting bagi pasar sasaran

- b) Memperkirakan penilaian yang diberikan pasar sasaran terhadap perusahaan dan pesaing berdasarkan faktor-faktor utama tersebut.

- 3) Mengelola harapan konsumen

Disini perusahaan dapat mengelolah janji-janji yang diberikan kepada konsumen sehingga tidak menimbulkan harapan konsumen yang secara realitas tidak dapat untuk dilaksanakan

- 4) Mengelola bukti (*vidence*) kualitas pelayanan

Jasa merupakan kinerja dan tidak dapat dirasakan sehingga konsumen akan cenderung memperhatikan fakta yang berkaitan dengan jasa sebagai kualitas misalnya sarana gedung dan penampilan pihak pelaksanaan.

5) Mendidik konsumen tentang jasa

Dilakukan untuk meningkatkan pemahaman konsumen mengenai suatu jasa sehingga dapat memahami kualitas pelayanan yang diberikan oleh penyedia jasa.

6) Mengembangkan sistem informasi kualitas pelayanan

Sistem informasi kualitas pelayanan merupakan suatu sistem yang menggunakan berbagai macam pendekatan riset sebagai sistematis untuk mengumpulkan dan menyebarkan informasi kualitas jasa untuk mendukung pengambilan keputusan.

e. Tingkat Kepuasan Masyarakat

Ukuran keberhasilan penyelenggaraan pelayanan ditentukan oleh tingkat kepuasan penerima pelayanan. Kepuasan penerima pelayanan dicapai apabila penerima pelayanan memperoleh pelayanan sesuai dengan yang dibutuhkan dan diharapkan. Oleh karena itu dalam kaitannya dengan tingkat kepuasan masyarakat, Keputusan MENPAN Nomor 3 Tahun 2004 mengamanatkan agar setiap penyelenggara pelayanan secara berkala melakukan survei indeks kepuasan masyarakat.

Kebijakan pemerintah untuk mengembangkan indeks kepuasan masyarakat dalam kaitannya dengan penyelenggaraan pelayanan diatur di dalam Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor KEP/25/M.PAN/2/2004 Tanggal 24 Februari 2004 Tentang Pedoman

Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah.

Indeks Kepuasan Masyarakat (IKM) adalah data dan informasi tentang tingkat kepuasan masyarakat yang diperoleh dari hasil pengukuran secara kuantitatif dan kualitatif atas pendapat masyarakat dalam memperoleh pelayanan dari aparatur penyelenggara pelayanan publik dengan membandingkan antara harapan dan kebutuhannya. Pelayanan publik adalah segala kegiatan pelayanan yang dilaksanakan oleh penyelenggara pelayanan publik sebagai upaya pemenuhan kebutuhan penerima pelayanan, maupun dalam rangka pelaksanaan peraturan perundang-undangan. Instansi pemerintah adalah instansi Pemerintah Pusat dan Pemerintah Daerah termasuk BUMN/BUMD dan BHMN. Kepuasan Pelayanan adalah hasil pendapat dan penilaian masyarakat terhadap kinerja pelayanan yang diberikan oleh aparatur penyelenggara pelayanan publik.

Berdasarkan prinsip pelayanan sebagaimana telah ditetapkan dalam Keputusan Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara Nomor 63/KEP/M.PAN/7/2003, yang kemudian dikembangkan menjadi 14 unsur yang relevan, "*valid dan reliable*", sebagai unsur minimal yang harus ada untuk dasar pengukuran indeks kepuasan masyarakat adalah sebagai berikut.

- 1) Prosedur Pelayanan, yaitu kemudahan tahapan pelayanan yang diberikan kepada masyarakat dilihat dari sisi kesederhanaan alur pelayanan.
- 2) Persyaratan Pelayanan, yaitu persyaratan teknis dan administratif yang diperlukan untuk mendapatkan pelayanan sesuai dengan jenis pelayanannya.
- 3) Kejelasan Petugas Pelayanan, yaitu keberadaan dan kepastian petugas yang memberikan pelayanan (nama, jabatan serta kewenangan dan tanggungjawabnya).
- 4) Kedisiplinan Petugas Pelayanan, yaitu kesungguhan petugas dalam memberikan pelayanan terutama terhadap konsistensi waktu kerja sesuai ketentuan yang berlaku.
- 5) Tanggungjawab Petugas Pelayanan, yaitu kejelasan wewenang dan tanggung jawab petugas dalam penyelenggaraan dan penyelesaian pelayanan.
- 6) Kemampuan Petugas Pelayanan, yaitu tingkat keahlian dan ketrampilan yang dimiliki petugas dalam memberikan atau menyelesaikan pelayanan kepada masyarakat.
- 7) Kecepatan Pelayanan, yaitu target waktu pelayanan dapat diselesaikan dalam waktu yang telah ditentukan oleh unit penyelenggara pelayanan.
- 8) Keadilan mendapatkan Pelayanan, yaitu pelaksanaan pelayanan dengan tidak membedakan golongan/status masyarakat yang dilayani.

- 9) Kesopanan dan Keramahan Petugas, yaitu sikap dan perilaku petugas dalam memberikan pelayanan kepada masyarakat secara sopan dan ramah serta saling menghargai dan menghormati.
- 10) Kewajaran Biaya Pelayanan, yaitu keterjangkauan masyarakat terhadap besarnya biaya yang ditetapkan oleh unit pelayanan.
- 11) Kepastian Biaya Pelayanan, yaitu kesesuaian antara biaya yang dibayarkan dengan biaya yang telah ditetapkan.
- 12) Kepastian Jadwal Pelayanan, yaitu pelaksanaan waktu pelayanan, sesuai dengan ketentuan yang telah ditetapkan.
- 13) Kenyamanan Lingkungan, yaitu kondisi sarana dan prasarana pelayanan yang bersih, rapi dan teratur sehingga dapat memberikan rasa nyaman kepada penerima pelayanan.
- 14) Keamanan Pelayanan, yaitu terjaminnya tingkat keamanan lingkungan unit penyelenggara pelayanan ataupun sarana yang digunakan, sehingga masyarakat merasa tenang untuk mendapatkan pelayanan terhadap resiko-resiko yang diakibatkan dari pelaksanaan pelayanan.

Nilai IKM dihitung dengan menggunakan “nilai rata-rata tertimbang” masing-masing unsur pelayanan. Dalam penghitungan indeks kepuasan masyarakat terhadap 14 unsur pelayanan yang dikaji, setiap unsur pelayanan memiliki penimbang yang sama dengan rumus sebagai berikut (Ratminto, 2008).

$$\text{Bobot nilai rata-rata tertimbang} = \frac{\text{Jumlah bobot}}{\text{Jumlah unsur}} = \frac{1}{14} = 0,07$$

Untuk memperoleh nilai IKM unit pelayanan digunakan pendekatan nilai rata-rata tertimbang dengan rumus sebagai berikut (Ratminto, 2008).

$$\text{IKM} = \frac{\text{Total dari Nilai Persepsi Per Unsur}}{\text{Total unsur yang terisi}} \times \text{Nilai penimbang}$$

- f. Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas, Pelayanan, dan Nilai
- 1) Mendefinisikan Nilai dan Kepuasan Pelanggan

Pembeli akan membeli dari perusahaan yang menawarkan nilai terantar yang paling tinggi pada pelanggan (*customer delivered value*).

a) Nilai terantar pada pelanggan adalah selisih antara nilai pelanggan total (*total customer value*) dan biaya pelanggan total (*total customer cost*).

b) Kepuasan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk (atau hasil) yang dirasakan dengan harapannya.

Jadi tingkat kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan (*perceived performance*) dan harapan (*expectations*). Pelanggan bisa mengalami salah satu dari tiga tingkat

kepuasan umum. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan akan tidak puas. Kalau kinerja sesuai harapan, pelanggan akan puas. Apabila kinerja melampaui harapan, pelanggan akan sangat puas, senang, atau bahagia.

## 2) Metode Memantau dan Mengukur Kepuasan Pelanggan

### a) Sistem Keluhan dan Saran

Organisasi yang berwawasan pelanggan akan memudahkan pelanggannya memberikan saran dan keluhan. Banyak restoran dan hotel yang menyediakan formulir bagi para tamu untuk menyampaikan apa yang mereka sukai dan tidak sukai. Rumah Sakit dapat menempatkan kotak saran di koridor, memberikan kartu komentar kepada para pasien yang pulang, dan mempekerjakan staf untuk menangani keluhan pasien.

### b) Survei Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dapat diukur dengan berbagai cara. Dapat diukur langsung dengan menanyakan kepuasan dalam skala: "sangat tidak puas, tidak puas, biasa-biasa saja, puas, sangat puas" (*directly reported satisfaction*). Responden bisa diminta untuk menilai tingkat harapan mereka terhadap atribut tertentu dan juga tingkat yang mereka rasakan/alami (*derived dissatisfaction*). Metode lainnya adalah meminta responden menuliskan masalah yang mereka hadapi dengan penawaran tertentu dan perbaikan

yang mereka sarankan (*problem analysis*). Perusahaan juga dapat meminta responden untuk menilai berbagai elemen penawaran berdasarkan tingkat kepentingan dan kinerja perusahaan dalam setiap elemen (*importance atau performance rating*). Metode terakhir ini membantu perusahaan untuk mengetahui apakah mereka *underperforming* dalam elemen-elemen yang penting dan *overperforming* dalam elemen-elemen yang relatif tidak penting.

Pada dasarnya terdapat 5 kesenjangan (*gap*) yang menyebabkan adanya perbedaan persepsi mengenai kualitas pelayanan, yaitu:

- 1) Kesenjangan persepsi manajemen. Yaitu adanya perbedaan antara penilaian pelayanan menurut pengguna jasa dan persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa.
- 2) Kesenjangan spesifikasi kualitas. Yaitu kesenjangan antara persepsi manajemen mengenai harapan pengguna jasa dan spesifikasi kualitas jasa.
- 3) Kesenjangan penyampaian jasa. Yaitu kesenjangan antara spesifikasi kualitas jasa dan penyampaian jasa.
- 4) Kesenjangan komunikasi pemasaran. Yaitu kesenjangan antara penyampaian jasa dan komunikasi eksternal.
- 5) Kesenjangan dalam pelayanan yang dirasakan. Yaitu perbedaan persepsi antara jasa yang dirasakan dan yang

diharapkan oleh pelanggan. Jika keduanya terbukti sama, maka perusahaan akan memperoleh citra dan dampak positif (Tjiptono, 2004: 70).

g. Kepuasan Pelanggan dan Kualitas Jasa

Dari keseluruhan kegiatan yang dilakukan oleh sebuah perusahaan pada akhirnya akan bermuara pada nilai yang akan diberikan oleh pelanggan mengenai kepuasan yang dirasakan. Kepuasan merupakan tingkat perasaan dimana seseorang menyatakan hasil perbandingan atas kinerja produk (jasa) yang diterima dan yang diharapkan (Kotler, 1997: 71). Faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa (Zeithaml dan Bitner, 1996: 184).

*Customer* adalah siapa saja yang menggunakan keluaran pekerjaan seseorang atau suatu tim. Definisi ini mengandung arti bahwa customer dapat bersifat intern maupun ekstern dipandang dari sudut organisasi.

1) *Customer internal*

Konsep *customer internal* diperkenalkan dalam perusahaan yang manajemen memandang bahwa proses pembuatan produk dan penyedia jasa merupakan suatu rangkaian rantai *customer (customer chain)*. Suatu tahap proses menghasilkan keluaran yang akan ditransfer ke proses berikutnya. Proses berikutnya ini bertindak sebagai *customer*, sedangkan proses sebelumnya bertindak sebagai pemasok

bagi proses selanjutnya. Dengan demikian proses pembuatan produk dan penyerahan jasa merupakan suatu rantai *customer*.

## 2) *Customer external*

*Customer external* disebut pula dengan *customer* akhir. Kedekatan perusahaan dengan *customer* luar merupakan persyaratan yang harus dipenuhi oleh perusahaan dengan menggunakan total *quality management* untuk mendekatkan perusahaan dengan *customer* luar, banyak perusahaan yang melakukan segmentasi *customer*, sehingga produk dan jasa yang dihasilkan oleh perusahaan sesuai dengan kebutuhan segmen pasar tertentu. Kedekatan perusahaan dengan *customer* luar juga mengakibatkan perusahaan senantiasa melakukan *improvement* berkelanjutan terhadap proses yang digunakan untuk menghasilkan produk dan jasa (Sunarto, 2007: 74).

Kunci utama untuk mengidentifikasi kebutuhan pelanggan internal adalah komunikasi secara terus menerus antar karyawan yang saling terkait dan tergantung satu sama lain sebagai individu dan antar departemen yang saling tergantung sebagai suatu unit. Komunikasi yang baik dengan pelanggan harus mencakup pelanggan internal dan eksternal. Apa yang diterapkan dalam berkomunikasi dengan pihak luar juga dapat digunakan dalam berkomunikasi dengan pihak internal organisasi (Tjiptono dan Diana, 2005: 48). Terdapat tiga jenis pelanggan, yaitu:

- 1) Pelanggan internal (*internal customer*) adalah setiap orang yang ikut menangani pembuatan maupun penyediaan produk di dalam perusahaan atau organisasi.
- 2) Pelanggan perantara (*intermediate customer*) adalah mereka yang bertindak atau berperan sebagai perantara untuk mendistribusikan produk kepada pihak konsumen atau pelanggan eksternal. Pelanggan perantara ini bukan sebagai pemakai akhir.
- 3) Pelanggan eksternal (*external customer*) adalah pembeli atau pemakai akhir, yang sering disebut sebagai pelanggan yang nyata (*real customer*).

Kepuasan pelanggan adalah hasil (*outcome*) yang dirasakan atas penggunaan produk dan jasa, sama atau melebihi harapan yang diinginkan. Harapan pelanggan dapat diidentifikasi secara tepat apabila perusahaan mengerti persepsi pelanggan terhadap kepuasan. Mengetahui persepsi pelanggan terhadap kepuasan sangatlah penting, agar tidak terjadi kesenjangan (*gap*) persepsi antara perusahaan dengan pelanggan.

Kekecewaan pelanggan sangat sulit dihindari, karena keberagaman harapan dan keinginan konsumen yang tidak mungkin dapat dipenuhi seluruhnya oleh perusahaan. Untuk meminimalkan penurunan citra yang diakibatkan dari kekecewaan pelanggan terhadap pelayanan yang diterima, perusahaan perlu menangani keluhan pelanggan (*customer complain*) secara serius dan hati-hati.

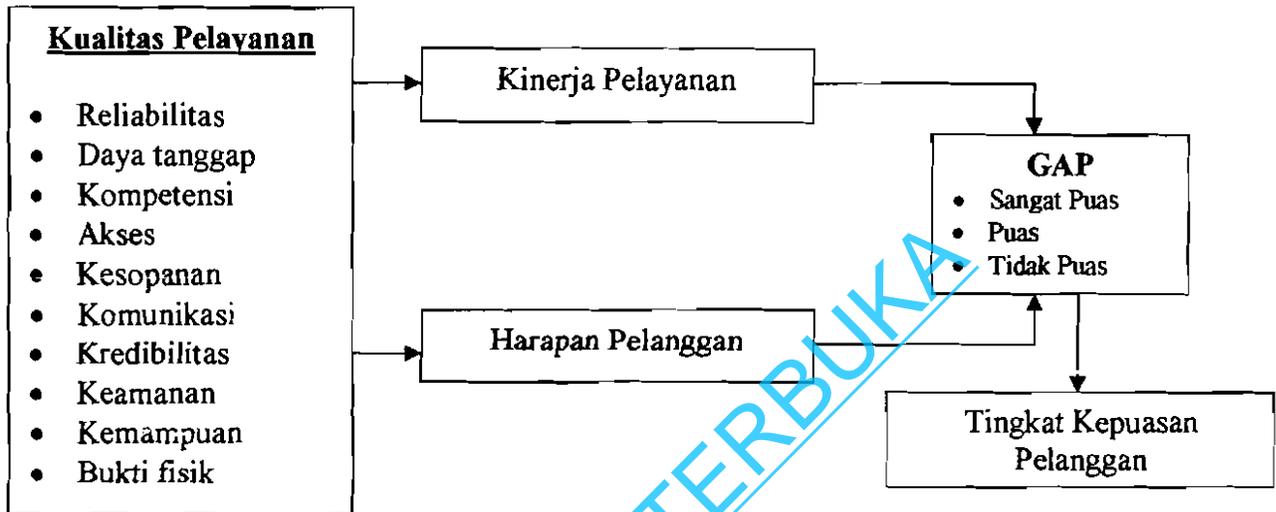
Analisis pelanggan untuk mengetahui persepsi konsumen terhadap pelayanan yang diberikan oleh perusahaan merupakan dasar usaha peningkatan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggan (Zulian, 2010).

## **B. Kerangka Berpikir**

Tujuan penelitian ini adalah untuk menyusun strategi sebagai upaya peningkatan kinerja pelayanan PT. PLN (Persero), sedangkan sasarannya adalah menganalisis kinerja pelayanan listrik. Untuk menganalisis dan mengidentifikasi kinerja pelayanan PT. PLN (Persero) tersebut dibatasi pada masalah kinerja teknik operasional dan kepuasan masyarakat terhadap pelayanan listrik. Variabel dalam meneliti kinerja operasional didasarkan pada dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman, Zeithaml, dan Berry (dalam Tjiptono dan Chandra, 2005), yaitu: (a) reliabilitas, (b) daya tanggap, (c) kompetensi, (d) akses, (e) kesopanan, (f) komunikasi, (g) kredibilitas, (h) keamanan, (i) kemampuan memahami pelanggan, dan (j) bukti fisik.

Dimensi-dimensi tersebut diukur untuk mengetahui kinerja pelayanan dan harapan pelanggan, serta kesesuaian antara kinerja dan harapan. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kepuasan konsumen terhadap pelayanan publik PT. PLN (Persero). Dari variabel penelitian dan didukung dengan kajian teori yang memadai akan dianalisis sesuai dengan alat analisis kuantitatif dan kualitatif.

Secara skematis kerangka pemikiran dalam penulisan ini dapat dilihat dalam gambar berikut.



Gambar 2.1. Kerangka Berpikir

### C. Definisi Operasional

Dari hasil kajian teoritik yang telah diuraikan pada bab ini, maka untuk mengkaji tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan listrik pada PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang maka peneliti perlu meneliti kualitas kinerja pelayanan dan harapan pelanggan akan kinerja pelayanan yang diberikan. Variabel kualitas kinerja pelayanan adalah penilaian pelanggan terhadap atribut kualitas pelayanan PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang. Tingkat kualitas pelayanan diukur dengan cara (a) skor kinerja-skor harapan (SERVQUAL), dan (b) skor kinerja : skor harapan. Definisi operasional dari masing-masing dimensi kinerja pelayanan dan harapan pelanggan akan pelayanan yang diukur pada penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 2.1

## Deskripsi Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi Operasional	Definisi Konsep	
			Indikator	Instrumen
1	Reliabilitas	Kemampuan perusahaan menyampaikan jasanya secara benar sejak awal ( <i>right the first time</i> ).	Kemampuan memberikan pelayanan	Item 1-4
			Penyediaan energi yang andal	
			Konsistensi pelayanan	
			Kesesuaian pemakaian dengan tagihan	
2	Responsivitas	Kesiapan dan para karyawan membantu para pelanggan dan menyampaikan jasa secara cepat.	Ketepatan waktu pelayanan	Item 5-8
			Kemudahan dalam pembayaran tagihan	
			Respon terhadap keluhan pelanggan	
			Kecepatan pelayanan dalam mengatasi masalah pelanggan	
3	Kompetensi	Penguasaan keterampilan dan pengetahuan yang dibutuhkan agar dapat menyampaikan jasa sesuai dengan kebutuhan pelanggan.	Keahlian karyawan dalam instalasi listrik	Item 9-12
			Pengetahuan yang luas dalam bidang kelistrikan	
			Kemampuan yang baik dalam melayani pelanggan	
			Penggunaan pengetahuan dan keahlian	
4	Akses	Kemudahan untuk dihubungi atau ditemui ( <i>approachability</i> ) dan kemudahan kontak.	Line telpon yang dapat dihubungi	Item 13-16
			Situs internet secara online	
			Fasilitas pelayanan pelanggan	
			Tanggapan terhadap keluhan pelanggan	

Tabel 2.1 (Lanjutan)  
Deskripsi Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi Operasional	Definisi Konsep	
			Indikator	Instrumen
5	Kesopanan	Sikap santun, respek, atensi dan keramahan para karyawan kontak.	Keramahan dalam melayani pelanggan	Item 17-20
			Kesopanan dalam melayani pelanggan	
			Pelayanan petugas penagihan	
			Pelayanan petugas instalasi listrik	
6	Komunikasi	Penyampaian informasi kepada para pelanggan dalam bahasa yang mudah mereka fahami, serta selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.	Kesediaan mendengarkan saran dan keluhan pelanggan	Item 21-24
			Kesediaan memberikan penjelasan mengenai pelayanan listrik	
			Kecepatan dalam penanganan masalah	
			Kejelasan biaya yang dibebankan pada pelanggan	
7	Kredibilitas	Sifat jujur dan dapat dipercaya mencakup nama perusahaan, reputasi perusahaan, karakter pribadi karyawan kontak, dan interaksi.	Nama baik perusahaan	Item 25-28
			Reputasi di mata pelanggan	
			Kepribadian petugas perusahaan	
			Interaksi dengan pelanggan	
8	Keamanan	Bebas dari bahaya, resiko atau keraguan, termasuk keamanan secara fisik, keamanan finansial, privasi, dan kerahasiaan.	Keamanan pemasangan instalasi listrik	Item 29-32
			Keamanan pembayaran tagihan	
			Jaminan kerahasiaan data pelanggan	
			Jaminan privasi jumlah tagihan pelanggan	

Tabel 2.1 (Lanjutan)  
Deskripsi Variabel Penelitian

No	Variabel	Definisi Operasional	Definisi Konsep	
			Indikator	Instrumen
9	Kemampuan memahami pelanggan	Upaya untuk memahami pelanggan dan kebutuhan spesifik mereka, memberikan perhatian individual, dan mengenal pelanggan reguler.	Pengetahuan akan kebutuhan pelanggan	Item 33-36
			Perhatian terhadap keluhan pelanggan secara individual	
			Kesediaan membantu pelanggan menangani masalah secara individual	
			Kesediaan mendatangi rumah pelanggan yang bermasalah	
10	Bukti fisik	Penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan-bahan komunikasi perusahaan (seperti kartu bisnis, kop surat, dan lain-lain)	Kecanggihan peralatan yang digunakan	Item 37-40
			Fasilitas untuk menyediakan tenaga listrik	
			Alat teknologi dalam berkomunikasi dengan pelanggan	
			Kualitas sumberdaya yang digunakan	

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Desain Penelitian

Pengetahuan mengenai klasifikasi penelitian diperlukan untuk mengetahui kategori penelitian, mempelajari karakteristik penelitian, serta melakukan penerapan metode penelitian. Penelitian dapat diklasifikasikan berdasarkan berbagai sudut pandang, diantaranya berdasarkan: (1) tujuan penelitian, (2) karakteristik masalah, dan (3) jenis data (Indriantoro dan Supomo, 2002: 22). Berdasarkan tujuan penelitian, maka jenis penelitian ini adalah penelitian evaluatif. Penelitian evaluatif merupakan penelitian yang ditujukan untuk melakukan penilaian terhadap efektifitas suatu tindakan, kegiatan, atau program. Penelitian biasanya dibedakan menjadi penelitian evaluasi formatif yang menekankan pada proses dalam menghasilkan suatu keputusan dan penelitian evaluasi sumatif yang menekankan pada pencapaian penerapan keputusan tertentu (Akhmad, 2002: 7).

Dari tujuan penelitian ini, maka penelitian evaluatif yang dilakukan termasuk pada penelitian evaluasi sumatif, dimana penilaian dilakukan terhadap kinerja pelayanan publik dan tingkat kepuasan pelanggan PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Cabang Tanjung Pinang. Apabila dilihat dari model pengembangan dari jenis data yang digunakan, maka jenis penelitian ini adalah analitik dengan metode "one-shot" model. Rancangan penelitiannya "one-shot"

model, yaitu model pendekatan yang menggunakan satu kali pengumpulan data pada suatu saat (Arikunto, 2002: 75).

## **B. Subjek dan Objek Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di Kepulauan Riau, khususnya dengan subjek penelitian pada PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang sebagai salah satu organisasi sektor publik. Sedangkan objek yang akan diteliti adalah kinerja pelayanan publik dan kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang tersebut.

## **C. Populasi dan Sampel Penelitian**

### **1. Populasi**

Populasi yaitu sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang mempunyai karakteristik tertentu (Indriantoro, *et al*, 2002: 115). Populasi pada penelitian ini adalah seluruh pelanggan PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang.

### **2. Sampel**

Sampel yaitu himpunan atau kelompok yang lebih kecil yang merupakan bagian dari populasi (Akhmad, 2002: 53). Penggunaan sampel dalam penelitian dapat dibenarkan apabila jumlah populasi yang tersedia relatif besar. Penelitian ini akan menggunakan sampel sebagai objek penelitian. Hal ini dilakukan dengan pertimbangan bahwa jumlah populasi pada penelitian ini cukup banyak. Oleh karena itu, untuk efisiensi waktu,

dilakukan *sampling* terhadap populasi. Sampel tersebut dianggap mewakili populasi secara keseluruhan dalam penelitian.

Populasi yang ditemukan pada saat melakukan penelitian sering tidak sesuai harapan, banyak ditemukan populasi yang beragam sehingga perlu pemilihan populasi yang seragam agar proses penelitian dapat dilakukan. Penelitian sampel baru dapat dilaksanakan apabila keadaan subjek didalam populasi benar-benar homogen (Arikunto. *et al*, 2002: 132)

Dalam penelitian ini, penulis memilih teknik pemilihan sampel nonprobabilitas dengan metode *Accidental Sampling* (sampling kebetulan). Sedangkan *Accidental Sampling* dilaksanakan apabila pemilihan anggota sampling merupakan perwakilan dari perorangan atau sampel benda yang kebetulan ada dijumpai (Usman dan Akbar, 2006: 185). Pelaksanaan *Accident sampling* dalam penelitian ini merupakan pelanggan PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang dengan jenis sambungan rumah tangga dengan atas nama sendiri (bukan orang lain) atau nama orang lain yang pada saat ini menggunakan pelayanan dari PLN Persero Tanjung Pinang, maka untuk menentukan jumlah sampel penelitian menggunakan metode Slovin (Umar, 2005: 78) :

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

Dimana:

n : Banyaknya sampel yang diduga

N : Jumlah Populasi = 37.061 Pelanggan

e : kesalahan dalam pengambilan sampel, misalnya 10 % , maka

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

$$n = \frac{37.061}{(1 + 37.061 \cdot 0,1^2)}$$

$$n = \frac{37.061}{371,61}$$

n = 99,73 dibulatkan menjadi 100 sampel

Maka berdasarkan hasil perhitungan tersebut, jumlah sampel minimal yang dapat diteliti adalah sebanyak 100 sampel dari jumlah kelompok pelanggan rumah tangga, dan jumlah ini dianggap sudah mewakili populasi yang akan diteliti.

#### D. Instrumen Penelitian

Metode pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah menggunakan kuesioner. Kuesioner ini dimaksudkan untuk memperoleh data mengenai kinerja pelayanan, serta harapan pelanggan pada PT. PLN (Persero).

Uji instrumen pada penelitian ini meliputi uji validitas dan uji reliabilitas. Adapun uraian dari masing-masing pengujian yang dilakukan adalah sebagai berikut.

**a. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur keakuratan data yang diteliti melalui kuesioner. Tinggi rendahnya instrumen menunjukkan sejauh mana data yang dikumpulkan tidak menyimpang dari gambaran variabel yang dimaksud (Arikunto, 2002: 178). Uji validitas yang digunakan adalah dengan cara menghitung koefisien korelasi antara skor faktor dengan skor total menggunakan teknik *pearson's product moment correlation*.

Uji validitas ini dapat dibantu dengan menggunakan *software SPSS versi 15.0 for windows*. Pada penelitian ini, pengambilan keputusan berdasarkan hal-hal berikut.

- a. Jika  $r$  hasil positif dan  $r$  hasil  $>$   $r$  tabel, maka butir atau variabel tersebut valid.
- b. Jika  $r$  hasil tidak positif dan  $r$  hasil  $<$   $r$  tabel, maka butir atau variabel tersebut tidak valid.

**b. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas dalam sebuah pengukuran mengindikasikan stabilitas dan konsistensi sebuah instrumen dalam mengukur konsep tertentu dan membantu menilai goodness dari sebuah instrumen pengukuran (Tjahyono, 2009: 15).

Pengujian reabilitas terhadap butir-butir pertanyaan dari kuesioner digunakan untuk mengukur keandalan atau konsistensi dari instrumen penelitian. Suatu

kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas ini diukur melalui koefisien *alpha* (*Cronbach*) yang diperoleh dengan teknik *reliability analysis* menggunakan *software SPSS versi 13.0 for windows*. Tjahyono (2009: 16) menyatakan bahwa dengan metode *Alpha Cronbach*, semakin tinggi koefisien semakin baik instrumen dalam mengukur. Dengan koefisien Cronbach's Alpha yang mendekati angka 1 maka dapat dikatakan bahwa semakin tinggi pula reliabilitas konsistensi internal.

## **E. Prosedur Pengumpulan Data**

### **1. Jenis Data**

Data yang digunakan peneliti pada penelitian ini merupakan data yang diperoleh secara langsung dari responden penelitian. Selain itu, peneliti juga menggunakan data yang diperoleh dari media perantara sebagai data pendukung penelitian. Dengan demikian maka data penelitian ini terdiri dari data primer dan data sekunder. Data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari tanpa media perantara. Data sekunder merupakan data/input yang diperoleh dari pihak lain atau melalui media perantara. Data primer diperoleh peneliti dari pelanggan PT. PLN (Persero) yang merupakan sampel penelitian melalui kuisisioner. Sedangkan data sekunder yang diperlukan dalam penelitian ini adalah gambaran umum PT. PLN (Persero), peraturan-peraturan perundang-undangan, dan lain sebagainya.

## 2. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data pada penelitian ini antara lain sebagai berikut.

### a. Kuesioner

Kuesioner adalah metode pengumpulan data pada metode survei dengan cara memberikan kuesioner (daftar pertanyaan) secara logis, terperinci dan lengkap yang berhubungan dengan masalah yang diteliti kepada responden (Akhnad, 2002: 79). Teknik pengumpulan data yang berupa kuesioner dimaksudkan untuk memperoleh data mengenai kinerja pelayanan dan harapan pelanggan akan pelayanan PT. PLN (Persero). Penyebaran kuesioner akan dilakukan peneliti dengan membagikan kuesioner kepada responden yang merupakan sampel penelitian.

### b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah teknik pengumpulan data yang antara lain berupa memo, jurnal atau catatan-catatan dari instansi yang bersangkutan dengan objek penelitian dan sumber-sumber lain untuk mendapatkan teori yang mendukung penelitian ini. Data dokumentasi yang diperlukan pada penelitian ini antara lain adalah gambaran umum tentang PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang.

## F. Metode Analisis Data

Setelah pengumpulan data dilakukan, data yang telah dikumpulkan diuji melalui uji *reliabilitas* dan *validitas*. Data yang telah lolos kedua uji tersebut

kemudian dapat digunakan dalam proses analisis data penelitian. Adapun analisis data yang digunakan pada penelitian ini diuraikan sebagai berikut.

### 1. Analisis Deskriptif

Analisis deskriptif pada penelitian ini dilakukan untuk memaparkan hasil tabulasi dari data yang telah diperoleh melalui kuesioner. Analisis deskriptif dilakukan untuk mendeskripsikan penilaian terhadap harapan dan kinerja pelayanan, serta kepuasan pelanggan. Pengukuran jawaban responden dilakukan dengan perhitungan interval sebagai berikut.

$$\text{Interval} = \frac{\text{Nilai Maksimal} - \text{Nilai Minimal}}{\text{Kelas Interval}}$$

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

Dengan interval di atas, maka interpretasi dari nilai kelas-kelas interval jawaban responden adalah sebagai berikut.

Tabel 3.1

Pengukuran Persepsi Responden dengan Skala Interval

Interval	Interpretasi
1,00 – 1,79	: sangat rendah
1,80 – 2,59	: rendah
2,60 – 3,39	: tinggi sedang
3,40 – 4,19	: tinggi baik
4,20 – 5,00	: sangat baik

## 2. *Importance Performance Analysis*

*Importance-Performance Analysis* digunakan sebagai teknik analisis data guna mengetahui kualitas pelayanan, dan untuk melihat apakah ada kesenjangan (*gap*) antara kinerja pelayanan yang diberikan dengan yang diharapkan pelanggan. Melalui *Importance-Performance Analysis* dilakukan pemetaan hubungan antara harapan dengan kinerja pada masing-masing dimensi pelayanan. Analisis ini terdiri dari dua komponen, yaitu analisis kuadran dan analisis kesenjangan (*gap*). Dengan analisis kuadran dapat diketahui respon pelanggan terhadap dimensi kualitas pelayanan yang diplotkan berdasarkan harapan dan kinerja atribut tersebut. Sedangkan analisis kesenjangan (*gap*) digunakan untuk melihat kesenjangan antara kinerja antara masing-masing dimensi kualitas pelayanan dengan harapan pelanggan.

Pada konsep *Importance Performance Analysis* ini sebenarnya berasal dari konsep *Service Quality* (SERVQUAL). Konsep ini berisi mengenai cara menerjemahkan apa yang diinginkan oleh pelanggan diukur dalam kaitannya dengan apa yang harus dilakukan oleh perusahaan agar menghasilkan produk berkualitas, baik yang berwujud maupun yang tidak berwujud (Supranto, 2001: 47).

Akan tetapi untuk mengukur keinginan dari pelanggan adalah tidak mudah. Hal ini dikarenakan setiap perusahaan memiliki tujuan yang berbeda untuk setiap tindakan yang dilakukannya dalam rangka memenuhi keinginan pelanggan. Sebagai contoh, penurunan harga. Menurut pelanggan, mungkin

hal tersebut adalah yang terbaik yang harus dilakukan oleh pihak perusahaan. Akan tetapi pihak perusahaan tentunya mempunyai perhitungan yang jelas mengenai harga produknya. Akibatnya, hubungan antara keinginan pelanggan dan keinginan perusahaan menjadi bias.

Bila konsep *SERVQUAL* hanya menganalisis tentang kesenjangan atau *gap* yang terjadi antara keinginan atau harapan dari pelanggan dengan kinerja yang telah diberikan oleh produsen, maka pada konsep *importance performance analysis* ini, dapat menganalisis tentang tingkat kepentingan dari suatu variabel dimana pelanggan dengan kinerja dari perusahaan tersebut. Dengan demikian, perusahaan akan lebih terarah dalam melaksanakan strategi bisnisnya sesuai dengan prioritas kepentingan pelanggan yang paling dominan.

Analisis diawali dengan sebuah kuisisioner yang disebarkan kepada pelanggan, setiap item pertanyaan memiliki dua jawaban dalam skala Likert, yaitu apakah menurut pelanggan hal tersebut penting dilakukan atau dilaksanakan dan bagaimana kinerjanya, baik atau tidak baik. Dalam hal ini digunakan 5 tingkat skala (*Likert*) untuk melakukan penilaian tingkat kepentingan pelanggan, yang terdiri dari:

- a. Sangat penting, diberi bobot 5
- b. Penting, diberi bobot 4
- c. Cukup penting, diberi bobot 3
- d. Kurang penting, diberi bobot 2

- e. Tidak penting, diberi bobot 1

Untuk kinerja atau penampilan diberikan lima penilaian dengan bobot sebagai berikut.

- a. Sangat puas, diberi bobot 5, yang berarti pelanggan sangat puas
- b. Puas, diberi bobot 4, yang berarti pelanggan puas
- c. Cukup puas, diberi bobot 3, yang berarti pelanggan cukup puas
- d. Kurang puas, diberi bobot 2, yang berarti pelanggan kurang puas
- e. Tidak puas, diberi bobot 1, yang berarti pelanggan tidak puas

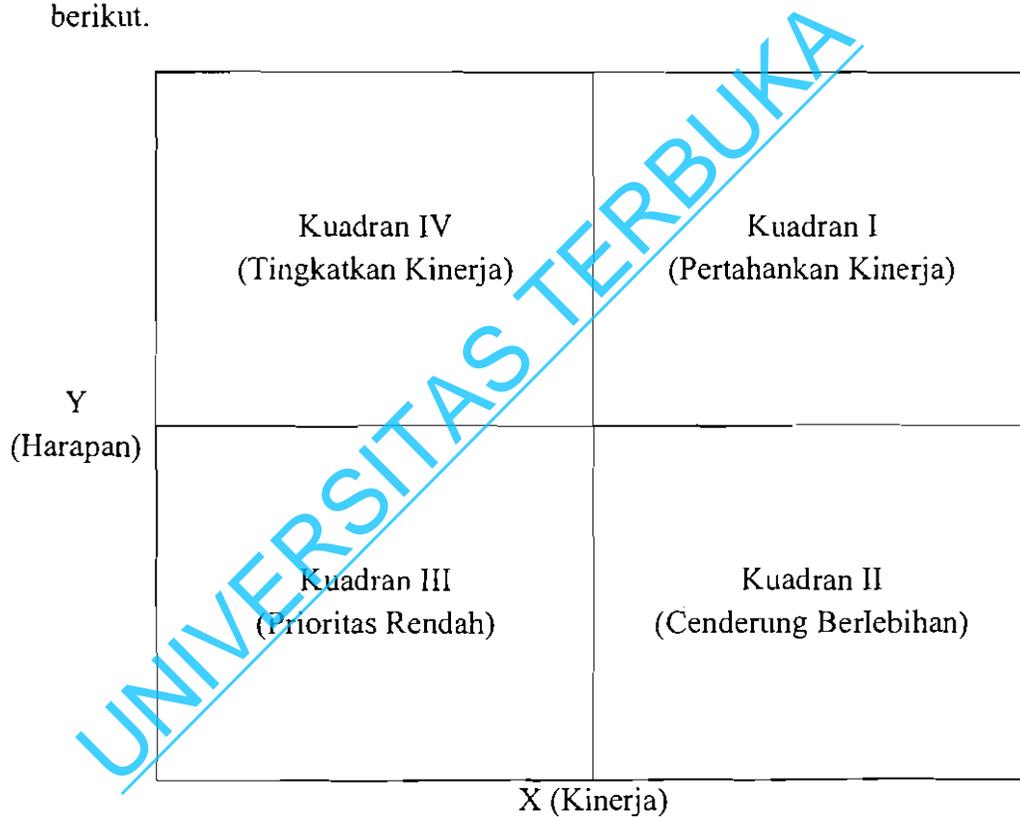
Dari hasil penilaian terhadap tingkat kepentingan dan hasil penilaian dari kinerja/penampilan maka akan dapat dilihat suatu perhitungan mengenai tingkat kesesuaian antara tingkat kepentingan dan tingkat kinerja perusahaan. Untuk tingkat kesesuaian mempunyai arti yaitu hasil perbandingan skor kinerja/pelaksanaan dengan skor kepentingan. Tingkat kesesuaian inilah yang akan menentukan urutan prioritas peningkatan faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Langkah-langkah yang kemudian dilakukan dalam *Importance-Performance Analysis* adalah sebagai berikut.

- a. Menghitung rata-rata penilaian harapan dan kinerja pelayanan untuk setiap dimensi.
- b. Menghitung rata-rata tingkat harapan dan kinerja untuk keseluruhan dimensi pelayanan.

- c. Mengaplikasikan skor rata-rata harapan dan skor rata-rata kinerja dalam diagram Cartesius sebagai kuadran *Importance-Performance Analysis* dengan skor harapan pada sumbu Y, dan skor rata-rata kinerja pada sumbu X.

Kuadran *Importance-Performance Analysis* dapat dilihat pada gambar berikut.



Gambar 3.1. Kuadran *Importance-Performance Analysis*

Masing-masing kuadran di atas dijelaskan sebagai berikut.

- 1) Kuadran Pertama, "Pertahankan Kinerja" (*high importance & high performance*).

Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai faktor penunjang bagi kepuasan pelanggan sehingga pihak manajemen berkewajiban memastikan bahwa kinerja institusi yang dikelolanya dapat terus mempertahankan prestasi yang telah dicapai.

- 2) Kuadran Kedua, “Cenderung Berlebihan” (*low importance & high performance*)

Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap tidak terlalu penting sehingga pihak manajemen perlu mengalokasikan sumber daya yang terkait dengan faktor-faktor tersebut kepada faktor-faktor lain yang mempunyai prioritas penanganan lebih tinggi yang masih membutuhkan peningkatan, semisal dikuadran keempat.

- 3) Kuadran Ketiga, “Prioritas Rendah” (*low importance & low performance*)

Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini mempunyai tingkat kepuasan yang rendah dan sekaligus dianggap tidak terlalu penting bagi pelanggan, sehingga pihak manajemen tidak perlu memprioritaskan atau terlalu memberikan perhatian pada faktor-faktor tersebut.

- 4) Kuadran Keempat, “Tingkatkan Kinerja” (*high importance & low performance*)

Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini dianggap sebagai faktor yang sangat penting oleh pelanggan namun kondisi pada saat ini belum memuaskan sehingga pihak manajemen berkewajiban

mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk meningkatkan kinerja berbagai faktor tersebut. Faktor-faktor yang terletak pada kuadran ini merupakan prioritas untuk ditingkatkan.

- d. Melakukan evaluasi terhadap masing-masing atribut sesuai dengan kuadran masing-masing.
- e. Melakukan penilaian terhadap kesenjangan (*gap*) antara harapan dan kinerja pelayanan dengan menghitung selisih nilai rata-rata harapan dan kinerja pelayanan.

UNIVERSITAS TERBUKA

## BAB IV

### TEMUAN DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah PT. PLN Persero Cabang Tanjung Pinang. PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang merupakan salah satu cabang dari PT. PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau. PT PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau yang memiliki 4 kantor cabang, yang terdiri dari Cabang Pekanbaru, Cabang Dumai, Cabang Tanjung Pinang dan Cabang Rengat. Keseluruhan cabang tersebut juga sedang berusaha untuk mewujudkan visi perusahaan, yaitu “menjadi perusahaan kelas dunia yang tumbuh, berkembang, unggul dan terpercaya”.

Visi tersebut berupaya dicapai melalui pelaksanaan dua misi utama. Misi pertama adalah “melakukan bisnis kelistrikan yang berorientasi pada kepuasan pelanggan, pegawai, pemilik dan akrab lingkungan”, sedangkan misi kedua adalah “menjadikan tenaga listrik untuk meningkatkan kualitas kehidupan masyarakat dan mendorong pertumbuhan ekonomi”. Dengan pelaksanaan visi dan misi tersebut diatas, diharapkan PT PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau dapat menyelenggarakan usaha penyediaan tenaga listrik bagi kepentingan umum dalam jumlah dan mutu yang memadai serta memupuk keuntungan dan melaksanakan penugasan dari pemerintah di bidang ketenagalistrikan dalam

rangka menunjang pembangunan nasional dengan menerapkan prinsip-prinsip Perseroan Terbatas.

PT PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau mengemban suatu amanah besar bagi pelayanan kelistrikan. Perubahan ke arah perbaikan pelayananpun terus dilakukan. Perbaikan ini antara lain dengan dilakukannya perubahan Organisasi PLN di Riau, yaitu adanya Keputusan Presiden No. 139 Tahun 1998 Tanggal 11 September 1998 tentang Tim Restrukturisasi dan Rehabilitasi PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) PLN telah menerbitkan Keputusan Direksi No. 113.K/010/DIR/2001 Tanggal 25 Mei 2001 sehingga PLN Wilayah III berubah status menjadi PT. PLN (Persero) Unit Bisnis Sumbar Riau, termasuk di dalamnya pembentukan Wilayah Usaha Riau.

Kemudian PT. PLN (Persero) Wilayah Sumbar Riau dipisah menjadi PT. PLN (Persero) Wilayah Sumbar dan PT. PLN (Persero) Wilayah Riau yang berdiri sendiri sesuai Keputusan Direksi No. 089.K/010/DIR/2002 Tanggal 2 Juli 2002 tentang Perubahan Pengorganisasian Unit Bisnis di Lingkungan PT. PLN (Persero). Regulasi yang terakhir diterbitkan Keputusan Direksi No. 300.K/010/DIR/2003 Tanggal 19 November 2003 tentang Organisasi PT PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau. Sekarang PT PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau telah memiliki empat kantor, yaitu Kantor Wilayah, Kantor Cabang Pekanbaru, Kantor Cabang Tanjung Pinang, Kantor Cabang Dumai, dan Kantor Cabang Rengat. Dengan pembentukan Organisasi PT PLN (Persero) Wilayah Riau Dan Kepulauan Riau ini, diharapkan percepatan

peningkatan pelayanan kelistrikan di Bumi Lancang Kuning ini dapat berjalan secara efektif dan efisien dengan tetap berfokus pada sistem manajemen yang berbasis pada kepuasan pelanggan.

## B. Analisis Data

### 1. Hasil Uji Instrumen

Pengujian tersebut terdiri atas pengujian validitas dan reliabilitas. Untuk mengetahui validitas dan reliabilitas instrumen yang digunakan dalam penelitian ini maka angket terlebih dahulu diuji cobakan. Validitas dan reliabilitas instrumen dikerjakan satu kali dengan satu kali pengambilan data. Hasil ujicoba instrumen diuraikan sebagaimana berikut.

#### a. Uji Validitas

Uji Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan *Software SPSS 15 for Windows* yang hasilnya dapat dilihat pada *Corrected Item-Total Correlation*. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner yang diberikan pada responden selama penelitian. Uji validitas dilakukan terhadap data yang diperoleh, untuk mengetahui apakah data tersebut layak digunakan dalam proses analisis selanjutnya. Item kuesioner dikatakan valid apabila memiliki nilai probabilitas  $< 0,05$ , atau memiliki nilai  $r$  hasil  $> r$  tabel ( $df=N-2$ ). Hasil uji validitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.1.  
Hasil Uji Validitas

Item	Atribut	KINERJA			HARAPAN		
		Korelasi	Nilai Sig.	Ket.	Korelasi	Nilai Sig.	Ket.
1	Reliabilitas	0.829	0.000	Valid	0.696	0.000	Valid
2		0.804	0.000	Valid	0.605	0.000	Valid
3		0.831	0.000	Valid	0.651	0.000	Valid
4		0.787	0.000	Valid	0.690	0.000	Valid
5	Daya Tanggap	0.841	0.000	Valid	0.718	0.000	Valid
6		0.758	0.000	Valid	0.650	0.000	Valid
7		0.867	0.000	Valid	0.826	0.000	Valid
8		0.863	0.000	Valid	0.245	0.014	Valid
9	Kompetensi	0.830	0.000	Valid	0.321	0.000	Valid
10		0.861	0.000	Valid	0.558	0.000	Valid
11		0.838	0.000	Valid	0.612	0.000	Valid
12		0.778	0.000	Valid	0.657	0.000	Valid
13	Akses	0.846	0.000	Valid	0.759	0.000	Valid
14		0.699	0.000	Valid	0.834	0.000	Valid
15		0.842	0.000	Valid	0.730	0.000	Valid
16		0.771	0.000	Valid	0.483	0.000	Valid
17	Kesopanan	0.860	0.000	Valid	0.850	0.000	Valid
18		0.843	0.000	Valid	0.738	0.000	Valid
19		0.892	0.000	Valid	0.580	0.000	Valid
20		0.790	0.000	Valid	0.793	0.000	Valid
21	Komunikasi	0.852	0.000	Valid	0.312	0.002	Valid
22		0.701	0.000	Valid	0.800	0.000	Valid
23		0.781	0.000	Valid	0.801	0.000	Valid
24		0.750	0.000	Valid	0.823	0.000	Valid
25	Kredibilitas	0.840	0.000	Valid	0.391	0.000	Valid
26		0.907	0.000	Valid	0.800	0.000	Valid
27		0.839	0.000	Valid	0.678	0.000	Valid
28		0.802	0.000	Valid	0.713	0.000	Valid

Tabel 4.1. (lanjutan)

## Hasil Uji Validitas

Item	Atribut	KINERJA			HARAPAN		
		Korelasi	Nilai Sig.	Ket.	Korelasi	Nilai Sig.	Ket.
29	Keamanan	0.849	0.000	Valid	0.560	0.000	Valid
30		0.866	0.000	Valid	0.534	0.000	Valid
31		0.890	0.000	Valid	0.783	0.000	Valid
32		0.868	0.000	Valid	0.812	0.000	Valid
33	Kemampuan	0.819	0.000	Valid	0.618	0.000	Valid
34		0.807	0.000	Valid	0.738	0.000	Valid
35		0.839	0.000	Valid	0.271	0.006	Valid
36		0.759	0.000	Valid	0.722	0.000	Valid
37	Bukti Fisik	0.843	0.000	Valid	0.436	0.000	Valid
38		0.825	0.000	Valid	0.719	0.000	Valid
39		0.824	0.000	Valid	0.513	0.000	Valid
40		0.824	0.000	Valid	0.723	0.000	Valid

Sumber: data diolah (2011)

Dari tabel di atas diketahui bahwa seluruh nilai koefisien korelasi  $> r$  tabel, yaitu 0,197 ( $df=100-2$ ). Selain itu, nilai probabilitas pengujian juga  $< 0,05$ . Dengan demikian dapat dikatakan bahwa seluruh item kuesioner yang digunakan adalah valid. Artinya, seluruh data dari setiap item kuesioner dapat digunakan dalam analisis data.

b. Uji Reliabilitas

Atribut pertanyaan yang telah valid kemudian dilakukan uji reliabilitas. Teknik uji reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Setiap atribut dikatakan reliabel jika memiliki nilai koefisien alpha  $> 0,6$ . Hasil uji

reliabilitas dengan bantuan program SPSS versi 15.0 dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.2.  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Item	Koefesien Cronbach's Alpha	Status
Kinerja Pelayanan	Reliabilitas	0,827	Reliabel
	Daya Tanggap	0,849	Reliabel
	Kompetensi	0,846	Reliabel
	Akses	0,790	Reliabel
	Kesopanan	0,866	Reliabel
	Komunikasi	0,769	Reliabel
	Kredibilitas	0,869	Reliabel
	Keamanan	0,891	Reliabel
	Kemampuan	0,819	Reliabel
	Bukti Fisik	0,856	Reliabel
Harapan	Reliabilitas	0,737	Reliabel
	Daya Tanggap	0,744	Reliabel
	Kompetensi	0,659	Reliabel
	Akses	0,783	Reliabel
	Kesopanan	0,796	Reliabel
	Komunikasi	0,784	Reliabel
	Kredibilitas	0,757	Reliabel
	Keamanan	0,770	Reliabel
	Kemampuan	0,730	Reliabel
	Bukti Fisik	0,727	Reliabel

Sumber: data diolah (2011)

Tabel di atas menunjukkan bahwa seluruh nilai koefisien alpha > 0,6. Hal ini dapat diartikan bahwa seluruh data pada masing-masing atribut adalah reliabel. Dengan demikian data-data tersebut dapat digunakan pada proses analisis data selanjutnya.

## 2. Analisis Deskriptif

### a. Kinerja Pelayanan PT. PLN Persero

Kinerja pelayanan diukur melalui 40 pertanyaan yang terbagi dalam 10 atribut, yaitu reliabilitas, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan, dan bukti fisik. Hasil analisis deskriptif dari masing masing atribut tersebut diuraikan sebagai berikut.

#### 1) Reliabilitas

Penilaian masyarakat terhadap kinerja dalam atribut reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.3.

#### Deskripsi Reliabilitas

Interval	Kategori	Jumlah	Persentase
1,00 – 1,79	Tidak Baik	5	5%
1,80 – 2,59	Kurang Baik	22	22%
2,60 – 3,39	Sedang	38	38%
3,40 – 4,19	Baik	34	34%
4,20 – 5,00	Sangat Baik	1	1%

Sumber: data diolah (2011)

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai kinerja PT. PLN Cabang Tanjung Pinang pada atribut reliabilitas tergolong dalam kategori sedang, dengan jumlah responden sebanyak 38 orang (38%). Responden juga banyak yang menilai bahwa reliabilitas tergolong baik, yaitu sebanyak 34 orang (34%). Dari

keseluruhan responden terdapat 22 orang (22%) yang menyatakan bahwa reliabilitas pelayanan termasuk dalam kategori kurang baik, dan 5 orang (5%) menilai reliabilitas pelayanan tidak baik. Sisanya adalah 1 orang (1%) responden yang menilai reliabilitas dalam kategori sangat baik.

## 2) Daya Tanggap

Respon masyarakat mengenai daya tanggap sebagai atribut kinerja pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.4.

### Deskripsi Daya Tanggap

Interval	Kategori	Jumlah	Persentase
1,00 – 1,79	Tidak Baik	4	4%
1,80 – 2,59	Kurang Baik	18	18%
2,60 – 3,39	Sedang	47	47%
3,40 – 4,19	Baik	30	30%
4,20 – 5,00	Sangat Baik	1	1%

Sumber: data diolah (2011)

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden mayoritas juga menilai daya tanggap pada kinerja pelayanan dalam kategori sedang, yaitu sebanyak 47 orang (47%). Pada atribut daya tanggap juga masih terdapat responden yang menyatakan bahwa kinerja atribut ini tergolong kurang baik yaitu sebanyak 18 orang (18%), bahkan tidak baik, sebanyak 4 orang (4%). Responden yang menyatakan bahwa

daya tanggap termasuk dalam kategori baik adalah sebanyak 30 orang (30%), dan kategori sangat baik adalah 1 orang (1%).

### 3) Kompetensi

Penilaian terhadap kinerja pada atribut kompetensi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.5.

#### Deskripsi Kompetensi

Interval	Kategori	Jumlah	Persentase
1,00 – 1,79	Tidak Baik	2	2%
1,80 – 2,59	Kurang Baik	7	7%
2,60 – 3,39	Sedang	49	49%
3,40 – 4,19	Baik	40	40%
4,20 – 5,00	Sangat Baik	2	2%

Sumber: data diolah (2011)

Sebagaimana kategori lainnya, atribut kompetensi juga dinilai sedang oleh mayoritas responden, yaitu sebanyak 49 orang (49%). Responden yang menyatakan bahwa kompetensi tergolong baik juga cukup banyak, yaitu 40 orang (40%). Responden yang menganggap kompetensi kurang baik adalah sebanyak 7 orang (7%). Sedangkan jumlah responden yang menyatakan bahwa kinerja dalam atribut kompetensi tidak baik dan sangat baik memiliki jumlah yang sama, yaitu sebanyak 2 orang (2%).

## 4) Akses

Penilaian responden terhadap akses yang disediakan PT. PLN adalah sebagai berikut.

Tabel 4.6.  
Deskripsi Akses

Interval	Kategori	Jumlah	Persentase
1,00 – 1,79	Tidak Baik	2	2%
1,80 – 2,59	Kurang Baik	7	7%
2,60 – 3,39	Sedang	37	37%
3,40 – 4,19	Baik	52	52%
4,20 – 5,00	Sangat Baik	2	2%

Sumber: data diolah (2011)

Dalam segi akses, mayoritas responden menyatakan bahwa kinerja PT. PLN termasuk dalam kategori baik, yaitu sebanyak 52 orang (52%). Responden yang menilai sedang adalah sebanyak 37 orang (37%). Pada atribut ini masih terdapat responden yang menilai kinerja dalam kategori kurang baik, yaitu sebanyak 7 orang (7%), dan tidak baik, yaitu 2 orang (2%). Sisainya adalah responden yang menyatakan bahwa akses termasuk dalam kategori sangat baik, yaitu sebanyak 2 orang (2%).

## 5) Kesopanan

Deskripsi kesopanan yang diberikan PT. PLN kepada pelanggannya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.7.

## Deskripsi Kesopanan

Interval	Kategori	Jumlah	Persentase
1,00 – 1,79	Tidak Baik	1	1%
1,80 – 2,59	Kurang Baik	10	10%
2,60 – 3,39	Sedang	47	47%
3,40 – 4,19	Baik	37	37%
4,20 – 5,00	Sangat Baik	5	5%

Sumber: data diolah (2011)

Dalam hal kesopanan, mayoritas responden menilai dalam kategori sedang, yaitu sebanyak 47 orang (47%). Responden yang menyatakan bahwa kesopanan dalam kategori baik adalah sebanyak 37 orang (37%). Responden yang menilai kesopanan dalam kategori sangat baik adalah sebanyak 5 orang. Dalam hal kesopanan ini, masih ada responden yang menilai tidak baik sebanyak 1 orang (1%), dan menilai kurang baik sebanyak 10 orang (10%).

#### 6) Komunikasi

Tanggapan responden terkait atribut komunikasi adalah sebagai berikut.

Tabel 4.8.

## Deskripsi Komunikasi

Interval	Kategori	Jumlah	Persentase
1,00 – 1,79	Tidak Baik	3	3%
1,80 – 2,59	Kurang Baik	21	21%
2,60 – 3,39	Sedang	51	51%
3,40 – 4,19	Baik	25	25%
4,20 – 5,00	Sangat Baik	0	0%

Sumber: data diolah (2011)

Pada atribut ini tidak terdapat responden yang menilai dalam kategori sangat baik. Mayoritas responden menyatakan bahwa komunikasi tergolong sedang, dengan jumlah sebanyak 51 orang (51%). Jumlah responden yang menyatakan komunikasi dalam kategori baik dan kurang baik terdiri dari jumlah responden yang hampir sama, yaitu sebanyak 25 orang (25%) untuk kategori baik, dan 21 orang (21%) dalam kategori kurang baik. Sisanya adalah responden yang menilai komunikasi dalam kategori tidak baik, yaitu sebanyak 3 orang (3%).

#### 7) Kredibilitas

Penilaian terhadap kredibilitas PT. PLN (Persero) adalah sebagai berikut.

Tabel 4.9.

## Deskripsi Kredibilitas

Interval	Kategori	Jumlah	Persentase
1,00 – 1,79	Tidak Baik	3	3%
1,80 – 2,59	Kurang Baik	19	19%
2,60 – 3,39	Sedang	44	44%
3,40 – 4,19	Baik	33	33%
4,20 – 5,00	Sangat Baik	1	1%

Sumber: data diolah (2011)

Dari tabel di atas diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan bahwa kredibilitas tergolong sedang, dengan jumlah sebanyak 44 orang (44%). Responden yang menyatakan bahwa kredibilitas dalam kategori baik adalah sebanyak 33 orang (33%). Responden yang menyatakan bahwa kredibilitas dalam kategori kurang baik adalah sebanyak 19 orang (19%). Selain itu, responden yang menyatakan kredibilitas dalam kondisi sangat baik sebanyak 1 (1%) orang dan dalam kondisi tidak baik sebanyak 3 orang (3%).

#### 8) Keamanan

Tanggapan responden mengenai keamanan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.10.

## Deskripsi Keamanan

Interval	Kategori	Jumlah	Persentase
1,00 – 1,79	Tidak Baik	1	1%
1,80 – 2,59	Kurang Baik	16	16%
2,60 – 3,39	Sedang	42	42%
3,40 – 4,19	Baik	38	38%
4,20 – 5,00	Sangat Baik	3	3%

Sumber: data diolah (2011)

Sebanyak 42 responden (42%) menilai bahwa keamanan termasuk dalam kategori sedang. Jumlah ini merupakan jawaban terbanyak dari responden. Responden yang menilai keamanan dalam kondisi baik adalah sebanyak 38 orang (38%). Responden yang menilai bahwa keamanan dalam kondisi kurang baik adalah sebanyak 16 orang (16%). Sisanya adalah responden yang menilai bahwa keamanan dalam kondisi sangat baik sebanyak 3 orang (3%), dan responden yang menilai keamanan dalam kondisi tidak baik sebanyak 1 orang (1%).

#### 9) Kemampuan

Tanggapan responden terkait kemampuan PT. PLN (Persero) dalam melayani pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.11.

## Deskripsi Kemampuan

Interval	Kategori	Jumlah	Persentase
1,00 – 1,79	Tidak Baik	3	3%
1,80 – 2,59	Kurang Baik	16	16%
2,60 – 3,39	Sedang	52	52%
3,40 – 4,19	Baik	27	27%
4,20 – 5,00	Sangat Baik	2	2%

Sumber: data diolah (2011)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden menilai kemampuan berada dalam kategori sedang, yaitu sebanyak 52 orang (52%). Pada kelompok terbanyak kedua, responden menyatakan bahwa kemampuan termasuk dalam kondisi baik, yaitu sebanyak 27 orang (27%). Responden yang menilai bahwa kemampuan dalam kondisi kurang baik adalah sebanyak 16 orang (16%). Sisanya adalah responden yang menilai kemampuan dalam kategori tidak baik dan sangat baik, yaitu masing-masing sebanyak 3 orang (3%), dan 2 orang (2%).

#### 10) Bukti Fisik

Rekapitulasi tanggapan responden mengenai bukti fisik yang ditawarkan PT. PLN (Persero) dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.12.

## Tanggapan Responden Terkait Bukti Fisik

Interval	Kategori	Jumlah	Persentase
1,00 – 1,79	Tidak Baik	2	2%
1,80 – 2,59	Kurang Baik	15	15%
2,60 – 3,39	Sedang	48	48%
3,40 – 4,19	Baik	31	31%
4,20 – 5,00	Sangat Baik	4	4%

Sumber: data diolah (2011)

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden menyatakan bahwa bukti fisik tergolong dalam kategori sedang, yaitu sebanyak 48 responden (48%). Responden yang menyatakan bahwa bukti fisik berada dalam kategori kurang baik adalah sebanyak 15 orang (15%), dan responden yang menyatakan bahwa bukti fisik berada dalam kategori baik menunjukkan jumlah sebesar 31 orang (31%). Sisanya adalah responden yang menyatakan bahwa bukti fisik dalam kategori sangat baik, yaitu sebanyak 4 responden (4%), dan responden yang menyatakan bahwa bukti fisik berada dalam kategori tidak baik, yaitu sebanyak 2 orang (2%).

b. Harapan Pelanggan PT. PLN (Persero)

Pada bagian ini akan diuraikan harapan responden atas kualitas pelayanan PT. PLN (Persero), dari masing-masing atribut yang diukur. Pengukuran juga dilakukan menggunakan kuesioner dengan 40 item yang

terbagi dalam 10 atribut. Masing-masing atribut dideskripsikan sebagai berikut.

### 1) Reliabilitas

Harapan masyarakat akan kinerja dalam atribut reliabilitas dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.13.

#### Deskripsi Reliabilitas

Interval	Kategori	Jumlah	Persentase
1,00 – 1,79	Tidak Baik	0	0%
1,80 – 2,59	Kurang Baik	0	0%
2,60 – 3,39	Sedang	1	0%
3,40 – 4,19	Baik	86	86%
4,20 – 5,00	Sangat Baik	13	13%

Sumber: data diolah (2011)

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden mengharapkan kinerja PT. PLN Cabang Tanjung Pinang pada atribut reliabilitas menjadi baik, dengan jumlah responden sebanyak 38 orang (38%).

### 2) Daya Tanggap

Harapan masyarakat mengenai daya tanggap sebagai atribut kinerja pelayanan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.14.

## Deskripsi Daya Tanggap

Interval	Kategori	Jumlah	Persentase
1,00 – 1,79	Tidak Baik	0	0%
1,80 – 2,59	Kurang Baik	0	0%
2,60 – 3,39	Sedang	14	14%
3,40 – 4,19	Baik	66	66%
4,20 – 5,00	Sangat Baik	20	20%

Sumber: data diolah (2011)

Tabel di atas menunjukkan bahwa responden mayoritas mengharapkan daya tanggap pada kinerja pelayanan dalam kategori baik, yaitu sebanyak 66 orang (66%).

## 3) Kompetensi

Harapan terhadap kinerja pada atribut kompetensi dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.15.

## Deskripsi Kompetensi

Interval	Kategori	Jumlah	Persentase
1,00 – 1,79	Tidak Baik	0	0%
1,80 – 2,59	Kurang Baik	0	0%
2,60 – 3,39	Sedang	9	9%
3,40 – 4,19	Baik	70	70%
4,20 – 5,00	Sangat Baik	21	21%

Sumber: data diolah (2011)

Atribut kompetensi juga diharapkan dapat berkategori baik oleh mayoritas responden, yaitu sebanyak 70 orang (70%).

## 4) Akses

Harapan responden terhadap akses yang disediakan PT. PLN adalah sebagai berikut.

Tabel 4.16.

## Deskripsi Akses

Interval	Kategori	Jumlah	Persentase
1,00 – 1,79	Tidak Baik	0	0%
1,80 – 2,59	Kurang Baik	0	0%
2,60 – 3,39	Sedang	21	21%
3,40 – 4,19	Baik	38	38%
4,20 – 5,00	Sangat Baik	41	41%

Sumber: data diolah (2011)

Dalam segi akses, mayoritas responden menyatakan bahwa mereka berharap kinerja PT. PLN termasuk dalam kategori sangat baik, yaitu sebanyak 41 orang (41%).

## 5) Kesopanan

Harapan responden akan atribut kesopanan yang diberikan PT. PLN kepada pelanggannya dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.17.

## Deskripsi Kesopanan

Interval	Kategori	Jumlah	Persentase
1,00 – 1,79	Tidak Baik	0	0%
1,80 – 2,59	Kurang Baik	0	0%
2,60 – 3,39	Sedang	23	23%
3,40 – 4,19	Baik	49	49%
4,20 – 5,00	Sangat Baik	28	28%

Sumber: data diolah (2011)

Dalam hal kesopanan, mayoritas responden mengharapkan menjadi kategori baik, yaitu sebanyak 49 orang (49%).

## 6) Komunikasi

Harapan responden terhadap atribut komunikasi adalah sebagai berikut.

Tabel 4.18.

## Deskripsi Komunikasi

Interval	Kategori	Jumlah	Persentase
1,00 – 1,79	Tidak Baik	0	0%
1,80 – 2,59	Kurang Baik	0	0%
2,60 – 3,39	Sedang	34	34%
3,40 – 4,19	Baik	45	45%
4,20 – 5,00	Sangat Baik	21	21%

Sumber: data diolah (2011)

Mayoritas responden mengharapkan komunikasi tergolong baik, dengan jumlah sebanyak 45 orang (45%).

## 7) Kredibilitas

Harapan responden terhadap kredibilitas PT. PLN (Persero) adalah sebagai berikut.

Tabel 4.19.

## Deskripsi Kredibilitas

Interval	Kategori	Jumlah	Persentase
1,00 – 1,79	Tidak Baik	0	0%
1,80 – 2,59	Kurang Baik	0	0%
2,60 – 3,39	Sedang	11	11%
3,40 – 4,19	Baik	53	53%
4,20 – 5,00	Sangat Baik	36	36%

Sumber: data diolah (2011)

Dari tabel di atas diketahui bahwa mayoritas responden mengharapkan kredibilitas tergolong baik, dengan jumlah sebanyak 53 orang (53%).

## 8) Keamanan

Harapan responden mengenai keamanan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.20.

## Deskripsi Keamanan

Interval	Kategori	Jumlah	Persentase
1,00 – 1,79	Tidak Baik	0	0%
1,80 – 2,59	Kurang Baik	0	0%
2,60 – 3,39	Sedang	10	10%
3,40 – 4,19	Baik	75	75%
4,20 – 5,00	Sangat Baik	15	15%

Sumber: data diolah (2011)

Sebanyak 75 responden (75%) mengharapkan keamanan dapat meningkat menjadi kategori sedang. Jumlah ini merupakan jawaban terbanyak dari responden.

## 9) Kemampuan

Harapan responden terkait kemampuan PT. PLN (Persero) dalam melayani pelanggan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.21.

## Deskripsi Kemampuan

Interval	Kategori	Jumlah	Persentase
1,00 – 1,79	Tidak Baik	0	0%
1,80 – 2,59	Kurang Baik	0	0%
2,60 – 3,39	Sedang	20	20%
3,40 – 4,19	Baik	70	70%
4,20 – 5,00	Sangat Baik	10	10%

Sumber: data diolah (2011)

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa mayoritas responden mengharapkan kemampuan berada dalam kategori baik, yaitu sebanyak 70 orang (70%).

#### 10) Bukti Fisik

Rekapitulasi harapan responden mengenai bukti fisik yang ditawarkan PT. PLN (Persero) dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.22.

Tanggapan Responden Terkait Bukti Fisik

Interval	Kategori	Jumlah	Persentase
1,00 – 1,79	Tidak Baik	0	0%
1,80 – 2,59	Kurang Baik	0	0%
2,60 – 3,39	Sedang	12	12%
3,40 – 4,19	Baik	68	68%
4,20 – 5,00	Sangat Baik	20	20%

Sumber: data diolah (2011)

Tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas responden mengharapkan bukti fisik tergolong dalam kategori baik, yaitu sebanyak 68 responden (68%).

### 3. Importance Performance Analysis

*Importance Performance Analysis* dilakukan dengan menghitung skor total kinerja pelayanan dan kepentingan/harapan pelanggan. Selanjutnya dilakukan perhitungan nilai X (rata-rata skor kinerja) dan Y (rata-rata skor harapan) yang akan dipetakan dalam diagram kartesius dengan *software SPSS 15 for Windows*.

## a. Tingkat Kesesuaian

Pada metode *Importance Performance Analysis* (IPA) juga terdapat perhitungan untuk menentukan urutan prioritas perbaikan layanan, yang diukur dengan tingkat kesesuaian. Hasil tingkat kesesuaian ini akan dibandingkan dengan hasil perhitungan *Potential Gain in Customer Value* (PGCV) untuk menentukan prioritas perbaikan layanan terbaik untuk mencapai kepuasan konsumen. Tingkat kesesuaian pada masing-masing atribut dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.23.

## Tingkat Kesesuaian

Atribut	Kinerja (X)	Harapan (Y)	Tingkat Kesesuaian
Reliabilitas	2.99	3.95	76%
Daya Tanggap	2.95	4.02	73%
Kompetensi	3.21	3.91	82%
Akses	3.32	4.02	83%
Kesopanan	3.25	3.93	83%
Komunikasi	2.89	3.82	76%
Kredibilitas	3.01	4.01	75%
Keamanan	3.15	3.88	81%
Kemampuan	2.99	3.74	80%
Bukti Fisik	3.15	3.87	81%

Sumber: data diolah (2011)

Dari perhitungan tingkat kesesuaian antara penilaian kinerja pelayanan publik yang dilakukan PT. PLN (Persero) dengan harapan pelanggan, maka dibuat suatu bentuk penilaian khusus yang menjadi dasar suatu keputusan untuk mempertahankan prestasi atau melakukan

perbaikan. Tolak ukur batas pengambilan keputusan adalah 79%, yang merupakan nilai rata-rata tingkat kesesuaian seluruh atribut pertanyaan.

Dasar dari keputusan tersebut adalah sebagai berikut.

- 1) Bila  $TK < 79\%$ , maka dilakukan perbaikan /*action* (A)
- 2) Bila  $TK \geq 79\%$ , maka dilakukan usaha untuk mempertahankan/*hold* (H)

Keputusan "*Hold*" dan "*Action*" untuk masing-masing atribut adalah sebagai berikut.

Tabel 4.24.

Keputusan "*Hold*" dan "*Action*"

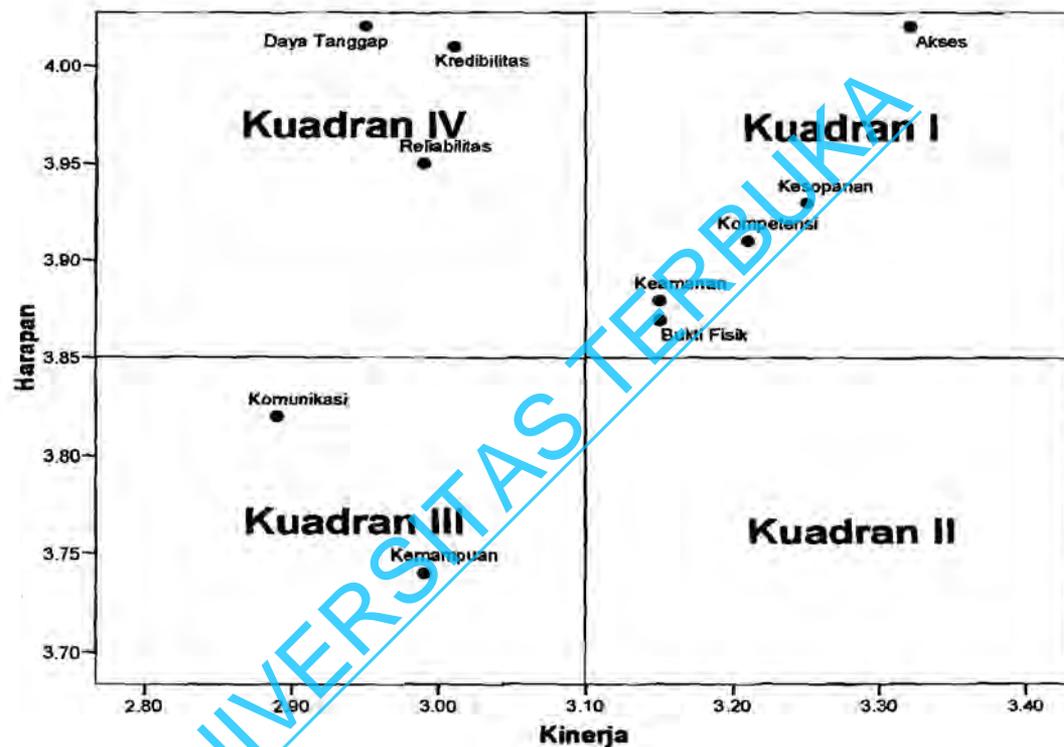
Atribut	Tingkat Kesesuaian	Keputusan
Reliabilitas	76%	<i>Action</i>
Daya Tanggap	73%	<i>Action</i>
Kompetensi	82%	<i>Hold</i>
Akses	83%	<i>Hold</i>
Kesopanan	83%	<i>Hold</i>
Komunikasi	76%	<i>Action</i>
Kredibilitas	75%	<i>Action</i>
Keamanan	81%	<i>Hold</i>
Kemampuan	80%	<i>Hold</i>
Bukti Fisik	81%	<i>Hold</i>

Sumber: data diolah (2011)

Tabel di atas menunjukkan bahwa terdapat 4 atribut yang membutuhkan perbaikan, yaitu reliabilitas, daya tanggap, komunikasi, dan kredibilitas. Hal ini dapat dilihat dari tingkat kesesuaian atribut-atribut tersebut yang  $< 79\%$ .

**b. Diagram Kartesius**

Hasil dari tingkat-tingkat unsur yang mempengaruhi kepuasan pelanggan akan dijabarkan dan dibagi menjadi empat bagian kedalam diagram kartesius. Untuk secara jelasnya ditunjukan pada gambar berikut.



Gambar 4.1. Diagram Kartesius

Berdasarkan tabel di atas diketahui hasil keberadaan ke-10 atribut kinerja pelayanan publik dalam diagram kartesius, sebagaimana berikut.

- 1) Faktor yang berada pada kuadran I adalah:
    - a) Kompetensi
    - b) Akses
    - c) Kesopanan
    - d) Keamanan
    - e) Bukti Fisik
  - 2) Faktor yang berada pada kuadran III adalah:
    - a) Komunikasi
    - b) Kemampuan
  - 3) Faktor yang berada pada kuadran IV adalah:
    - a) Reliabilitas
    - b) Daya Tanggap
    - c) Kredibilitas
- c. Kesenjangan (*Gap*) antara Harapan dan Kinerja Pelayanan

Hasil analisis kesenjangan digunakan untuk mengetahui kinerja seluruh atribut yang ditawarkan PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang. Hasil analisis kesenjangan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 4.25.

Analisis Kesenjangan (*Gap*)

Item	Atribut	Kinerja (X)	Harapan (Y)	GAP
1	Reliabilitas	2.79	4.12	-1.33
2		3.22	4.06	-0.84
3		2.87	4.10	-1.23
4		3.09	3.53	-0.44
5	Daya Tanggap	2.87	4.01	-1.14
6		3.38	4.20	-0.82
7		2.82	3.71	-0.89
8		2.73	4.14	-1.41
9	Kompetensi	3.39	4.31	-0.92
10		3.31	3.67	-0.36
11		3.06	3.82	-0.76
12		3.09	3.85	-0.76
13	Akses	3.56	3.92	-0.36
14		3.22	4.26	-1.04
15		3.44	3.93	-0.49
16		3.04	3.95	-0.91
17	Kesopanan	3.15	3.80	-0.65
18		3.4	4.01	-0.61
19		3.3	3.93	-0.63
20		3.16	3.99	-0.83
21	Komunikasi	2.89	3.94	-1.05
22		2.82	3.79	-0.97
23		2.77	3.84	-1.07
24		3.08	3.70	-0.62
25	Kredibilitas	3.11	3.91	-0.80
26		2.97	4.06	-1.09
27		2.95	4.06	-1.11
28		2.99	4.00	-1.01
29	Keamanan	2.96	3.91	-0.95
30		3.18	4.00	-0.82
31		3.19	3.68	-0.49
32		3.26	3.91	-0.65

Tabel 4.24. (lanjutan)

Analisis Kesenjangan (*Gap*)

Item	Atribut	Kinerja (X)	Harapan (Y)	GAP
33	Kemampuan	2.79	3.75	-0.96
34		2.84	3.78	-0.94
35		3.03	3.86	-0.83
36		3.29	3.58	-0.29
37	Bukti Fisik	3.02	3.89	-0.87
38		3.07	3.93	-0.86
39		3.33	3.82	-0.49
40		3.17	3.83	-0.66

Sumber: data diolah (2011)

Berdasarkan Tabel 4.24 tersebut, dapat diketahui penilaian tingkat persepsi dan tingkat harapan pelanggan untuk seluruh variabel yang terdiri dari reliabilitas, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, komunikasi, kredibilitas, keamanan, kemampuan, dan bukti fisik. Hasil analisis *gap* menunjukkan bahwa seluruh atribut dinilai kurang baik oleh responden. Hal ini dapat diketahui dari keseluruhan *gap* yang bernilai negatif. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa kinerja pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Perseri) secara keseluruhan berada dibawah harapan konsumen.

### C. Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data sebelumnya diketahui bahwa mayoritas responden menyatakan bahwa kinerja pelayanan PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang pada kebanyakan atribut termasuk dalam kategori sedang.

Namun demikian, dari deskripsi tingkat kepentingan/harapan pelanggan diketahui bahwa pelanggan mengharapkan agar PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang dapat memberikan pelayanan yang tergolong baik pada keseluruhan atribut kinerja. Atribut tersebut antara lain reliabilitas, daya tanggap, kompetensi, akses, kesopanan, kredibilitas, komunikasi, keamanan, kemampuan, dan bukti fisik.

Apabila dilihat dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti dengan pihak PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang diketahui bahwa PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang telah mengupayakan agar dapat memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada pelanggan. Hal ini dilakukan dengan peningkatan kinerja secara berkelanjutan. Dalam melakukan pelayanan, PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang selalu berorientasi pada pelanggan (*customer oriented*). Berkaitan dengan hal tersebut, maka PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang dituntut untuk terus melakukan inovasi-inovasi guna memperbaiki kualitas pelayanannya yang selama ini cenderung dinilai negatif oleh konsumen. Kondisi ini memaksa PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang untuk meningkatkan kinerjanya, antara lain dengan melakukan pembenahan manajemen, pembangunan infrastruktur, dan perbaikan instrumen-instrumen pendukung.

Strategi yang diterapkan menuju terwujudnya citra positif PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang antara lain dengan mengubah strategi pemasaran dari *company oriented* menjadi *customer oriented* dan *improved quality oriented* dengan lebih mempertimbangkan harapan dan kepuasan pelanggan. Upaya ke arah cita-cita terwujudnya PT. PLN (Persero) Cabang

Tanjung Pinang sebagai perusahaan yang di satu sisi tetap memberi keuntungan dan di sisi lain memuaskan pelanggan, dilakukan dengan meningkatkan mutu pelayanan. Dengan perbaikan dan peningkatan kinerja PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang diharapkan dapat mengurangi keluhan-keluhan dari pelanggan, pelanggan akan memenuhi kewajibannya dengan sukarela, tingkat kebutuhan akan layanan jasa PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang meningkat dan pada akhirnya kinerja PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang pun akan meningkat. Cara yang dilakukan PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang dalam meningkatkan kepuasan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang cepat, tepat, aman, ramah tamah, dan nyaman.

Untuk dapat menyediakan energi yang konsisten kepada pelanggan PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang juga telah melakukan berbagai upaya, antara lain dengan mempertahankan *performance* pembangkit tenaga listrik yang telah ada, terus melakukan pemeliharaan, dan segera berupaya memperbaiki bila ternyata ada bagian yang rusak. Upaya ini tentunya juga dilakukan untuk mengurangi keluhan pelanggan. Sebagaimana yang telah diuraikan sebelumnya, PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang masih menerima banyak keluhan dari pelanggan. PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang telah menyediakan beberapa jalur pilihan untuk menangani keluhan pelanggan, yaitu via telepon, akses internet *online*, atau langsung ke kantor cabang, agar masyarakat dapat mengadakan atau menyampaikan keluhan yang mereka alami. Beberapa orang pegawai ditugaskan untuk menangani keluhan pelanggan. PT. PLN (Persero) juga

menerapkan beberapa peraturan kepada pegawai ketika melakukan pelayanan pelanggan, terutama dalam hal keluhan pelanggan. Aturan-aturan tersebut adalah sebagai berikut.

1. Mendengarkan dengan baik

PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang mewajibkan pegawainya untuk memberikan perhatian secara penuh ketika menangani keluhan pelanggan. Ketika berhadapan dengan pelanggan, pegawai tidak boleh mengerjakan hal lain sehingga tidak terkesan “separo mendengarkan”. Setelah mendengarkan keluhan pelanggan pegawai kontak harus menuliskan apa yang dikatakan pelanggan dan mengidentifikasi hal-hal yang spesifik. Dengan demikian, pegawai harus memahami dan berfokus pada pelanggan.

2. Biarkan pelanggan berbicara

Adapun yang dimaksud dengan membiarkan pelanggan bicara adalah pegawai dilarang menyela, menjelaskan, mempertahankan diri, atau memberikan penilaian terhadap keluhan pelanggan. Hal ini disebabkan pelanggan tidak harus peduli dengan terjadi masalah dan tidak menginginkan cerita dari salah satu pihak. Cara penanganan ini dimaksudkan agar pelanggan tidak merasa marah kepada PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang.

3. Meminta maaf dengan tulus

Meminta maaf dengan tulus tentunya merupakan hal yang cukup sulit dilakukan jika merasa tidak menyebabkan masalah. Namun demikian, pegawai PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang harus meminta maaf

apabila terdapat keluhan pelanggan. Dalam situasi ini PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang meminta maaf bukan berarti dipersalahkan karena telah menyebabkan masalah, tapi PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang meminta maaf karena pelanggan mengalami hal yang tidak menyenangkan. Dengan demikian, pegawai diwajibkan memposisikan diri pada posisi pelanggan dan bersikap tulus.

4. Berikan pilihan pada pelanggan mengenai cara perbaikan

Terlalu banyak karyawan yang tidak menanggapi berbagai keluhan, atau generik, stok respon, seperti mengeluarkan uang untuk membayar tagihan. Tapi tersebut membuat pelanggan lebih kesal jika itu bukan yang mereka inginkan. Nyatanya, mungkin pegawai membuat orang lain tersinggung dengan menawarkan diskon. Cara yang lebih baik adalah menanyakan apa yang pelanggan inginkan. Dengan demikian, PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang mewajibkan pegawainya untuk bersikap *genuine* dan sopan.

5. Meyakinkan pelanggan bahwa masalah dapat diatasi

Ketika pegawai dinilai sudah mendengarkan dan memahami keluhan pelanggan, maka pegawai seharusnya sudah mengerti mengapa pelanggan begitu kesal ketika menyampaikan keluhan. Hal yang harus dilakukan pegawai PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang adalah mengambil langkah berikutnya, yaitu meyakinkan pelanggan bahwa PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang akan mengambil tindakan pencegahan agar

apabila terdapat keluhan pelanggan. Dalam situasi ini PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang meminta maaf bukan berarti dipersalahkan karena telah menyebabkan masalah, tapi PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang meminta maaf karena pelanggan mengalami hal yang tidak menyenangkan. Dengan demikian, pegawai diwajibkan memposisikan diri pada posisi pelanggan dan bersikap tulus.

4. Berikan pilihan pada pelanggan mengenai cara perbaikan

Terlalu banyak pegawai yang tidak menanggapi berbagai keluhan dengan baik, atau seperti mengeluarkan uang untuk membayar tagihan. Tapi resiko tersebut membuat pelanggan lebih kesal, jika itu bukan yang mereka inginkan. Nyatanya, mungkin pegawai membuat orang lain tersinggung dengan menawarkan diskon. Cara yang lebih baik adalah menanyakan apa yang pelanggan inginkan. Dengan demikian, PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang mewajibkan pegawainya untuk bersikap *genuine* dan sopan.

5. Meyakinkan pelanggan bahwa masalah dapat diatasi

Ketika pegawai dinilai sudah mendengarkan dan memahami keluhan pelanggan, maka pegawai seharusnya sudah mengerti mengapa pelanggan begitu kesal ketika menyampaikan keluhan. Hal yang harus dilakukan pegawai PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang adalah mengambil langkah berikutnya, yaitu meyakinkan pelanggan bahwa PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang akan mengambil tindakan pencegahan agar

permasalahan tidak terulang kembali. Namun, tentunya juga diikuti dengan tindakan perbaikan atas masalah yang terjadi

6. Berterima kasih pada pelanggan

Tanpa *feedback* langsung dari pelanggan, PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang tidak tahu apa yang bisa diberikan pada pelanggan. Saat pelanggan mengatakan bahwa PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang gagal, pelanggan dianggap telah memberikan informasi yang berharga agar PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang bisa meningkatkan bisnisnya. Pelanggan mengatakan pada PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang mengenai hal yang perlu dilakukan agar pelanggan merasa puas. Jadi, pegawai kontak diwajibkan berterimakasih atas bantuan pelanggan. Sangat jarang menemukan pelanggan yang bersedia meluangkan waktu dan upayanya untuk memberikan *feedback*. Berterima kasih pada pelanggan akan membuat pelanggan lebih loyal kepada PT. PLN (Persero).

Selanjutnya, informasi keluhan pelanggan akan diolah agar kemudian segera menerjunkan teknisi ke lapangan untuk menyelesaikan masalah sesuai dengan keluhan pelanggan. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang telah memiliki akses yang baik. Teknisi yang terjun ke lapangan untuk menyelesaikan permasalahan pelanggan juga merupakan sumberdaya manusia yang berkualitas. Pegawai teknisi PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang telah memiliki kompetensi yang baik dalam hal kelistrikan. Bukan hanya di bidang kelistrikan, PT. PLN (Persero) Cabang

Tanjung Pinang juga memiliki berbagai sumberdaya manusia yang kompeten sesuai dengan tugas dan divisi-divisinya masing-masing.

Dalam hal kompetensi pegawai, PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang selalu terbuka untuk memberikan kesempatan bagi pegawai agar dapat meningkatkan kompetensinya. Upaya yang dilakukan PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang untuk mendukung pegawai meningkatkan kompetensinya antara lain dengan menerapkan Sistem Manajemen Unjuk Kerja Pegawai. Sistem Manajemen Unjuk Kerja Pegawai tentunya disusun dengan maksud dan tujuan tertentu. Maksud ditetapkannya Sistem Manajemen Unjuk Kerja Pegawai adalah untuk menciptakan pemahaman bersama antara perusahaan dan pegawai mengenai tujuan yang harus dicapai, cara, serta optimalisasi sumberdaya untuk mencapai tujuan tersebut. Tujuan ditetapkannya Sistem Manajemen Unjuk Kerja Pegawai adalah sebagai berikut.

1. Terwujudnya penilaian unjuk kerja yang dapat membangun dan membina budaya pembelajar dan berprestasi, serta memotivasi pegawai untuk meningkatkan kompetensi dan kontribusi pegawai bagi perusahaan.
2. Sebagai pedoman untuk mengevaluasi unjuk kerja pegawai secara lebih transparan, terukur, dan obyektif sehingga perusahaan dapat memberikan kompensasi dan penghargaan yang berkeadilan dan sepadan dengan unjuk kerja pegawai selama bekerja dalam kurun waktu 1 (satu) semester.

Adapun pengakuan terhadap kompetensi yang dimiliki pegawai adalah sebagai berikut.

1. Hasil *assessment centre* yang disahkan oleh PT PLN (Persero) Pusat Pendidikan dan Pelatihan.
2. Data hasil konversi informasi survei multi sumber (*multi source survey*).
3. Justifikasi atasan langsung.

Selain memiliki kelebihan atas faktor-faktor yang telah diuraikan sebelumnya, PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang juga melakukan komunikasi dengan baik, khususnya dalam hal penyampaian tagihan listrik. Pada masa sekarang ini, PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang telah bekerja sama dengan beberapa institusi vital yang ada di kota Tanjungpinang, antara lain: PT. Pos (Persero), PT. Telkom (Persero), dan juga beberapa Bank yang ada di Kota Tanjung Pinang (via transfer dan sms banking). Kerjasama ini terjalin untuk memberikan kemudahan pada pelanggan dalam melakukan pembayaran tagihan listrik. Namun demikian, masyarakat juga tetap bisa membayar pada loket-loket pembayaran yang telah disediakan menurut titik rayonnya masing-masing. PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang memberitahukan pada pelanggan tentang jumlah tagihan listrik mereka, apabila mereka dapat menunjukkan bukti resi kepemilikan pelanggan atau kode pelanggan, kemudian diolah di teller yang bertugas.

Dengan berbagai upaya yang telah dilakukan tersebut, maka PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang merasa melayani pelanggan dengan baik dan sopan. Dalam hal ini, pimpinan juga melakukan pengawasan terhadap kesopanan petugas dalam melayani pelanggan. Berkenaan dengan pengawasan, pihak PT.

PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang telah memiliki petugas untuk melakukan hal tersebut. Selain itu, PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang juga selalu memberitahukan bagi setiap karyawan, untuk saling mengingatkan satu sama lain, agar selalu memberikan pelayanan dengan baik dan sopan dalam menghadapi pelanggan.

Dengan memberikan pelayanan yang baik terhadap keluhan pelanggan, memberikan informasi dengan baik kepada pelanggan apabila terjadi pemutusan aliran listrik, dan memiliki tarif yang jelas mengenai biaya listrik yang dibebankan kepada pelanggan, tentunya PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang juga mengharapkan dapat memiliki reputasi yang baik. Namun demikian, PT. PLN (Persero) menyadari sepenuhnya bahwa reputasi dan penilaian dari pelanggan merupakan hal yang relatif. Menurut . PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang, segala upaya yang dilakukan telah sesuai prosedur, dan bertujuan untuk memuaskan pelanggan. Namun, sangat disadari bahwa persepsi masyarakat juga masih ada yang negatif terhadap PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang. Hal ini dapat disebabkan pelanggan tidak mengetahui dengan jelas mekanisme prosedur yang harus dilakukan, sehingga begitu cepat mengeluarkan persepsi negatif terhadap pelayanan PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang.

Hasil analisis terhadap tingkat kesesuaian menunjukkan bahwa 4 dari 10 atribut yang diukur harus diperbaiki, guna menghasilkan kinerja pelayanan yang baik untuk pelanggan. Atribut yang harus diperbaiki tersebut antara lain reliabilitas, daya tanggap, dan komunikasi, kredibilitas. Sedangkan ke-6 atribut

lainnya dapat dipertahankan, yaitu Kompetensi, akses, kesopanan, keamanan, kemampuan, dan bukti fisik. Dari diagram kartesius diketahui bahwa terdapat 5 atribut pada kuadran I, yaitu kompetensi, akses, kesopanan, keamanan, dan bukti fisik. Hal ini berarti bahwa kompetensi, akses, kesopanan, keamanan, dan bukti fisik merupakan penunjang bagi kepuasan konsumen, sehingga pihak manajemen berkewajiban memastikan bahwa kinerja PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang dapat terus mempertahankan prestasi dari 5 (lima) atribut yang telah dicapai.

Pada kuadran II tidak terdapat atribut apapun. Artinya, tidak ada atribut yang cenderung berlebihan, dan tidak terlalu penting. Kuadran III ditempati oleh atribut komunikasi dan kemampuan. Hal ini dapat diartikan bahwa komunikasi dan kemampuan mempunyai tingkat kepuasan yang rendah dan sekaligus dianggap tidak terlalu penting bagi konsumen, sehingga pihak manajemen tidak perlu memprioritaskan atau terlalu memberikan perhatian pada kedua atribut tersebut. Sedangkan pada kuadran IV terdapat atribut reliabilitas, daya tanggap, dan kredibilitas. Reliabilitas, daya tanggap, dan kredibilitas dianggap sebagai faktor yang sangat penting oleh konsumen, namun kinerja PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang belum memuaskan sehingga pihak manajemen berkewajiban mengalokasikan sumber daya yang memadai untuk meningkatkan kinerja pada atribut-atribut tersebut. Dengan kata lain, reliabilitas, daya tanggap, dan kredibilitas merupakan prioritas untuk ditingkatkan.

## BAB V

### SIMPULAN DAN SARAN

#### A. Simpulan

Berdasarkan penelitian tentang tingkat kinerja dan kepentingan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut.

1. Hasil analisis deskriptif menunjukkan bahwa mayoritas responden menilai seluruh atribut kinerja pelayanan PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang memiliki kategori sedang, kecuali pada atribut akses, yang telah memiliki kategori baik. Pada harapan pelanggan diketahui bahwa seluruh atribut yang terdiri dari reliabilitas, responsivitas (daya tanggap), kompetensi, kesopanan, kredibilitas, keamanan, dan bukti fisik diharapkan memiliki kategori baik, kecuali pada atribut akses yang diharapkan memiliki kategori sangat baik.
2. Hasil analisis tingkat kepentingan menunjukkan bahwa terdapat 3 atribut yang harus diperbaiki, yaitu reliabilitas, daya tanggap, dan kredibilitas. Sedangkan 7 atribut lainnya yang terdiri dari kompetensi, akses, kesopanan, keamanan, kemampuan, dan bukti fisik, komunikasi harus dipertahankan dan harapannya dapat ditingkatkan selain komunikasi dan kemampuan,
3. Dari pemetaan pada diagram kartesius diketahui bahwa terdapat 5 atribut pada kuadran I yang harus dipertahankan, yaitu kompetensi, akses, kesopanan, keamanan, dan bukti fisik. Pada kuadran III terdapat faktor komunikasi dan

kemampuan yang memiliki tingkat kinerja rendah, namun tidak harus diprioritaskan oleh manajemen karena tidak terlalu penting bagi konsumen. Sedangkan pada kuadran IV terdapat 3 atribut, yaitu reliabilitas, daya tanggap, dan kredibilitas, yang harus diprioritaskan karena faktor-faktor ini sangat penting bagi konsumen, namun perusahaan masih dinilai kurang dalam faktor ini hal ini terjadi karena PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang tidak mempunyai otoritas dalam mengambil kebijakan untuk atribut Realibilitas, Responsivitas (Daya Tanggap), serta Kredibilitas, artinya apabila tidak ada kebijakan PT.PLN (persero) Pusat maka ketiga atribut tersebut tetap pada posisi kuadran ketiga, dimana harapan lebih tinggi dari kinerja. Demikian juga halnya, saat ini pelanggan PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang lebih mementingkan faktor-faktor lain dibandingkan komunikasi dan kemampuan. Fenomena ini dapat terjadi karena pelanggan lebih berfokus pada ketersediaan energi listrik secara konsisten dibandingkan dengan komunikasi yang dilakukan PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang. Dengan kata lain, pelanggan lebih mengharapkan konsistensi pelayanan dan penyediaan energi listrik dari PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang dibandingkan selalu melakukan komunikasi dan memiliki kemampuan yang baik namun tidak bisa melayani pelanggan dengan baik.

4. Atribut Realibilitas, Daya tanggap, kredibilitas yang berada pada posisi kuadran IV dalam diagram Kartesius bukan karena ketidakmampuan PT. PLN (persero) Cabang Tanjung Pinang memberikan kepuasan kepada konsumen

akan tetapi tiga atribut tersebut bukan merupakan kewenangan PT. PLN (persero) Cabang Tanjung Pinang tetapi merupakan kewenangan PT. PLN (persero) Pusat. Artinya ketidakpuasan pelanggan bukan kepada PT. PLN (persero) Cabang Tanjung Pinang tetapi sasarannya tetap ke cabang.

5. Dalam memproduksi energi listrik, pembangkit PLN masih memakai bahan bakar diesel yang mahal, sehingga pembiayaan sangat besar, akibatnya kinerja PLN menurun karena tidak mempunyai menyediakan bahan bakar yang mahal, yang akhirnya sering melakukan penggiliran pemadaman aliran listrik kepada pelanggan, listrik murah kontinuitas terganggu.
6. PT. PLN (persero) Cabang Tanjung Pinang sudah memberikan pelayanan yang baik kepada masyarakat untuk atribut keamanan, kompetensi, kesopanan, dan akses karena atribut tersebut sudah merupakan kewenangan / otonomi PT. PLN (persero) Cabang Tanjung Pinang untuk menyelenggarakannya, sehingga perseroan pantas mendapat ISO 9002 pada tahun 2010.

## **B. Saran**

Saran yang dapat dikemukakan dari penelitian ini adalah sebagai berikut.

1. Faktor yang perlu memperoleh perhatian lebih dari PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang adalah menyampaikan kepada PT. PLN (persero) Pusat terhadap atribut yang berada pada kuadran IV, yaitu reliabilitas, daya tanggap, dan kredibilitas. Karena hal ini merupakan prioritas yang perlu ditingkatkan

untuk memberikan kepuasan pelanggan, terutama mengenai konsistensi penyediaan layanan listrik. Selain itu, PT. PLN (Persero) juga diharapkan lebih baik dalam menangani keluhan pelanggan. Hal ini dapat dilakukan dengan melakukan pembinaan dan pelatihan terhadap karyawan kontak mengenai cara melayani pelanggan. Dalam hal kredibilitas dan reputasi, tentunya PT. PLN (Persero) perlu mengupayakan cara agar dapat mempertahankan pasokan listrik secara konsisten dalam menyediakan listrik untuk pelanggan.

2. Hendaknya PT. PLN (Persero) lebih memperhatikan hal-hal yang dianggap penting oleh pelanggan dengan terus melakukan perbaikan layanan atau mempertahankan serta meningkatkan prestasinya, seperti halnya atribut yang berada pada kuadran I, yaitu kompetensi, akses, kesopanan, keamanan, dan bukti fisik. Faktor-faktor ini penting bagi pelanggan dan telah dinilai memiliki kualitas yang baik. Namun PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang perlu mempertahankan dengan melakukan pemeliharaan yang baik terhadap fasilitas yang dimiliki, seperti peralatan teknologi dan informasi yaitu komputer, *line* telpon, fasilitas kantor, tempat pembayaran tagihan, dan lain sebagainya.
3. Bagi PT. PLN (Persero) Cabang Tanjung Pinang, beberapa faktor yang terdapat di kuadran III dapat diabaikan terlebih dulu, yaitu komunikasi dan kemampuan. Faktor komunikasi dan kemampuan memang memiliki kinerja yang masih rendah, akan tetapi masih belum menjadi faktor penting yang

diperhatikan konsumen. Dari kondisi ini dapat ditangkap pola pikir konsumen yang lebih mementingkan pelayanan pokok yang mereka butuhkan seperti konsistensi penyediaan listrik, daya tanggap PT. PLN (Persero) terhadap keluhannya, serta fasilitas-fasilitas lain yang dapat menunjang PT. PLN (Persero) dalam menyediakan pelayanan listrik dibandingkan dengan komunikasi dan kemampuan. Pelanggan menganggap bahwa untuk apa PT. PLN (Persero) memiliki kemampuan yang baik serta melakukan komunikasi setiap waktu dengan pelanggan namun tidak mampu menyediakan energi listrik secara konsisten.

4. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan dan evaluasi bagi perusahaan untuk membantu menentukan strategi-strategi yang lebih berorientasi pada peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan konsumen. Untuk penelitian yang bertujuan menentukan urutan prioritas perbaikan, dapat menggunakan konsep tingkat kesesuaian pada *Importance Performance Analysis* (IPA), karena selain menghemat waktu dengan perhitungannya yang sederhana, tindakan perbaikan atau mempertahankan suatu kinerja juga dapat diputuskan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adikoesoemo. (1997). *Pengantar Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Armistead, Colin G. dan Clark, Graham. (1992). "Customer Service and Support". *Paper of Longman group UKA Limited*.
- Akhmad, Jazuli. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Yogyakarta: STIE Widya Wiwaha.
- Alma, Buchori. (2002). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Arikunto, Suharsimi. (2002). *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Budiyuwono, Nugroho. (1993). *Pengantar Statistik Ekonomi dan Perusahaan, Jilid 2*. Yogyakarta: Unit Penerbit AMP YKPN.
- Crystal, David. (1995). *Cambridge International Dictionary of English*. London: Cambridge University Press.
- \_\_\_\_\_. (1989). *Cambridge Encyclopedias of Language*. London: Cambridge University Press.
- Danny, Theresia Widyaratna dan Chandra, Felicia. (2001). "Analisis Kepuasan dan Tingkat Loyalitas Pelanggan terhadap Tingkat Penjualan di Warung Bu Kris". Surabaya: Jurnal Ekonomi Manajemen Universitas Kristen Petra
- Detik. (2010). "Tarif Dasar Listrik Naik Namun Pelayanan PLN Tidak Naik". <http://suarapembaca.detik.com/read/2010/04/27/072708/1345983/471/tarif-dasar-listrik-naik-namun-pelayanan-pln-tidak-naik>, diakses tanggal 17 Maret 2011.
- Halim, Abdul, *et al.* (2003). *Sistem Pengendalian Manajemen*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Haryanti, Kristina dan Hadi, Sutrisno. (2000). "Hubungan Persepsi Mutu Pelayanan dan Nilai Konsumen dengan Kepuasan Konsumen". *Psikodimensia kajian Ilmiah Psikologis Vol. 1 Semarang*.
- Imawati. (2008). "SerQual: Metode Survey dalam Mengukur Kualitas Jasa". Artikel Universitas Tarumanegara Jakarta.

- Indrianto, Nur dan Supomo, Bambang. (2002). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen*,. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Juran, J.M. (1995). *Merancang Mutu*. Jakarta: Pustaka Binawan Presindo.
- Kompas. (2010). "Wilayah Perbatasan yang Tereksplorasi". <http://m.kompas.com/news/read/data/2010.12.01.03013723>, diakses tanggal 17 Maret 2011.
- Kotler, Philip dan Ang, Swee Hoon. (2000). *Manajemen Pemasaran Perspektif Asia, Edisi I*. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. (2000). *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo.
- \_\_\_\_\_. dan Susanto, AB (terj.). (1999). *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Jakarta: Salemba Empat.
- Kotler, Philip. (1997). *Marketing Management Analysis, Planning, Implementation and Control, (9<sup>th</sup> ed.)*. New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani, A. (2008). *Manajemen Pemasaran Jasa, Edisi 2*. Jakarta: Salemba Empat.
- Mahsun, Mohammad, *et al.* (2006). *Akuntansi Sektor Publik*. Yogyakarta: BPFE UGM.
- Mangkunegara, Anwar Prabu. (2007). *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mangkuprawira, Sjafri, dan Hubeis, Aida Vitayala. (2007). *Manajemen Mutu Sumberdaya Manusia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara. (2004). "Kepmen PAN No. 25/M.PAN/2/2004 tentang Pedoman Umum Penyusunan Indeks Kepuasan Masyarakat Unit Pelayanan Instansi Pemerintah".
- \_\_\_\_\_. (2003). "Kepmen PAN No. 63/KEP/M.PAN/7/2003 tentang Pedoman Umum Penyelenggaraan Pelayanan Publik".
- Mukhlis, Maulana. (2009). "Ombudsman untuk Kualitas Pelayanan". Artikel Ilmu Pemerintahan FISIP Universitas Lampung.

- Ratminto dan Winarsih, Atik Septi, 2008, *Manajemen Pelayanan*, Pustaka Pelajar Yogyakarta.
- Republik Indonesia. 2000. "Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2000 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 19 Tahun 1997 tentang Penagihan Pajak dengan Surat Paksa". Jakarta: Sekretaris Negara Republik Indonesia.
- Satoto, Bambang, 2009, "Analisis Pengaruh Persepsi Pasien Tentang Mutu Pelayanan USG Radiodiagnostik Private Terhadap Kepuasan Pasien Rawat Jalan Paviliun Garuda Instalasi Radiologi Rumah Sakit Umum Pusat Dr. Kariadi", Tesis, SPS UNDIP, Semarang.
- Sunarto. 2007. *Sistem Pengendalian Manajemen*. Yogyakarta: Amus.
- Supranto, J. 2001. *Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan untuk Meningkatkan Pangsa Pasar*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Tjahyono, Heru Kurniawan. 2009. *Metode Penelitian Bisnis 1.0*. Yogyakarta: Visi Solusi Madani.
- \_\_\_\_\_. 2009. *Metode Penelitian Bisnis 2.0*. Yogyakarta: Visi Solusi Madani.
- Tjiptono, Fandy. 2004. *Pemasaran Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. 2006. *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. dan Chandra, Gregorius. 2005. *Service Quality & Satisfaction, Edisi 1*. Yogyakarta: Andi Offset.
- \_\_\_\_\_. dan Diana, Anastacia. 2005. *Total Quality Manajemen, Edisi Revisi*. Yogyakarta: Penerbit Andi Offset.
- Usman, Husaini dan Akbar, Purnomo Setiadi. 2006. *Metode Penelitian Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Umar, Husein, 2005, *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis, Edisi Baru*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Zeithaml, V.A. and Bittner.M.J. 2003. *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm, 3rd Edition*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.
- \_\_\_\_\_. dan \_\_\_\_\_. 1996. *Services Marketing: Integrating Customer Focus across the Firm*. New York: The McGraw-Hill Companies, Inc.

**BIODATA PENULIS**

Nama : Mangara Mangatur Simarmata  
Tempat tanggal lahir : Pematang Raya 17 Januari 1965  
Pekerjaan : Pegawai Negeri Sipil Pemprov. Kepulauan Riau  
Alamat : Center Park Blok B No. 5 Batam

**RIWAYAT PENDIDIKAN**

1971 – 1977 : Sekolah Dasar Negeri No. 2 Pematang Raya  
1977 – 1980 : Sekolah Menengah Pertama No. 1 Pematang Raya  
1980 – 1983 : Sekolah Menengah Atas Kristen Dago Bandung  
1983 – 1991 : Universitas Sumatera Utara Jurusan Teknik Sipil Medan

UNIVERSITAS TERBUKA

**PROGRAM PASCA SARJANA  
UNIVERSITAS TERBUKA**

---

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara/i

Di Tempat.

Dengan hormat,

Dengan kerendahan hati, saya mohon kesediaan Bapak / Ibu / Saudara untuk mengisi kuisisioner dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Kuisisioner ini saya ajukan guna memperoleh data sebagai bekal melakukan proses penelitian dalam rangka penyusunan tesis saya. Judul dari penelitian ini adalah **“ANALISIS KINERJA PELAYANAN PT. PLN (PERSERO) CABANG TANJUNG PINANG”**.

Bersama ini pula, perlu saya sampaikan bahwa data yang Bapak / Ibu / Saudara/i berikan hanya untuk kepentingan pengerjaan tesis semata, dan dijamin kerahasiaannya. Demikian permohonan ini saya sampaikan, atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i mengisi kuisisioner ini, saya ucapkan terima kasih yang sedalam-dalamnya.

Hormat Saya

Mangara M. Simarmata  
NIM. 015792982

**IDENTITAS RESPONDEN**

Nama : .....

Umur :  ≤ 30 tahun  
 31 – 40 tahun  
 41 – 50 tahun  
 ≥ 51 tahun

Jenis Kelamin :  Laki-laki  
 Perempuan

Pekerjaan :  PNS  
 TNI/Polri  
 Karyawan Swasta  
 Wiraswasta  
 Lain-Lain

**KUESIONER ANALISIS KINERJA PELAYANAN PT. PLN (PERSERO)  
CABANG TANJUNG PINANG**

**I. Kualitas Kinerja**

Berikanlah penilaian saudara atas pernyataan-pernyataan berikut dengan memberikan tanda silang (X) pada pilihan saudara.	Pendapat Saudara				
	1 Tidak Penting	2 Kurang penting	3 cukup penting	4 penting	5 Sangat penting
<b>Reliabilitas</b>					
1. PT. PLN (Persero) selalu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.	1	2	3	4	5
2. PT. PLN (Persero) merupakan penyedia energi listrik yang dapat diandalkan.	1	2	3	4	5
3. PT. PLN (Persero) dapat memberikan pelayanan secara konsisten kepada pelanggan.	1	2	3	4	5
4. Tagihan listrik dari PT. PLN (Persero) sesuai dengan pemakaian listrik pelanggan.	1	2	3	4	5
<b>Daya Tanggap</b>					
5. PT. PLN (Persero) selalu memberikan pelayanan yang tepat waktu kepada pelanggan.	1	2	3	4	5
6. PT. PLN (Persero) memberikan kemudahan cara pembayaran tagihan listrik.	1	2	3	4	5
7. PT. PLN (Persero) memiliki respon yang baik terhadap keluhan pelanggan.	1	2	3	4	5
8. PT. PLN (Persero) selalu memberikan pelayanan secara cepat dalam mengatasi permasalahan listrik pelanggan.	1	2	3	4	5
<b>Kompetensi</b>					
9. Karyawan PT. PLN (Persero) memiliki keahlian yang baik dalam instalasi listrik.	1	2	3	4	5
10. Karyawan PT. PLN (Persero) memiliki pengetahuan yang luas di bidang energi listrik.	1	2	3	4	5

11. Karyawan PT PLN (Persero) memiliki kemampuan yang baik dalam melayani pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
12. Pengetahuan dan keahlian karyawan PT PLN (Persero) telah digunakan sebaik-baiknya untuk melayani pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
<b>Akses</b>					
13. PT. PLN (Persero) telah menyediakan line telpon yang dapat dihubungi pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
14. PT. PLN (Persero) telah menyediakan situs internet secara online untuk menampung keluhan pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
15. PT. PLN (Persero) menyediakan fasilitas pelayanan pelanggan di kantor-kantor PLN.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
16. PT. PLN (Persero) memberikan tanggapan yang baik terhadap keluhan pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
<b>Kesopanan</b>					
17. Operator telpon PT. PLN (Persero) selalu melayani pelanggan dengan ramah.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
18. Resepsionis pada kantor PT. PLN (Persero) selalu melayani pelanggan dengan sopan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
19. Petugas yang melayani tagihan PT. PLN (Persero) melayani pelanggan dengan baik.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
20. Petugas pemasangan instalasi listrik selalu melayani pelanggan dengan baik.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
<b>Komunikasi</b>					
21. PT. PLN (Persero) selalu mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
22. PT. PLN (Persero) selalu memberikan penjelasan mengenai jasa yang diberikan kepada pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
23. PT. PLN (Persero) selalu melakukan penanganan dengan cepat pada setiap masalah yang muncul dalam penyampaian jasa.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>

24. PT. PLN (Persero) memiliki kejelasan tentang biaya penggunaan listrik yang dibebankan kepada pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
<b>Kredibilitas</b>					
25. PT. PLN (Persero) memiliki nama baik yang dapat dipercaya.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
26. Saya merasa bahwa reputasi PT. PLN (Persero) cukup baik	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
27. Kepribadian petugas PT. PLN (Persero) cukup baik untuk melayani pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
28. PT. PLN (Persero) melakukan interaksi yang baik dengan pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
<b>Keamanan</b>					
29. Pemasangan instalasi listrik PT. PLN (Persero) bebas dari bahaya.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
30. Cara pembayaran tagihan PT. PLN (Persero) memberikan jaminan keamanan pada pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
31. PT. PLN (Persero) memberikan jaminan kerahasiaan mengenai data pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
32. PT. PLN (Persero) memberikan jaminan privasi pelanggan dalam mengetahui jumlah tagihan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
<b>Kemampuan Memahami Pelanggan</b>					
33. PT. PLN (Persero) sangat mengetahui kebutuhan pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
34. PT. PLN (Persero) memberikan perhatian pada keluhan pelanggan secara individual.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
35. PT. PLN (Persero) selalu membantu pelanggan secara individual apabila terjadi kerusakan instalasi listrik.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
36. PT. PLN (Persero) bersedia mendatangi rumah pelanggan untuk menangani keluhan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>

<b>Bukti Fisik</b>					
37. PT. PLN (Persero) memiliki peralatan yang canggih untuk memberikan jasa kepada pelanggan.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
38. PT. PLN (Persero) memiliki fasilitas yang baik dalam menyediakan tenaga listrik bagi pelanggan.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
39. PT. PLN (Persero) memanfaatkan kemajuan teknologi dalam berkomunikasi dengan pelanggan.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
40. PT. PLN (Persero) memiliki sumber daya manusia yang berkualitas dalam melayani pelanggan.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

## II. Harapan Kinerja

Berikanlah penilaian saudara atas pernyataan-pernyataan berikut dengan memberikan tanda silang (X) pada pilihan saudara.	<b>Pendapat Saudara</b>				
	<input type="checkbox"/> 1 Tidak Puas	<input type="checkbox"/> 2 Kurang Puas	<input type="checkbox"/> 3 cukup puas	<input type="checkbox"/> 4 Puas	<input type="checkbox"/> 5 Sangat Puas
<b>Reliabilitas</b>					
1. PT. PLN (Persero) selalu memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
2. PT. PLN (Persero) dapat menyediakan energi listrik yang dapat diandalkan.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
3. PT. PLN (Persero) dapat memberikan pelayanan secara konsisten kepada pelanggan.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
4. Tagihan listrik dari PT. PLN (Persero) sesuai dengan pemakaian listrik pelanggan.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5
<b>Daya Tanggap</b>					
5. PT. PLN (Persero) selalu memberikan pelayanan yang tepat waktu kepada pelanggan.	<input type="checkbox"/> 1	<input type="checkbox"/> 2	<input type="checkbox"/> 3	<input type="checkbox"/> 4	<input type="checkbox"/> 5

6. PT. PLN (Persero) memerikan kemudahan cara pembayaran tagihan listrik.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
7. PT. PLN (Persero) memiliki respon yang baik terhadap keluhan pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
8. PT. PLN (Persero) selalu memberikan pelayanan secara cepat dalam mengatasi permasalahan listrik pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
<b>Kompetensi</b>					
9. PT. PLN (Persero) memiliki karyawan dengan keahlian yang baik dalam instalasi listrik.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
10. Karyawan PT. PLN (Persero) memiliki pengetahuan yang luas di bidang energi listrik.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
11. Karyawan PT PLN (Persero) memiliki kemampuan yang baik dalam melayani pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
12. Pengetahuan dan keahlian karyawan PT PLN (Persero) telah digunakan sebaik-baiknya untuk melayani pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
<b>Akses</b>					
13. PT. PLN (Persero) menyediakan <i>line</i> telpon yang dapat dihubungi pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
14. PT. PLN (Persero) menyediakan situs internet secara online untuk menampung keluhan pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
15. PT. PLN (Persero) menyediakan fasilitas pelayanan pelanggan di kantor-kantor PLN.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
16. PT. PLN (Persero) memberikan tanggapan yang baik terhadap keluhan pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
<b>Kesopanan</b>					
17. Operator telpon PT. PLN (Persero) melayani pelanggan dengan ramah.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>

18. Resepsionis pada kantor PT. PLN (Persero) melayani pelanggan dengan sopan.	1	2	3	4	5
19. Petugas yang melayani tagihan PT. PLN (Persero) melayani pelanggan dengan baik.	1	2	3	4	5
20. Petugas pemasangan instalasi listrik melayani pelanggan dengan baik.	1	2	3	4	5
<b>Komunikasi</b>					
21. PT. PLN (Persero) mendengarkan saran dan keluhan pelanggan.	1	2	3	4	5
22. PT. PLN (Persero) memberikan penjelasan mengenai jasa yang diberikan kepada pelanggan.	1	2	3	4	5
23. PT. PLN (Persero) melakukan penanganan dengan cepat pada setiap masalah yang muncul dalam penyampaian jasa.	1	2	3	4	5
24. PT. PLN (Persero) memiliki kejelasan tentang biaya penggunaan listrik yang dibebankan kepada pelanggan.	1	2	3	4	5
<b>Kredibilitas</b>					
25. PT. PLN (Persero) memiliki nama baik yang dapat dipercaya.	1	2	3	4	5
26. Reputasi PT. PLN (Persero) di mata pelanggan.	1	2	3	4	5
27. Kepribadian petugas PT. PLN (Persero) yang baik untuk melayani pelanggan.	1	2	3	4	5
28. PT. PLN (Persero) melakukan interaksi yang baik dengan pelanggan.	1	2	3	4	5
<b>Keamanan</b>					
29. Pemasangan instalasi listrik PT. PLN (Persero) bebas dari bahaya.	1	2	3	4	5
30. Cara pembayaran tagihan PT. PLN (Persero) memberikan jaminan keamanan pada pelanggan.	1	2	3	4	5
31. PT. PLN (Persero) memberikan jaminan kerahasiaan mengenai data pelanggan.	1	2	3	4	5

32. PT. PLN (Persero) memberikan jaminan privasi pelanggan dalam mengetahui jumlah tagihan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
<b>Kemampuan Memahami Pelanggan</b>					
33. PL. PLN (Persero) sangat mengetahui kebutuhan pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
34. PT. PLN (Persero) memberikan perhatian pada keluhan pelanggan secara individual.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
35. PT. PLN (Persero) selalu membantu pelanggan secara individual apabila terjadi kerusakan instalasi listrik.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
36. PT. PLN (Persero) bersedia mendatangi rumah pelanggan untuk menangani keluhan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
<b>Bukti Fisik</b>					
37. PT. PLN (Persero) memiliki peralatan yang canggih untuk memberikan jasa kepada pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
38. PT. PLN (Persero) memiliki fasilitas yang baik dalam menyediakan tenaga listrik bagi pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
39. PT. PLN (Persero) memanfaatkan kemajuan teknologi dalam berkomunikasi dengan pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>
40. PT. PLN (Persero) memiliki sumber daya manusia yang berkualitas dalam melayani pelanggan.	<input type="text" value="1"/>	<input type="text" value="2"/>	<input type="text" value="3"/>	<input type="text" value="4"/>	<input type="text" value="5"/>

**TERIMAKASIH**

## LAMPIRAN-UJI INSTRUMEN

### UJI VALIDITAS Kinerja Correlations

Correlations

		Reliabilitas 1	Reliabilitas 2	Reliabilitas 3	Reliabilitas 4	Reliabilitas Total
Reliabilitas 1	Pearson Correlation	1	.605**	.576**	.517**	.829**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Reliabilitas 2	Pearson Correlation	.605**	1	.554**	.445**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Reliabilitas 3	Pearson Correlation	.576**	.554**	1	.584**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Reliabilitas 4	Pearson Correlation	.517**	.445**	.584**	1	.787**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Reliabilitas Total	Pearson Correlation	.829**	.804**	.831**	.787**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Correlations

Correlations

		Daya Tanggap 1	Daya Tanggap 2	Daya Tanggap 3	Daya Tanggap 4	Daya Tanggap Total
Daya Tanggap 1	Pearson Correlation	1	.575**	.639**	.608**	.841**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Daya Tanggap 2	Pearson Correlation	.575**	1	.446**	.501**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Daya Tanggap 3	Pearson Correlation	.639**	.446**	1	.770**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Daya Tanggap 4	Pearson Correlation	.608**	.501**	.770**	1	.863**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Daya Tanggap Total	Pearson Correlation	.841**	.758**	.867**	.863**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

Correlations

		Kompetensi 1	Kompetensi 2	Kompetensi 3	Kompetensi 4	Kompetensi Total
Kompetensi 1	Pearson Correlation	1	.739**	.547**	.441**	.830**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Kompetensi 2	Pearson Correlation	.739**	1	.583**	.513**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Kompetensi 3	Pearson Correlation	.547**	.583**	1	.645**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Kompetensi 4	Pearson Correlation	.441**	.513**	.645**	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Kompetensi Total	Pearson Correlation	.830**	.861**	.838**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

Correlations

		Akses 1	Akses 2	Akses 3	Akses 4	Akses Total
Akses 1	Pearson Correlation	1	.469**	.752**	.501**	.846**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Akses 2	Pearson Correlation	.469**	1	.413**	.323**	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100
Akses 3	Pearson Correlation	.752**	.413**	1	.538**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Akses 4	Pearson Correlation	.501**	.323**	.538**	1	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Akses Total	Pearson Correlation	.846**	.699**	.842**	.771**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

Correlations

		Kesopanan 1	Kesopanan 2	Kesopanan 3	Kesopanan 4	Kesopanan Total
Kesopanan 1	Pearson Correlation	1	.712**	.680**	.519**	.860**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Kesopanan 2	Pearson Correlation	.712**	1	.690**	.467**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Kesopanan 3	Pearson Correlation	.680**	.690**	1	.663**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Kesopanan 4	Pearson Correlation	.519**	.467**	.663**	1	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Kesopanan Total	Pearson Correlation	.860**	.843**	.892**	.790**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

Correlations

		Komunikasi 1	Komunikasi 2	Komunikasi 3	Komunikasi 4	Komunikasi Total
Komunikasi 1	Pearson Correlation	1	.459**	.614**	.562**	.852**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Komunikasi 2	Pearson Correlation	.459**	1	.430**	.276**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.005	.000
	N	100	100	100	100	100
Komunikasi 3	Pearson Correlation	.614**	.430**	1	.422**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Komunikasi 4	Pearson Correlation	.562**	.276**	.422**	1	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Komunikasi Total	Pearson Correlation	.852**	.701**	.781**	.750**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

Correlations

		Kredibilitas 1	Kredibilitas 2	Kredibilitas 3	Kredibilitas 4	Kredibilitas Total
Kredibilitas 1	Pearson Correlation	1	.790**	.515**	.503**	.840**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Kredibilitas 2	Pearson Correlation	.790**	1	.677**	.574**	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Kredibilitas 3	Pearson Correlation	.515**	.677**	1	.686**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Kredibilitas 4	Pearson Correlation	.503**	.574**	.686**	1	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Kredibilitas Total	Pearson Correlation	.840**	.907**	.839**	.802**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

Correlations

		Keamanan 1	Keamanan 2	Keamanan 3	Keamanan 4	Keamanan Total
Keamanan 1	Pearson Correlation	1	.648**	.684**	.608**	.849**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Keamanan 2	Pearson Correlation	.648**	1	.674**	.680**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Keamanan 3	Pearson Correlation	.684**	.674**	1	.741**	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Keamanan 4	Pearson Correlation	.608**	.680**	.741**	1	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Keamanan Total	Pearson Correlation	.849**	.866**	.890**	.868**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

**Correlations**

		Kemampuan 1	Kemampuan 2	Kemampuan 3	Kemampuan 4	Kemampuan Total
Kemampuan 1	Pearson Correlation	1	.582**	.535**	.553**	.819**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Kemampuan 2	Pearson Correlation	.582**	1	.642**	.378**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Kemampuan 3	Pearson Correlation	.535**	.642**	1	.508**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Kemampuan 4	Pearson Correlation	.553**	.378**	.508**	1	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Kemampuan Total	Pearson Correlation	.819**	.807**	.839**	.759**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

**Correlations**

		Bukti Fisik 1	Bukti Fisik 2	Bukti Fisik 3	Bukti Fisik 4	Bukti Fisik Total
Bukti Fisik 1	Pearson Correlation	1	.621**	.551**	.669**	.843**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Bukti Fisik 2	Pearson Correlation	.621**	1	.631**	.555**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Bukti Fisik 3	Pearson Correlation	.551**	.631**	1	.566**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Bukti Fisik 4	Pearson Correlation	.669**	.555**	.566**	1	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Bukti Fisik Total	Pearson Correlation	.843**	.825**	.824**	.824**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Harapan Correlations

Correlations

		Reliabilitas 1	Reliabilitas 2	Reliabilitas 3	Reliabilitas 4	Reliabilitas Total
Reliabilitas 1	Pearson Correlation	1	.752**	.147	.389**	.696**
	Sig. (2-tailed)		.000	.144	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Reliabilitas 2	Pearson Correlation	.752**	1	.195	.176	.605**
	Sig. (2-tailed)	.000		.052	.080	.000
	N	100	100	100	100	100
Reliabilitas 3	Pearson Correlation	.147	.195	1	.092	.651**
	Sig. (2-tailed)	.144	.052		.361	.000
	N	100	100	100	100	100
Reliabilitas 4	Pearson Correlation	.389**	.176	.092	1	.690**
	Sig. (2-tailed)	.000	.080	.361		.000
	N	100	100	100	100	100
Reliabilitas Total	Pearson Correlation	.696**	.605**	.651**	.690**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

Correlations

		Daya Tanggap 1	Daya Tanggap 2	Daya Tanggap 3	Daya Tanggap 4	Daya Tanggap Total
Daya Tanggap 1	Pearson Correlation	1	.112	.640**	-.037	.718**
	Sig. (2-tailed)		.267	.000	.714	.000
	N	100	100	100	100	100
Daya Tanggap 2	Pearson Correlation	.112	1	.281**	.006	.650**
	Sig. (2-tailed)	.267		.005	.957	.000
	N	100	100	100	100	100
Daya Tanggap 3	Pearson Correlation	.640**	.281**	1	.103	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005		.306	.000
	N	100	100	100	100	100
Daya Tanggap 4	Pearson Correlation	-.037	.006	.103	1	.245*
	Sig. (2-tailed)	.714	.957	.306		.014
	N	100	100	100	100	100
Daya Tanggap Total	Pearson Correlation	.718**	.650**	.826**	.245*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.014	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Correlations

**Correlations**

		Kompetensi 1	Kompetensi 2	Kompetensi 3	Kompetensi 4	Kompetensi Total
Kompetensi 1	Pearson Correlation	1	-.255*	-.162	.023	.321**
	Sig. (2-tailed)		.010	.108	.822	.001
	N	100	100	100	100	100
Kompetensi 2	Pearson Correlation	-.255*	1	.267**	.209*	.558**
	Sig. (2-tailed)	.010		.007	.037	.000
	N	100	100	100	100	100
Kompetensi 3	Pearson Correlation	-.162	.267**	1	.230*	.612**
	Sig. (2-tailed)	.108	.007		.022	.000
	N	100	100	100	100	100
Kompetensi 4	Pearson Correlation	.023	.209*	.230*	1	.657**
	Sig. (2-tailed)	.822	.037	.022		.000
	N	100	100	100	100	100
Kompetensi Total	Pearson Correlation	.321**	.558**	.612**	.657**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

**Correlations**

		Akses 1	Akses 2	Akses 3	Akses 4	Akses Total
Akses 1	Pearson Correlation	1	.573**	.256*	.281**	.759**
	Sig. (2-tailed)		.000	.010	.005	.000
	N	100	100	100	100	100
Akses 2	Pearson Correlation	.573**	1	.606**	.080	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.431	.000
	N	100	100	100	100	100
Akses 3	Pearson Correlation	.256*	.606**	1	.157	.730**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000		.119	.000
	N	100	100	100	100	100
Akses 4	Pearson Correlation	.281**	.080	.157	1	.483**
	Sig. (2-tailed)	.005	.431	.119		.000
	N	100	100	100	100	100
Akses Total	Pearson Correlation	.759**	.834**	.730**	.483**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\*. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Correlations

Correlations

		Kesopanan 1	Kesopanan 2	Kesopanan 3	Kesopanan 4	Kesopanan Total
Kesopanan 1	Pearson Correlation	1	.634**	.282**	.586**	.850**
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Kesopanan 2	Pearson Correlation	.634**	1	.178	.380**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000		.077	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Kesopanan 3	Pearson Correlation	.282**	.178	1	.329**	.580**
	Sig. (2-tailed)	.004	.077		.001	.000
	N	100	100	100	100	100
Kesopanan 4	Pearson Correlation	.586**	.380**	.329**	1	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000
	N	100	100	100	100	100
Kesopanan Total	Pearson Correlation	.850**	.738**	.580**	.793**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

Correlations

		Komunikasi 1	Komunikasi 2	Komunikasi 3	Komunikasi 4	Komunikasi Total
Komunikasi 1	Pearson Correlation	1	.071	.001	.201*	.312**
	Sig. (2-tailed)		.482	.992	.045	.002
	N	100	100	100	100	100
Komunikasi 2	Pearson Correlation	.071	1	.551**	.505**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.482		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Komunikasi 3	Pearson Correlation	.001	.551**	1	.514**	.801**
	Sig. (2-tailed)	.992	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Komunikasi 4	Pearson Correlation	.201*	.505**	.514**	1	.823**
	Sig. (2-tailed)	.045	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Komunikasi Total	Pearson Correlation	.312**	.800**	.801**	.823**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

Correlations

		Kredibilitas 1	Kredibilitas 2	Kredibilitas 3	Kredibilitas 4	Kredibilitas Total
Kredibilitas 1	Pearson Correlation	1	.094	.240*	-.038	.391**
	Sig. (2-tailed)		.351	.016	.710	.000
	N	100	100	100	100	100
Kredibilitas 2	Pearson Correlation	.094	1	.366**	.452**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.351		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Kredibilitas 3	Pearson Correlation	.240*	.366**	1	.291**	.678**
	Sig. (2-tailed)	.016	.000		.003	.000
	N	100	100	100	100	100
Kredibilitas 4	Pearson Correlation	-.038	.452**	.291**	1	.713**
	Sig. (2-tailed)	.710	.000	.003		.000
	N	100	100	100	100	100
Kredibilitas Total	Pearson Correlation	.391**	.800**	.678**	.713**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

Correlations

		Keamanan 1	Keamanan 2	Keamanan 3	Keamanan 4	Keamanan Total
Keamanan 1	Pearson Correlation	1	.393**	.142	.212*	.560**
	Sig. (2-tailed)		.000	.160	.034	.000
	N	100	100	100	100	100
Keamanan 2	Pearson Correlation	.393**	1	.150	.174	.534**
	Sig. (2-tailed)	.000		.137	.083	.000
	N	100	100	100	100	100
Keamanan 3	Pearson Correlation	.142	.150	1	.631**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.160	.137		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Keamanan 4	Pearson Correlation	.212*	.174	.631**	1	.812**
	Sig. (2-tailed)	.034	.083	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Keamanan Total	Pearson Correlation	.560**	.534**	.783**	.812**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Correlations

Correlations

		Kemampuan 1	Kemampuan 2	Kemampuan 3	Kemampuan 4	Kemampuan Total
Kemampuan 1	Pearson Correlation	1	.248*	.114	.183	.618**
	Sig. (2-tailed)		.013	.257	.068	.000
	N	100	100	100	100	100
Kemampuan 2	Pearson Correlation	.248*	1	-.054	.373**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.013		.591	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Kemampuan 3	Pearson Correlation	.114	-.054	1	.003	.271**
	Sig. (2-tailed)	.257	.591		.975	.006
	N	100	100	100	100	100
Kemampuan 4	Pearson Correlation	.183	.373**	.003	1	.722**
	Sig. (2-tailed)	.068	.000	.975		.000
	N	100	100	100	100	100
Kemampuan Total	Pearson Correlation	.618**	.738**	.271**	.722**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.006	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Correlations

Correlations

		Bukti Fisik 1	Bukti Fisik 2	Bukti Fisik 3	Bukti Fisik 4	Bukti Fisik Total
Bukti Fisik 1	Pearson Correlation	1	.077	.235*	.044	.436**
	Sig. (2-tailed)		.445	.019	.665	.000
	N	100	100	100	100	100
Bukti Fisik 2	Pearson Correlation	.077	1	.046	.356**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.445		.646	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Bukti Fisik 3	Pearson Correlation	.235*	.046	1	.210*	.513**
	Sig. (2-tailed)	.019	.646		.036	.000
	N	100	100	100	100	100
Bukti Fisik 4	Pearson Correlation	.044	.356**	.210*	1	.723**
	Sig. (2-tailed)	.665	.000	.036		.000
	N	100	100	100	100	100
Bukti Fisik Total	Pearson Correlation	.436**	.719**	.513**	.723**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Uji Reliabilitas Kinerja

### Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.827	4

### Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	4

**Reliability****Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	4

**Reliability****Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.790	4

**Reliability****Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.866	4

**Reliability****Scale: ALL VARIABLES****Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.769	4

## Reliability

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.869	4

## Reliability

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.891	4

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.819	4

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	4

## Harapan

### Reliability

#### Scale: ALL VARIABLES

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.737	4

### Reliability

#### Scale: ALL VARIABLES

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	4

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.659	4

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.783	4

## Reliability

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.796	4

## Reliability

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.784	4

## Reliability

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.757	4

## Reliability

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.770	4

## Reliability

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.730	4

## Reliability

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.727	5

## Lampiran-Analysis Deskriptif

### Kinerja Frequencies

Statistics

	Reliabilitas	Daya Tanggap	Kompetensi	Akses	Kesopanan	Komunikasi	Kredibilitas	Keamanan	Kemampuan	Bukti Fisik
N Valid	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

### Frequency Table

Reliabilitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00 - 1.79	5	5.0	5.0	5.0
	1.80 - 2.59	22	22.0	22.0	27.0
	2.60 - 3.39	38	38.0	38.0	65.0
	3.40 - 4.39	34	34.0	34.0	99.0
	4.40 - 5.00	1	1.0	1.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Daya Tanggap

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00 - 1.79	4	4.0	4.0	4.0
	1.80 - 2.59	18	18.0	18.0	22.0
	2.60 - 3.39	47	47.0	47.0	69.0
	3.40 - 4.39	30	30.0	30.0	99.0
	4.40 - 5.00	1	1.0	1.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Kompetensi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00 - 1.79	2	2.0	2.0	2.0
	1.80 - 2.59	7	7.0	7.0	9.0
	2.60 - 3.39	49	49.0	49.0	58.0
	3.40 - 4.39	40	40.0	40.0	98.0
	4.40 - 5.00	2	2.0	2.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

**Akses**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00 - 1.79	2	2.0	2.0	2.0
	1.80 - 2.59	7	7.0	7.0	9.0
	2.60 - 3.39	37	37.0	37.0	46.0
	3.40 - 4.39	52	52.0	52.0	98.0
	4.40 - 5.00	2	2.0	2.0	100.0
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

**Kesopanan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00 - 1.79	1	1.0	1.0	1.0
	1.80 - 2.59	10	10.0	10.0	11.0
	2.60 - 3.39	47	47.0	47.0	58.0
	3.40 - 4.39	37	37.0	37.0	95.0
	4.40 - 5.00	5	5.0	5.0	100.0
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

**Komunikasi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00 - 1.79	3	3.0	3.0	3.0
	1.80 - 2.59	21	21.0	21.0	24.0
	2.60 - 3.39	51	51.0	51.0	75.0
	3.40 - 4.39	25	25.0	25.0	100.0
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

**Kredibilitas**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00 - 1.79	3	3.0	3.0	3.0
	1.80 - 2.59	19	19.0	19.0	22.0
	2.60 - 3.39	44	44.0	44.0	66.0
	3.40 - 4.39	33	33.0	33.0	99.0
	4.40 - 5.00	1	1.0	1.0	100.0
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100.0</b>	<b>100.0</b>	

## Keamanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00 - 1.79	1	1.0	1.0	1.0
	1.80 - 2.59	16	16.0	16.0	17.0
	2.60 - 3.39	42	42.0	42.0	59.0
	3.40 - 4.39	38	38.0	38.0	97.0
	4.40 - 5.00	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Kemampuan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00 - 1.79	3	3.0	3.0	3.0
	1.80 - 2.59	16	16.0	16.0	19.0
	2.60 - 3.39	52	52.0	52.0	71.0
	3.40 - 4.39	27	27.0	27.0	98.0
	4.40 - 5.00	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Bukti Fisik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00 - 1.79	2	2.0	2.0	2.0
	1.80 - 2.59	15	15.0	15.0	17.0
	2.60 - 3.39	48	48.0	48.0	65.0
	3.40 - 4.39	31	31.0	31.0	96.0
	4.40 - 5.00	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Harapan Frequencies

### Statistics

	Reliabilitas	Daya Tanggap	Kompetensi	Akses	Kesopanan	Komunikasi	Kredibilitas	Keamanan	Kemampuan	Bukti Fisik
N Valid	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

## Frequency Table

### Reliabilitas

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.60 - 3.39	1	1.0	1.0	1.0
3.40 - 4.39	86	86.0	86.0	87.0
4.40 - 5.00	13	13.0	13.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### Daya Tanggap

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.60 - 3.39	14	14.0	14.0	14.0
3.40 - 4.39	66	66.0	66.0	80.0
4.40 - 5.00	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### Kompetensi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.60 - 3.39	9	9.0	9.0	9.0
3.40 - 4.39	70	70.0	70.0	79.0
4.40 - 5.00	21	21.0	21.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Akses**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.60 - 3.39	21	21.0	21.0	21.0
	3.40 - 4.39	38	38.0	38.0	59.0
	4.40 - 5.00	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kesopanan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.60 - 3.39	23	23.0	23.0	23.0
	3.40 - 4.39	49	49.0	49.0	72.0
	4.40 - 5.00	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Komunikasi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.60 - 3.39	34	34.0	34.0	34.0
	3.40 - 4.39	45	45.0	45.0	79.0
	4.40 - 5.00	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kredibilitas**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.60 - 3.39	11	11.0	11.0	11.0
	3.40 - 4.39	53	53.0	53.0	64.0
	4.40 - 5.00	36	36.0	36.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Keamanan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.60 - 3.39	10	10.0	10.0	10.0
	3.40 - 4.39	75	75.0	75.0	85.0
	4.40 - 5.00	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Kemampuan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.60 - 3.39	20	20.0	20.0	20.0
	3.40 - 4.39	70	70.0	70.0	90.0
	4.40 - 5.00	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

**Bukti Fisik**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.60 - 3.39	12	12.0	12.0	12.0
	3.40 - 4.39	68	68.0	68.0	80.0
	4.40 - 5.00	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

UNIVERSITAS TERBUKA

Atribut	Kinerja (X)	Harapan (Y)	Tingkat Kesesuaian
Reliabilitas	2.99	3.95	76%
Daya Tanggap	2.95	4.02	73%
Kompetensi	3.21	3.91	82%
Akses	3.32	4.02	83%
Kesopanan	3.25	3.93	83%
Komunikasi	2.89	3.82	76%
Kredibilitas	3.01	4.01	75%
Keamanan	3.15	3.88	81%
Kemampuan	2.99	3.74	80%
Bukti Fisik	3.15	3.87	81%
<b>Rata-rata</b>			<b>79%</b>

Atribut	Tingkat Kesesuaian	Keputusan
Reliabilitas	76%	Action
Daya Tanggap	73%	Action
Kompetensi	82%	Hold
Akses	83%	Hold
Kesopanan	83%	Hold
Komunikasi	76%	Action
Kredibilitas	75%	Action
Keamanan	81%	Hold
Kemampuan	80%	Hold
Bukti Fisik	81%	Hold

Atribut	Kinerja (X)	Harapan (Y)	GAP
Reliabilitas	2.99	3.95	-0.96
Daya Tanggap	2.95	4.02	-1.07
Kompetensi	3.21	3.91	-0.70
Akses	3.32	4.02	-0.70
Kesopanan	3.25	3.93	-0.68
Komunikasi	2.89	3.82	-0.93
Kredibilitas	3.01	4.01	-1.00
Keamanan	3.15	3.88	-0.73
Kemampuan	2.99	3.74	-0.76
Bukti Fisik	3.15	3.87	-0.72