

Analisis Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Pada PT.PLN (Persero) ULP Gianyar

Ni Wayan Aristya Kurniajayanti ^{1*}, Kadek Eni Marheni ², I Gusti Ketut Gede ³

¹Manajemen Bisnis Internasional, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali

²Administrasi Bisnis, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali

³Manajemen Bisnis Internasional, Administrasi Niaga, Politeknik Negeri Bali

*Corresponding Author: aristyakurnia25@gmail.com

Abstrak: Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh signifikan dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.PLN (Persero) ULP Gianyar serta seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan diukur menggunakan metode Service Quality. Populasi pada penelitian ini merupakan seluruh pelanggan PT.PLN (Persero) ULP Gianyar, kemudian dengan sampel sebanyak 100 pelanggan. Pengambilan sampel dengan menggunakan teknik Random Sampling. Analisis data dilakukan dengan teknik analisis regresi linear berganda. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.PLN (Persero). Dengan hasil nilai uji t dimana mendapatkan nilai masing-masing yaitu tangibles $t = 2,490$, reliability $t = 2,272$, responsiveness $t = 2,347$, assurance $t = 2,778$ dan empathy $t = 2,139$. Dan, dimensi kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.PLN (Persero). Hal ini dapat ditunjukkan oleh nilai R^2 sebesar 0,897 atau sebesar 89,7%. Dan dari hasil pengukuran metode Service Quality, Tangibles bernilai gap 5 sebesar 0,05, dimensi pernyataan Reliability bernilai gap 5 sebesar -0,01, dimensi pernyataan Responsiveness bernilai gap 5 sebesar 0,03, dimensi pernyataan Assurance bernilai gap 5 sebesar 0,05 dan dimensi pernyataan Empathy bernilai gap 5 sebesar 0,03.

Kata Kunci : Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan, Dimensi Kualitas Pelayanan dan Metode Service Quality.

Abstract: Abstract. This study aims to determine the significant effect of service quality dimensions on customer satisfaction at PT. PLN (Persero) ULP Gianyar and how much customer satisfaction is measured using the Service Quality method. The population in this study were all customers of PT. PLN (Persero) ULP Gianyar, then with a sample of 100 customers. Sampling using Random Sampling technique. Data analysis was performed using multiple linear regression analysis techniques. And the results of the study show that service quality has a positive and significant effect on customer satisfaction at PT. PLN (Persero). With the results of the t-test values where each value is obtained, namely tangibles $t = 2.490$, reliability $t = 2.272$, responsiveness $t = 2.347$, assurance $t = 2.778$ and empathy $t = 2.139$. And, the dimensions of service quality have a positive and significant effect on customer satisfaction at PT. PLN (Persero). This can be shown by the R^2 value of 0.897 or 89.7%. And from the measurement results of the Service Quality method, Tangibles has a value of gap 5 of 0.05, the dimension of the Reliability statement has a value of gap 5 of -0.01, the dimension of the Responsiveness statement has a value of gap 5 of 0.03, the dimension of the Assurance statement has a value of gap 5 of 0.05. and the dimension of the Empathy statement has a gap of 5 of 0.03.

Keywords: Service Quality, Customer Satisfaction, Dimensions of Service Quality and Service Quality Methods.

Informasi Artikel: Pengajuan Repository pada September 2022/ Submission to Repository on September 2022

Pendahuluan

Awal tahun 2020 seluruh dunia dikejutkan dengan sebuah kejadian luar biasa yaitu wabah penyebaran COVID-19 atau Virus Corona. Awal kemunculan Covid-19 terjadi di Negara China, virus ini menimbulkan banyak korban jiwa dan kepanikan yang luar biasa. Penyebaran virus ini begitu luar biasa cepat sampai ke beberapa negara termasuk Indonesia, awal maret 2020 masyarakat Indonesia dikejutkan dengan pemberitahuan dari Presiden dan Menteri Kesehatan, bahwa ada dua warga negara Indonesia yang positif terkena virus Corona. Pemerintah melakukan tindakan untuk membuat banyak kemajuan di berbagai bidang, ekonomi, teknologi, sosial budaya, dan lain sebagainya. Karena salah satu kemajuan ekonomi suatu negara menjadi tolak ukur dari kemajuan suatu negara itu sendiri dan ini harus menjadi perhatian pemerintah.

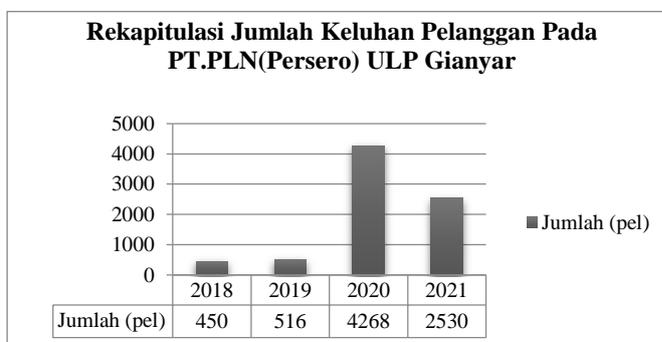
PT.PLN (Persero) yang merupakan salah satu perusahaan Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak di bidang jasa (listrik) harus mengantisipasi perkembangan yang terjadi dengan lebih meningkatkan pelayanan yang memadai agar supaya pelanggan merasa terpenuhi keinginan mereka.

Pelanggan merupakan aset yang paling berharga dari pada suatu perusahaan, karena tujuan dari semua perusahaan adalah pelanggan. Bukan hanya bagaimana mendapatkan pelanggan yang banyak tetapi yang paling penting adalah bagaimana membuat pelanggan merasa puas dengan apa yang perusahaan berikan serta menciptakan pelanggan yang loyal. Perusahaan dan pelanggan merupakan satu kesatuan yang mempunyai keterkaitan dan saling membutuhkan yang sangat erat tetapi yang memiliki posisi membutuhkan adalah perusahaan itu sendiri. Oleh karena itu perubahan teknologi dan arus informasi yang sangat cepat telah mendorong perusahaan untuk menghasilkan suatu produk atau layanan jasa yang dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan para pelanggan, sehingga para pelanggan merasa terpuaskan dengan apa yang telah mereka dapatkan dari perusahaan tersebut. Kemudian, ada beberapa cara yang dapat dilakukan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan serta kepuasan pelanggan, salah satunya yaitu dengan menyampaikan atau memberi kesan yang baik mengenai produk maupun layanan jasa kepada para pelanggan kemudian para pelanggan dapat terpuaskan.

Kepuasan pelanggan itu sendiri merupakan suatu respon pelanggan terhadap evaluasi persepsi atas perbedaan antara harapan awal sebelum pembelian dan kinerja aktual produk maupun layanan jasa sebagaimana dipersepsikan setelah memakai atau mengkonsumsi produk dan layanan jasa bersangkutan (Chandra, 2007). Jadi, suatu perusahaan harus dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dan meminimalkan ketidakpuasan pelanggan dengan cara meningkatkan kualitas pelayanan pelanggan dan kinerja secara maksimal dan profesional sesuai dengan keinginan para pelanggan.

Salah satu bagian dari PT. PLN (Persero) yaitu PT.PLN (Persero) ULP Gianyar yang juga berperan penting menyediakan energi listrik untuk area jaringan wilayah Gianyar dan sekitarnya. Penyebaran listrik di Kabupaten Gianyar mengalami kenaikan dari tahun-tahun sebelumnya. Meningkatnya jumlah listrik yang terjual dari tahun 2018 sampai dengan 2021 membuat jumlah pelanggan juga mengalami kenaikan. Tahun 2018 sampai dengan tahun 2021 pertumbuhan pelanggan mengalami kenaikan itu tidak membuat kemungkinan pelanggan tidak membuat pengaduan atau keluhan jika terjadi suatu masalah. Karena bisa dilihat dari beberapa pengaduan yang dikeluhkan pelanggan yang dapat disebabkan oleh berbagai hal. Salah satunya mungkin saja terjadi akibat kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT.PLN (Persero) ULP Gianyar. Salah satu cara PT.PLN (Persero) ULP Gianyar memberikan perhatian terhadap kualitas pelayanan mereka dengan menerapkan Aplikasi Pengaduan Keluhan Terpadu (APKT).

Berdasarkan data APKT, jumlah keluhan pelanggan pada PT. PLN (Persero) ULP Gianyar mengalami kecenderungan peningkatan setiap tahunnya dari tahun 2018. Hal ini dapat dilihat dari grafik rekapitulasi jumlah keluhan pelanggan dibawah ini.



Gambar 1. Rekapitulasi Jumlah Keluhan Pelanggan Pada PT.PLN (Persero) ULP Gianyar

Sumber : Pelayanan Administrasi PT.PLN (Persero) ULP Gianyar (2021)

Berdasarkan latar belakang diatas maka dapat dirumuskan permasalahan dalam penelitian ini adalah Apakah ada pengaruh yang signifikan dari dimensi kualitas pelayanan (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*) terhadap kepuasan pelanggan pada PT.PLN (Persero) ULP Gianyar dan Seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan PT.PLN (Persero) ULP Gianyar terhadap kualitas pelayanan dilihat dari Metode Service Quality (SERVQUAL). Adapun tujuan dari penelitian ini adalah Untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan pada dimensi kualitas pelayanan pelanggan pelayanan (*tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, dan *empathy*,) terhadap kepuasan pelanggan pada PT.PLN (Persero) ULP Gianyar dan untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan PT.PLN (Persero) ULP Gianyar terhadap kualitas pelayanan dilihat dari Metode Service Quality (SERVQUAL).

Metode

Populasi merupakan keseluruhan individu atau objek yang diteliti yang memiliki beberapa karakteristik yang sama (Latipun, 2011). Adapun populasi pada penelitian ini merupakan jumlah para pelanggan dari PT.PLN (Persero) ULP Gianyar yang sudah tercatat pada tahun 2021 sebanyak 174.266 pelanggan. Adapun penelitian ini menggunakan rumus Slovin. Rumus Slovin untuk menentukan sampel adalah sebagai berikut : $n = \frac{N}{(1+N.e)^2}$

Berdasarkan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$n = \frac{174.266}{1 + 174.266(0,1)^2}$$

$$n = \frac{174.266}{1.743,7}$$

n=99,9 (d disesuaikan menjadi 100)

Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini dengan menggunakan teknik random sampling atau sampel acak. Dalam pengambilan sampelnya, peneliti mencampur subjek-subjek didalam populasi sehingga semua subjek dianggap sama. Dengan demikian maka peneliti memberi hak yang sama kepada setiap subjek untuk memperoleh kesempatan untuk menjadi sampel (Arikunto, 2010).

Pada penelitian ini terdapat enam variabel yang akan diukur. Untuk menjelaskan variabel maka perlu definisi operasional dari masing-masing variabel sebagai upaya pemahaman dalam penelitian. Variabel penelitian pada dasarnya merupakan suatu hal yang dapat berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga memperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian dapat ditarik kesimpulan (Sugiyono, 2016:68).

1. *Tangibles* (X1) dimana pada dimensi *Tangibles* ini berkaitan dengan fasilitas fisik, peralatan, personal dan material-material komunikasi yang ada di PT.PLN (Persero) ULP Gianyar.
2. *Reliability* (X2) dimana dimensi *Reliability* berkaitan dengan kemampuan yang dapat diandalkan dan akurat dalam memberikan proses pelayanan seperti yang dijanjikan kepada pelanggan oleh PT.PLN (Persero).
3. *Responsiveness* (X3) yang mana dimensi *Responsiveness* berkaitan keinginan untuk membantu pelanggan dan menyediakan pelayanan jasa di PT.PLN (Persero) ULP Gianyar.
4. *Assurance* (X4) yang mana dimensi *Assurance* berkaitan dengan perilaku karyawan, sopan santun dan kemampuan karyawan dalam memberikan penjelasan tentang prosedur pelayanan jasa di PT.PLN (Persero) ULP Gianyar.
5. *Empathy* (X5) yang mana dimensi *Empathy* berkaitan dengan perhatian yang mendalam, perhatian individu oleh pihak PT.PLN (Persero) ULP Gianyar terhadap para pelanggannya.
6. Kepuasan pelanggan (Y) artinya evaluasi purna pelayanan dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya memberikan hasil output sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan.

Penelitian ini dilakukan di PT.PLN (Persero) ULP Gianyar dengan waktu penelitian selama enam bulan dengan menggunakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah :

a. Metode Observasi

Observasi merupakan pengamatan yang meliputi kegiatan pemutusan perhatian terhadap suatu objek dengan menggunakan seluruh alat indera. Teknik observasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mengamati langsung dilapangan bagaimana kualitas pelayanan yang diberikan oleh karyawan dari PT.PLN (Persero) ULP Gianyar.

b. Metode Wawancara

Wawancara (interview) merupakan suatu percakapan yang diarahkan pada suatu masalah tertentu; ini merupakan proses tanya jawab lisan, dimana ada dua orang atau lebih berhadapan secara fisik (Kartono, 1986). Dalam penelitian ini, teknik wawancara dilakukan pada beberapa pelanggan PT.PLN (Persero) ULP Gianyar yang langsung datang ke loket untuk membuat pengaduan maupun melakukan transaksi.

c. Metode Kuesioner

Kuesioner atau angket merupakan suatu metode pencarian data dengan memberikan daftar pertanyaan yang tersusun secara rapi yang digunakan untuk mencari data yang diperlukan. Bentuk pertanyaan yang diajukan adalah pertanyaan tertutup. Pertanyaan-pertanyaan dalam masing-masing dimensi pada kuesioner ini menyangkut segala sesuatu yang dirasakan pelanggan PT PLN (Persero) ULP Gianyar selama menggunakan atau merasakan layanannya. Dan kuesioner dilakukan secara online melalui googleform maupun secara offline dengan menggunakan hardcopy.

Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis statistik deskriptif, sedangkan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat digunakan analisis regresi linier berganda dengan menggunakan program statistik SPSS. Sebelum melakukan analisis regresi maka peneliti terlebih dahulu melakukan pengujian asumsi klasik, dilanjutkan dengan teknik analisis regresi linier berganda. Untuk menguji hipotesis menggunakan uji Koefisien Determinasi, Uji f (simultan) dan Uji t. Dan yang terakhir menggunakan metode Service Quality.

Hasil dan Pembahasan

Tabel 1. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,947 ^a	0,897	0,892	2,683
a. Predictors: (Constant), Empathy, Reliability, Responsiveness, Tangibles, Assurance				
b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan				

Sumber: Hasil pengolahan SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 1 dapat dilihat nilai R Square sebesar 0,897 sehingga dapat dihitung persentase kontribusi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan sebesar $0,897 \times 100\% = 89,7\%$ dan sisanya 10,3% dipengaruhi faktor lain diluar penelitian yang tidak dijelaskan oleh model penelitian ini.

Tabel 2. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,677	1,309		3,572	0,001
	Tangibles	0,570	0,229	0,200	2,490	0,015
	Reliability	0,550	0,242	0,182	2,272	0,025
	Responsiveness	0,564	0,241	0,189	2,347	0,021
	Assurance	0,709	0,255	0,246	2,778	0,007
	Empathy	0,545	0,255	0,183	2,139	0,035
a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan						

Sumber: Hasil pengolahan SPSS (2022)

Berdasarkan hasil analisis regresi linear berganda pada Tabel 3 dapat dibuat model regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 4,677 + 0,570(X_1) + 0,550(X_2) + 0,564(X_3) + 0,709(X_4) + 0,545(X_5) + e$$

Tabel 3. Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5923,099	5	1184,620	164,506	0,000 ^b
	Residual	676,901	94	7,201		
	Total	6600,000	99			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan
b. Predictors: (Constant), Empathy, Reliability, Responsiveness, Tangibles, Assurance

Sumber : Hasil pengolahan SPSS (2022)

Berdasarkan Tabel 3 hasil Uji F diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 ($0,000 < 0,05$) sehingga hipotesis diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa ada pengaruh positif dan signifikan secara simultan antara *tangibles*, *reliability*, *responsiveness*, *assurance* dan *empathy* terhadap kepuasan pelanggan.

Selanjutnya, untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dapat dilihat pada tabel 2. Menentukan t-tabel menggunakan derajat kepercayaan 95% atau tingkat kesalahan 5% (α 0,05, dan derajat kebebasan: $n-k-1$, test pada sisi kanan diperoleh nilai t-tabel ($0,05;n-k-1$) = (95-1), maka didapatkan nilai t-tabel = 1,986. Didapatkan hasil sebagai berikut :

- Berdasarkan Tabel 3 hasil analisis uji t *tangibles* terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,015 ($0,015 < 0,05$) dengan koefisien regresi sebesar 0,200, dan nilai t-hitung $>$ t-tabel ($2,490 > 1,986$), sehingga hipotesis diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa *tangibles* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- Berdasarkan Tabel 3 hasil analisis uji t *reliability* terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,025 ($0,025 < 0,05$) dengan koefisien regresi sebesar 0,182, dan nilai t-hitung $>$ t-tabel ($2,272 > 1,986$), sehingga hipotesis diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa *reliability* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- Berdasarkan Tabel 3 hasil analisis uji t *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,021 ($0,021 < 0,05$) dengan koefisien regresi sebesar 0,189, dan nilai t-hitung $>$ t-tabel ($2,347 > 1,986$), sehingga hipotesis diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa *responsiveness* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- Berdasarkan Tabel 3 hasil analisis uji t *assurance* terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,007 ($0,007 < 0,05$) dengan koefisien regresi sebesar 0,246, dan nilai t-hitung $>$ t-tabel ($2,778 > 1,986$), sehingga hipotesis diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa *assurance* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- Berdasarkan Tabel 3 hasil analisis uji t *empathy* terhadap kepuasan pelanggan diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,035 ($0,035 < 0,05$) dengan koefisien regresi sebesar 0,183, dan nilai t-hitung $>$ t-tabel ($2,139 > 1,986$), sehingga hipotesis diterima. Hasil ini mempunyai arti bahwa *empathy* berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan Tabel 3 dapat diketahui bahwa assurance mempunyai nilai t hitung lebih besar dari nilai t hitung dimensi lainnya dan assurance juga mempunyai nilai standardized coefficients lebih besar dari dimensi yang lainnya. Maka dapat dijelaskan bahwa dimensi jaminan (assurance) merupakan dimensi kualitas pelayanan yang paling mempengaruhi kepuasan pelanggan pada PT.PLN (Persero) ULP Gianyar.

Tabel 4. Hasil Pengujian Metode Service Quality

Dimensi Pernyataan	Atribut Pernyataan	Jumlah rata-rata harapan	Jumlah rata-rata kenyataan	Nilai harapan pelayanan	Nilai harapan kenyataan	Nilai Gap 5
Tangibles (Bukti Fisik)	1,2,3	12,32	12,46	4,11	4,15	0,05
Reliability (Keandalan)	4,5,6	12,33	12,31	4,11	4,10	-0,01
Responsiveness (Daya Tanggap)	7,8,9	12,30	12,40	4,10	4,13	0,03
Assurance (Jaminan)	10,11,12	12,19	12,35	4,06	4,12	0,05
Empathy (Empati)	13,14,15	12,35	12,44	4,12	4,15	0,03

Sumber: Data diolah penulis (2022)

Berdasarkan hasil pada Tabel 4 dimensi Service Quality yaitu, dimensi pernyataan Tangibles bernilai gap 5 sebesar 0,05, dimensi pernyataan Reliability bernilai gap 5 sebesar -0,01, dimensi pernyataan Responsiveness bernilai gap 5 sebesar 0,03, dimensi pernyataan Assurance bernilai gap 5 sebesar 0,05 dan dimensi pernyataan Empathy bernilai gap 5 sebesar 0,03.

Jadi, dimensi pernyataan Tangibles dan dimensi pernyataan Assurance yang memiliki tingkat nilai gap 5 yang tertinggi dengan nilai 0,05. Sedangkan dimensi pernyataan Reliability dengan atribut yang memiliki kesenjangan terbesar pada atribut pernyataan ke-4, ke-5 dan ke-6 yaitu mengenai pernyataan "Karyawan menyelesaikan tugas atau tindakan tepat waktu", "Karyawan tidak membuat kesalahan dalam proses pelayanan", dan "Karyawan bersungguh-sungguh untuk menangani keluhan pelanggan" untuk nilai kesenjangan sebesar -0,01. Oleh karena itu, atribut yang memiliki gap cukup besar dijadikan prioritas untuk diperbaiki dibandingkan dengan atribut yang memiliki gap lebih kecil. Yang memiliki gap terbesar sesuai dengan lima dimensi kualitas pelayanan yaitu dimensi reliability dengan nilai gap -0,01.

Simpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian dan hasil pembahasan pada bab sebelumnya, maka simpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.PLN (Persero) ULP Gianyar. Hal ini dapat dilihat dari nilai uji t dimana mendapatkan nilai masing-masing yaitu tangibles $t = 2,490$, reliability $t = 2,272$, responsiveness $t = 2,347$, assurance $t = 2,778$ dan empathy $t = 2,139$. Berarti jika semakin baik kualitas pelayanan, maka kepuasan pelanggan pada PT.PLN (Persero) ULP Gianyar semakin meningkat.
2. Besar pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan ditunjukkan oleh nilai R2 sebesar 0,897 atau sebesar 89,7% dan sisanya 10,3% dipengaruhi oleh faktor lain diluar penelitian. Oleh karena itu, Kualitas Pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.PLN (Persero) ULP Gianyar.
3. Berdasarkan lima dimensi Kualitas Pelayanan yaitu, dimensi dengan pernyataan tertinggi yaitu Tangibles dan Assurance yang bernilai gap 5 sebesar 0,05, kemudian dimensi dengan pernyataan kedua tertinggi yaitu Responsiveness dan Empathy yang bernilai gap 5 sebesar 0,03, dan untuk dimensi dengan pernyataan terendah yaitu Reliability bernilai gap 5 sebesar -0,01.

Saran untuk PT.PLN (Persero) ULP Gianyar, kualitas pelayanan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Namun masih terdapat kualitas pelayanan terendah pada dimensi Empathy. Untuk itu disarankan bagi perusahaan agar lebih mewujudkan dan mengembangkan kepuasan pelanggan, dengan cara menerapkan disiplin waktu agar pelayanan kantor/loket sesuai jam operasional, karyawan agar lebih memperlakukan para pelanggan dengan penuh perhatian dan mampu menjelaskan informasi-informasi yang berguna atau diperlukan bagi pelanggan. Dan juga diharapkan dapat menjadi evaluasi untuk kedepannya bagi perusahaan dalam mengambil langkah, jika terjadi suatu kesenjangan dalam perhitungan metode service quality lebih tepatnya pada dimensi Reliability. Hal yang perlu dilakukan yaitu menerapkan strategi untuk meningkatkan kepuasan pelanggan seperti menjaga hubungan antara penyedia jasa dengan pelanggan, perusahaan dapat mengembangkan augmented service (garansi) untuk meringankan kerugian pelanggan dan selalu tanggap dalam penanganan keluhan pelanggan

Ucapan Terima Kasih

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada pihak-pihak yang telah mendukung dan membimbing, terutama kepada :

1. Bapak I Nyoman Abdi, SE, M.eCom selaku Direktur Politeknik Negeri Bali
2. Bapak Dr. I Ketut Santra, M.Si. selaku Ketua Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali.
3. Ibu Ni Made Kariati, S.Kom., M.Cs. selaku Sekretaris Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali yang telah memberikan dukungan dan bimbingan selama masa pembelajaran di Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali.
4. Bapak Cokorda Gede Putra Yudistira, SE., MM. selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Internasional Jurusan Administrasi Niaga Politeknik Negeri Bali.
5. Ibu Kadek Ani Marheni, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing serta banyak memberikan arahan, motivasi dan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
6. Bapak I Gusti Ketut Gede, SE., MM. selaku Dosen Pembimbing II yang telah membimbing serta banyak memberikan arahan, motivasi dan petunjuk sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
7. Bapak I Ketut Suastika selaku Manager di PT.PLN (Persero) ULP Gianyar yang telah memberikan izin untuk melakukan Praktek Kerja Lapangan(PKL) dan memberikan data untuk keperluan penelitian ini. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
8. Bapak I Wayan Sukarba selaku Supervisor Bidang Pelayanan Administrasi di PT.PLN (Persero) ULP Gianyar yang telah memberikan izin untuk melakukan Praktek Kerja Lapangan(PKL) dan memberikan data untuk keperluan penelitian ini. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
9. Bapak Dedy Nuriawan selaku Supervisor Bidang Teknik di PT.PLN (Persero) ULP Gianyar yang telah memberikan izin untuk melakukan Praktek Kerja Lapangan(PKL) dan memberikan data untuk keperluan penelitian ini. Sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
10. Seluruh Staff PT.PLN (Persero) ULP Gianyar yang telah memberikan bantuan, baik itu pengetahuan ataupun dalam pengumpulan data yang diperlukan sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.
11. Keluarga dan teman-teman yang selalu memberikan dorongan serta dukungan yang baik sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik dan tepat pada waktunya.

Penulis sangat menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Sebagai akhir kata, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Referensi

- Armstrong, G. &. (2012). Dasar-dasar Pemasaran. In J. I, *Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Mola*. Jakarta: Penerbit Prenhalindo.
- Arikunto. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Edisi Revisi VI*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Asmani. (2011). *Tuntunan Lengkap Metodologi Praktis Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Diva Press.
- Azwar. (2011). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chandra, T. &. (2007). *Kepuasan Pelanggan*.
- Fandy, T. (2004). *Manajemen Jasa Edisi Pertama*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hayaza, Y. T. (2013). Kepuasan Pelanggan Terhadap Kualitas Pelayanan Kamar Obat Pada Puskesmas Surabaya Utara. *Jurnal Farmasi*.
- Kartono, K. (1986). *Pengantar Metodologi Riset Sosial*. Bandung: Alumi.

- Latipun. (2011). *Psikologi Eksperimen*. Malang: UMM Press.
- Lexy, M. J. (1988). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Lupiyoadi. (2001). *Manajemen Pemasaran Jasa Teori dan Praktek*. Jakarta: Salemba Empat.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.
- Sujarweni, V. W. (2015). *Metode Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Pustakabarupress.
- Suliyanto. (2009). *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Tjiptono, F. (2005). Strategi Pemasaran. In Zeithalm, *Edisi Kedua*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tjiptono, F. (2011). Service Management Mewujudkan Layanan Prima. In E. 2. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Wisnalmawati. (2005). Pengaruh Persepsi Dimensi Kualitas Layanan terhadap Niat Pembelian Ulang . *Jurnal Ekonomi dan Bisnis No. 3 Jilid 10 2005*, h.155.