

SKRIPSI

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN KELUHAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT PLN (PERSERO) UNIT
PELAKSANA PELAYANAN PELANGGAN METRO
(Studi Pada Pelanggan Di Kelurahan Hadimulyo Barat)**

Oleh:

**RIA SULISTIANI
NPM. 2103011082**



**Program Studi S1 Ekonomi Syariah (ESY)
Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
JURAI SIWO LAMPUNG
1447 H / 2025 M**

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN KELUHAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT PLN (PERSERO) UNIT
PELAKSANA PELAYANAN PELANGGAN METRO**

(Studi Pada Pelanggan Di Kelurahan Hadimulyo Barat)

Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

RIA SULISTIANI
NPM. 2103011082

Dosen Pembimbing: Dwi Retno Puspita Sari, M.Si.

Program Studi S1 Ekonomi Syariah (ESY)
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)
JURAI SIWO LAMPUNG**



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: humas@metrouniv.ac.id, website:
www.metrouniv.ac.id

NOTA DINAS

Nomor : -

Lampiran : 1 (satu) berkas

Perihal : **Pengajuan Permohonan Untuk dimunaqosyahkan**

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Jurai Siwo Lampung

Di-

Tempat

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Setelah kami adakan pemeriksaan, bimbingan dan perbaikan seperlunya, maka Skripsi yang disusun oleh:

Nama : RIA SULISTIANI
NPM : 2103011082
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam
Prodi : Ekonomi Syariah
Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN KELUHAN LISTRIK PRABAYAR TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT PLN (PERSERO) UNIT PELAKSANA PELAYANAN PELANGGAN METRO (STUDI PADA PELANGGAN DI KELURAHAN HADIMULYO BARAT)

Sudah kami setujui dan dapat diajukan ke Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam untuk dimunaqosyahkan.

Demikian harapan kami dan atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum, Wr.Wb

Metro, 23 Oktober 2025
Dosen Pembimbing,

Dwi Retno Puspita Sari, M.Si.

HALAMAN PERSETUJUAN

Judul : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN KELUHAN LISTRIK PRABAYAR TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT PLN (PERSERO) UNIT PELAKSANA PELAYANAN PELANGGAN METRO (STUDI PADA PELANGGAN DI KELURAHAN HADIMULYO BARAT)

Nama : RIA SULISTIANI

NPM : 2103011082

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Prodi : Ekonomi Syariah

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosyahkan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung.

Metro, 23 Oktober 2025

Dosen Pembimbing,



Dwi Retno Puspita Sari, M.Si.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ks Hajar Dewantara Kampus 15A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507, Fax. (0725) 47296 Email stainjusila@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

PENGESAHAN SKRIPSI

No: B-0021/Uln.363/D/PP.00.9/01/2025

Skripsi dengan Judul: PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT PLN (PERSERO) UNIT PELAKSANA PELAYANAN PELANGGAN METRO (STUDI PADA PELANGGAN DI KELURAHAN HADIMULYO BARAT), disusun oleh: Ria Sulistiani, NPM: 2103011082, Prodi: Ekonomi Syariah, telah diujikan dalam Sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/tanggal: Jum'at / 07 November 2025.

TIM PENGUJI:

Ketua/Moderator : Dwi Retno Puspita Sari, M.Si.

()

Penguji I : Hasrun Afandi US, S.E., M.M.

()

Penguji II : Misfi Laili Rohmi, M.Si.

()

Sekretaris : Hanna Hilyati Aulia, M.Si.

()

Mengetahui,
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam



Dr. Dr. Santoso, M.H.

NIP. 196703161995031001

ABSTRAK

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT PLN (PERSERO) UNIT PELAKSANA PELAYANAN PELANGGAN METRO (Studi Pada Pelanggan Di Kelurahan Hadimulyo Barat)

Oleh:
RIA SULISTIANI
NPM. 2103011082

Kepuasan pelanggan merupakan faktor penting dalam keberhasilan perusahaan penyedia layanan listrik seperti PT PLN (Persero) UP3 Metro, karena dapat meningkatkan loyalitas dan mempertahankan pelanggan dalam jangka panjang. Kualitas pelayanan dan penanganan keluhan menjadi dua aspek utama yang mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan keluhan secara parsial maupun simultan terhadap kepuasan pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Metro di Kelurahan Hadimulyo Barat.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan asosiatif kausal. Data primer dikumpulkan melalui kuesioner yang dibagikan kepada 98 responden pelanggan listrik prabayar dan pascabayar yang ditentukan dengan rumus *Slovin* dan dipilih menggunakan teknik *cluster sampling*. Analisis data dilakukan dengan regresi linier berganda menggunakan aplikasi SPSS 25.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dengan koefisien sebesar 0,621. Penanganan keluhan juga berpengaruh signifikan dengan koefisien regresi sebesar 0,542. Secara simultan kedua variabel tersebut memberikan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,918. Hal ini mengindikasikan bahwa 91,8% variasi kepuasan pelanggan dapat dijelaskan oleh kualitas pelayanan dan penanganan keluhan, sedangkan sisanya 8,2% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini.

Kata Kunci: *Kualitas Pelayanan, Penanganan Keluhan, Kepuasan Pelanggan, PT PLN (Persero) UP3 Metro.*

ORSINALITAS PENELITIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : RIA SULISTIANI
NPM : 2103011082
Prodi : Ekonomi Syariah
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah asli hasil penelitian saya kecuali bagian-bagian tertentu yang dirujuk dari sumbernya dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Metro, 23 Oktober 2025
Yang menyatakan



Ria Sulistiani
NPM. 2103011082

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٥﴾ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ﴿٦﴾

“Allah memang tidak menjanjikan hidupmu akan selalu mudah, tapi dua kali Allah berjanji bahwa: fa inna ma'al-'usri yusrā, inna ma'al-'usri yusrā”

(QS. Al-Insyirah: 5-6)

وَلَا يَسْتَخِفْنَكَ الَّذِينَ لَا يُوقِنُونَ

“Dan bersabarlah kamu, sesungguhnya janji Allah adalah benar”

(Q.S Ar-Rum: 60)

PERSEMBAHAN

Alhamdulillahirabbil'alamin. Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang atas limpahan rahmat, karunia, petunjuk, dan kemudahan-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini sebagai wujud ketekunan, do'a, dan cinta. Skripsi ini bukan hanya sekadar karya akademik, melainkan ungkapan terima kasih dan persembahan hati yang tulus dari peneliti kepada:

1. Orangtua tercinta, Bapak Budi Sutrisno dan Ibu Lilis Suryani yang telah memberikan curahan kasih sayang yang tiada hentinya, dan memberikan dukungan moral dan materil demi kesuksesan studi sampai meraih gelar sarjana, serta memberi do'a yang tiada lelahnya serta berjuang demi anak-anaknya.
2. Kakakku Rio Febriyanto yang telah memberikan semangat dan dorongan pada peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini.
3. Serta adikku Refa Elmeira terimakasih atas segala canda tawamu menjadi pelipur lara diengah letih dan lelah dalam proses penyusunan skripsi ini. Semoga kelak engkau tumbuh menjadi pribadi yang cerdas, kuat dan penuh kasih, serta segala yang kamu cita-citakan bisa terwujud.
4. Almamater Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT. atas taufik, hidayah, dan inayah-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Metro (Studi Pada Pelanggan Di Kelurahan Hadimulyo Barat)".

Penulisan skripsi ini sebagai salah satu bagian dari persyaratan untuk menyelesaikan Pendidikan Program Studi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.). Di dalam upaya penyusunan dan penyelesaian skripsi ini, peneliti telah menerima banyak bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Prof. Dr. Ida Umami, M.Pd.,Kons., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung.
2. Dr. Dri Santoso, M.H., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung.
3. Bapak Muhammad Mujib Baidhowi, M.E., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah (ESY) Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung.
4. Ibu Carmidah, M.Ak., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
5. Ibu Dwi Retno Puspita Sari, M.Si., selaku pembimbing skripsi terimakasih sudah memberikan masukan, bimbingan, dan arahan dengan penuh kesabaran dalam mendampingi proses panjang penelitian skripsi ini.

6. Bapak dan Ibu Dosen Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung yang telah memberikan ilmu dan fasilitas selama peneliti menempuh pendidikan.
7. Teman-teman seangkatan 2021 yang sangat berperan banyak memberikan pengalaman dan pembelajaran selama duduk di bangku kuliah.
8. Bapak M. Burhanuddin Muflihul Hasan selaku Manager, dan karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro serta masyarakat Kelurahan Hadimulyo Barat yang telah bersedia diwawancara dan mengisi kuesioner, serta informasi yang diperlukan dalam menyelesaikan skripsi ini.

Peneliti menyadari bahwa skripsi ini belum mencapai kesempurnaan, karena itu, segala saran dan kritik yang membangun sangat diharapkan untuk perbaikan kedepannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi peneliti ini sendiri dan bagi pembaca pada umumnya.

Metro, 23 Oktober 2025
Peneliti,



Ria Sulistiani
NPM. 2103011082

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	ii
NOTA DINAS	iii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
ABSTRAK	vi
HALAMAN ORSINALITAS PENELITIAN	vii
HALAMAN MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	15
C. Batasan Masalah.....	16
D. Rumusan Masalah	17
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	17
F. Penelitian Relevan.....	22
BAB II LANDASAN TEORI	30
A. Kepuasan Pelanggan	30
1. Expectation–Confirmation Theory (ECT)	30
2. Pengertian Kepuasan Pelanggan	32
3. Faktor – Faktor Kepuasan Pelanggan	34
4. Indikator Kepuasan Pelanggan.....	35
B. Kualitas Pelayanan	36

1.	Pengertian Kualitas Pelayanan	36
2.	Kriteria Pelayanan.....	38
3.	Indikator Kualitas Pelayanan	40
C.	Penanganan Keluhan.....	41
1.	Pengertian Penanganan Keluhan.....	41
2.	Penyebab Terjadinya Keluhan.....	43
3.	Indikator Penanganan Keluhan	44
D.	Kerangka Berpikir.....	45
E.	Hipotesis Penelitian.....	47
BAB III METODE PENELITIAN		51
A.	Rancangan Penelitian	51
B.	Definisi Operasional Variabel	52
C.	Populasi, Sampel dan Teknik Sampling	53
D.	Teknik Pengumpulan Data	57
E.	Instrumen Penelitian.....	59
F.	Teknik Analisis Data	65
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		74
A.	Hasil Penelitian	74
B.	Pembahasan.....	102
BAB V PENUTUP		110
A.	Kesimpulan	110
B.	Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA		
LAMPIRAN-LAMPIRAN		
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Tarif Daya Pelanggan Listrik	8
Tabel 1. 2 Penelitian Relevan.....	22
Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel	52
Tabel 3. 2 Jumlah Sampel	56
Tabel 3. 3 Penskoran Butir Angket	58
Tabel 3. 4 Kisi - kisi Instrumen Penelitian.....	59
Tabel 4. 1 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan	80
Tabel 4. 2 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	83
Tabel 4. 3 Distribusi Jawaban Responden Variabel Penanganan Keluhan	87
Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_1).....	90
Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Penanganan Keluhan (X_2).....	90
Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)	91
Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas	92
Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas.....	93
Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas	95
Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas	96
Tabel 4. 11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	97
Tabel 4. 12 Hasil Uji t	99
Tabel 4. 13 Hasil Uji F	100
Tabel 4. 14 Hasil Uji R^2	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Diagram Hasil Prasurvei	12
Gambar 4. 1 Bagan Struktur Organisasi PT PLN (Persero) UP3 Metro.....	75
Gambar 4. 2 Karakteristik Umur Responden.....	77
Gambar 4. 3 Karakteristik Jenis Kelamin Responden	77
Gambar 4. 4 Karakteristik Alamat Responden.....	78
Gambar 4. 5 Karakteristik Lama Menjadi Pelanggan PLN	79
Gambar 4. 6 Karakteristik Tipe Layanan Yang Digunakan	79

DAFTAR LAMPIRAN

1. Surat Keterangan Pembimbing Skripsi (SK)
2. Outline
3. Alat Pengumpulan Data (APD)
4. Surat Izin Research
5. Surat Tugas
6. Surat Balasan Research
7. Surat Keterangan Bebas Pustaka
8. Surat Keterangan Lulus Plagiasi
9. Formulir Konsultasi Bimbingan Skripsi
10. Tabulasi Data
11. Hasil Uji Instrumen Penelitian
12. Hasil Uji Asumsi Klasik
13. Hasil Pengujian Hipotesis
14. t_{tabel}
15. F_{tabel}
16. Daftar Riwayat Hidup

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Salah satu kebutuhan paling mendasar dalam kehidupan modern adalah listrik. Dalam era digital dan keterhubungan informasi, teknologi yang maju dan informasi yang mudah didapat membantu perusahaan membuat barang dan jasa yang sesuai dengan keinginan pelanggan, sehingga pelanggan merasa puas. Menyediakan layanan berkualitas tinggi bagi pelanggan adalah salah satu metode perusahaan dapat memenuhi kebutuhan mereka. Selain itu, seiring meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap berbagai perangkat elektronik, layanan listrik tidak hanya dipandang sebagai fasilitas dasar, tetapi juga sebagai infrastruktur strategis yang mendukung aktivitas ekonomi, pendidikan, komunikasi, dan mobilitas sosial.¹ Ketidakstabilan pasokan listrik dapat berpengaruh langsung terhadap produktivitas dan kenyamanan masyarakat, sehingga kualitas layanan penyedia listrik menjadi aspek yang sangat penting dalam memenuhi tuntutan layanan publik di era modern.

PLN singkatan dari Perusahaan Listrik Negara, merupakan perusahaan milik negara yang memiliki peran sentral dalam penyediaan energi listrik nasional, mulai dari pembangkitan, transmisi, hingga distribusi listrik.² Dalam beberapa tahun terakhir, PT PLN (Persero) melaporkan adanya peningkatan keandalan layanan listrik secara nasional yang tercermin dari menurunnya

¹ Adrisa Auldr et al., “Pengaruh Infrastruktur Listrik dan Infrastruktur Sosial terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Aceh,” *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia* 2, no. 4 (2024): 109.

² PT PLN (Persero), *Statistik PLN 2024* (PT PLN (Persero), 2024).

frekuensi dan durasi gangguan listrik SAIFI (*System Average Interruption Frequency Index*) dan SAIDI (*System Average Interruption Duration Index*) pada tahun 2024.³ Namun demikian, capaian nasional tersebut tidak sepenuhnya mencerminkan kondisi pelayanan di tingkat daerah, karena masih ditemukan keluhan pelanggan terkait gangguan listrik, lambatnya respons petugas, serta penanganan pengaduan yang belum optimal.⁴

Peningkatan kebutuhan listrik seiring pertumbuhan penduduk dan aktivitas ekonomi menuntut penyedia layanan kelistrikan untuk memberikan pelayanan yang andal dan responsif.⁵ Namun, di berbagai daerah, khususnya kawasan perkotaan dengan kepadatan dan aktivitas ekonomi tinggi, kualitas pelayanan listrik belum sepenuhnya optimal.⁶ Gangguan pasokan, pemadaman listrik, serta penanganan keluhan yang lambat dan kurang informatif masih sering terjadi, sehingga menimbulkan ketidakpuasan pelanggan.⁷ Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara tingginya kebutuhan listrik dan kualitas pelayanan kelistrikan yang diterima masyarakat.⁸ Fenomena keluhan pelanggan terhadap pelayanan kelistrikan tidak hanya terjadi di Kota Metro,

³ PT PLN (Persero), “Durasi dan Frekuensi Gangguan Listrik Menurun, PLN Catat Kinerja Operasional Positif Sepanjang 2024,” Siaran Pers, 2025, <https://web.pln.co.id/cms/media/siaran-pers/2025/06/durasi-dan-frekuensi-gangguan-listrik-menurun-pln-catat-kinerja-operasional-positif-sepanjang-2024>, diakses 20 Juni 2025.

⁴ PT PLN (Persero), *Statistik PLN 2024* (PT PLN (Persero).

⁵ Siti Nur Elisa dkk., *Bagaimana Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Mempengaruhi Perusahaan Penyedia Listrik Tunggal di Indonesia?*, 5, no. 1 (2025): 3236.

⁶ Elsi Mina Datu, *Persepsi Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Gangguan Kelistrikan Di PT PLN (Persero) ULP Karebosi Kota Makassar*, 2, no. 5 (2025): 10176.

⁷ Antara News, “PLN Catat Penurunan Durasi dan Frekuensi Gangguan Listrik di 2024,” Antara, 10 Juli 2025, <https://www.antaranews.com/berita/4652357/pln-catat-penurunan-durasi-dan-frekuensi-gangguan-listrik-di-2024>, diakses 16 Februari 2025.

⁸ Intan Hajar dan Nur Ihsan Safutra, “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Listrik Pascabayar Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Importance Performance Analysis (IPA) Pada PT PLN ULP Lakawan Kab. Enrekang,” *Jurnal Rekayasa Sistem Industri* 1, no. 2 (2023): 36.

tetapi juga ditemukan di berbagai wilayah lain di Indonesia. Kota Metro dalam penelitian ini dipilih sebagai lokasi penelitian karena karakteristiknya sebagai wilayah perkotaan dengan tingkat kebutuhan listrik dan interaksi pelanggan yang relatif tinggi, sehingga dianggap representatif untuk mengkaji kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Secara teoritis, penelitian ini berlandaskan pada *Expectation–Confirmation Theory* (ECT) yang dikemukakan oleh Oliver, yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk melalui proses evaluasi dengan cara membandingkan harapan pelanggan sebelum menerima layanan dengan kinerja aktual layanan yang dirasakan setelah layanan diterima. Apabila kinerja layanan yang diterima pelanggan sesuai atau melebihi harapan, maka akan terjadi konfirmasi positif yang menghasilkan kepuasan, sedangkan apabila kinerja layanan berada di bawah harapan pelanggan, maka akan terjadi diskonfirmasi negatif yang menimbulkan ketidakpuasan.⁹ Kepuasan pelanggan menjadi indikator utama keberhasilan kinerja pelayanan karena pelanggan secara langsung menilai kualitas layanan yang diberikan serta respons perusahaan terhadap berbagai permasalahan layanan yang mereka alami.¹⁰ Kepuasan pelanggan menurut Kotler dan Keller didefinisikan sebagai perasaan senang atau kecewa yang muncul setelah pelanggan membandingkan antara harapan mereka dengan kinerja aktual layanan yang diterima.¹¹

⁹ Richard L. Oliver, *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer* (McGraw-Hill, 1997), 28-31.

¹⁰ Fandy Tjiptono, *Pemasaran Jasa* (ANDI, 2015), 132-134.

¹¹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 14 ed. (Pearson Education, 2012), 150-153.

Expectation–Confirmation Theory (ECT), kualitas pelayanan merupakan salah satu bentuk kinerja layanan yang dievaluasi pelanggan dalam proses pembentukan kepuasan. Kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan kesesuaian antara harapan pelanggan dan kinerja aktual layanan, sehingga menghasilkan kepuasan pelanggan.¹² Penelitian ini diperkuat oleh penelitian empiris, Resa Aprianti et al. (2022),¹³ Devo Prabowo (2023),¹⁴ Eline Octoviana Hutubessy et al. (2023),¹⁵ menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada layanan ketenagalistrikan PT PLN (Persero). Kualitas pelayanan adalah kondisi dinamis yang mencerminkan kemampuan perusahaan dalam memanfaatkan sumber daya manusia, produk, proses, dan lingkungan layanan untuk memenuhi serta melampaui kebutuhan dan harapan pelanggan melalui penyampaian layanan yang tepat.¹⁶ Hubungan ini diperkuat oleh model SERVQUAL yang dikembangkan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dibentuk oleh lima dimensi utama, yaitu *reliability*, *responsiveness*, *assurance*, *empathy*, dan *tangibles*. Kinerja yang baik pada kelima dimensi tersebut akan membentuk persepsi

¹² Richard L. Oliver, *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer* (McGraw-Hill, 1997), 34-36.

¹³ Resa Aprianti et al., “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) (Studi Pada Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Sumbawa Besar),” *Jurnal Ekonomi & Bisnis* 10, no. 2 (2022): 226–227.

¹⁴ Devo Prabowo, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Listrik Prabayar Pada PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Teluk Sagara” (Universitas Dehasen Bengkulu, 2023).

¹⁵ Eline Octoviana Hutubessy et al., “Pengaruh Kualitas Pelayanan PT. PLN (Persero) Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kota Ambon (Studi Kasus Pelanggan Rumah Tangga Tarif 900 VA),” *Jurnal Administrasi Terapan* 2, no. 1 (2023): 242–245.

¹⁶ Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (ANDI, 2012), 157.

positif pelanggan terhadap layanan yang diterima, yang pada akhirnya meningkatkan tingkat kepuasan pelanggan.¹⁷

Penanganan keluhan merupakan salah satu bentuk kinerja layanan perusahaan ketika terjadi kegagalan layanan. Dalam kerangka *Expectation-Confirmation Theory (ECT)* yang dikemukakan oleh Oliver, penanganan keluhan menjadi tahapan evaluasi lanjutan pelanggan terhadap kinerja perusahaan setelah terjadinya ketidaksesuaian antara harapan dan layanan yang diterima. Apabila keluhan ditangani secara cepat, adil, dan empatik, pelanggan berpotensi mengalami konfirmasi positif meskipun sebelumnya terjadi kegagalan layanan, sehingga kepuasan pelanggan tetap dapat terbentuk.¹⁸ Penelitian ini diperkuat oleh penelitian empiris, Jeni Desya Safitri (2023),¹⁹ Alyanas (2024),²⁰ Ghea Nindya et al. (2024),²¹ menunjukkan bahwa penanganan keluhan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. Penanganan keluhan merupakan upaya sistematis perusahaan dalam merespons dan menyelesaikan kegagalan layanan guna memulihkan kepuasan pelanggan setelah layanan tidak memenuhi harapan.²² Penanganan keluhan diukur melalui beberapa indikator utama, yaitu kecepatan dalam menangani

¹⁷ Valarie A. Zeithaml et al., *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations* (The Free Press, 1990), 20-23.

¹⁸ Richard L. Oliver, *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer* (McGraw-Hill, 1997), 42-44.

¹⁹ Jeni Desya Safitri, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Kantor Cabang Tarakan" (Universitas Borneo Tarakan, 2023).

²⁰ Alyanas, "Efektifitas Penanganan Komplain Melalui Aplikasi PLN Mobile Untuk Mendukung Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Di PT PLN ULP Balikpapan Utara," *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)* 3, no. 2 (2024): 313–316.

²¹ Ghea Nindya et al., "Pengaruh Quality of Service dan Complaint Handling terhadap Customer Retention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening," *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen* 20, no. 3 (2024): 623.

²² Bernd Stauss dan Wolfgang Seidel, *Complaint Management: The Heart of CRM* (Thomson South-Western, 2004), 6-9.

keluhan, keadilan dalam menyelesaikan keluhan, empati petugas terhadap pelanggan, serta kemudahan pelanggan dalam menghubungi perusahaan.²³

Kualitas pelayanan dan penanganan keluhan memiliki hubungan kuat dengan kepuasan pelanggan. Hal ini menjadikan kedua variabel tersebut relevan untuk dianalisis dalam konteks kualitas layanan ketenagalistrikan, khususnya pada PT PLN (Persero), yang dituntut untuk mampu memberikan layanan yang andal sekaligus mengelola keluhan secara efektif sebagai bagian dari peningkatan kinerja pelayanan publik.

PT PLN (Persero) secara strategis mendukung kesejahteraan masyarakat dan kemajuan perekonomian. Perusahaan tersebut merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang mengelola seluruh sektor ketenagalistrikan di Indonesia. Segala sesuatu yang berhubungan dengan listrik, mulai dari penyediaan, pengolahan, dan pemberian solusi kepada pelanggannya, menjadi tanggung jawab PT PLN (Persero).²⁴ Layanan perusahaan ini telah ada di seluruh wilayah Indonesia, salah satunya di wilayah Metro Lampung, yang beralamatkan di Jl AR Prawiranegara 99, Kauman, Kota Metro. Perusahaan ini harus responsif dalam menangani penanganan keluhan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Karena kepuasan sikap pelanggan terhadap jasa merupakan faktor penting

²³ *Ibid.*, 28.

²⁴ Sugeng Arifandi Banurea dan Siti Aisyah, “Perbedaan Kualitas Pelayanan Listrik Pascabayar Dan Listrik Prabayar Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN (Persero) Salak, Pakpak Bharat,” *Jurnal Mahasiswa* 4, no. 4 (2022): 281.

mengembangkan sistem pelayanan dalam merespon kebutuhan pelanggan.²⁵

Untuk menjamin kepuasan pelanggan, kualitas harus ditingkatkan melalui penanganan keluhan pelanggan dan layanan yang merujuknya kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, keluhan pelanggan harus segera ditangani dan diselesaikan dengan cepat. Meski telah dilakukan berbagai upaya, kepuasan pelanggan masih menjadi masalah.²⁶ Untuk melihat bagaimana kondisi tersebut tercermin di tingkat pelanggan, maka pemilihan wilayah penelitian menjadi aspek penting yang perlu dijelaskan.

Pemilihan Kelurahan Hadimulyo Barat sebagai objek penelitian, Provinsi Lampung menurut Bappeda Provinsi Lampung berada pada kategori penyumbang energi listrik menengah di Pulau Sumatera dengan dukungan pembangkit utama seperti Pembangkit Listrik Tenaga UAP (PLTU), Pembangkit Listrik Tenaga Gas (PLTG), dan Pembangkit Listrik Tenaga Diesel (PLTD) sebagai sumber energi listrik, namun kapasitas pembangkit yang tersedia di Lampung belum sepenuhnya mampu memenuhi kebutuhan listrik daerah tersebut secara mandiri dan masih perlu bergantung pada pasokan dari jaringan interkoneksi Sumatera, sehingga menunjukkan tantangan dalam kontinuitas pasokan listrik di wilayah ini.²⁷ Lampung tercatat pernah mengalami pemadaman listrik bergilir berturut-turut serta pemadaman listrik yang berlangsung selama puluhan jam, yang berdampak langsung pada

²⁵ Orsinil Harfian Zega, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Listrik Prabayar Di Kecamatan Gunungsitoli Utara Kota Gunungsitoli,” *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 11, no. 3 (2023): 787.

²⁶ Lishapsari Prihatini, “Peningkatan Loyalitas Pelanggan Melalui Penanganan Komplain Di The 101 Hotel Palembang Rajawali.” *Jurnal Dimensi Komunikasi* 2, no. 2 (2021): 13.

²⁷ Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Lampung, *Rencana Kerja Pemerintah Daerah (RKPD) Provinsi Lampung Tahun 2024* (Lampung: Bappeda Provinsi Lampung, 2024).

aktivitas ekonomi, sosial, dan persepsi pelanggan terhadap layanan kelistrikan di wilayahnya.²⁸ Kelurahan Hadimulyo Barat, sebagai salah satu wilayah layanan PT PLN (Persero) ULP Metro, merupakan area yang terdampak langsung oleh gangguan pasokan listrik termasuk kegiatan pemeliharaan jaringan yang menyebabkan pemutusan aliran listrik di beberapa titik layanan.²⁹

Selain itu, wilayah ini memiliki jumlah pelanggan PLN yang cukup besar dibandingkan wilayah lain di Kecamatan Metro Pusat, yakni sebanyak 4.358 pelanggan, sehingga wilayah ini memberikan representasi yang lebih kuat terhadap pengalaman pelanggan terhadap layanan listrik. Selain itu, Hadimulyo Barat memiliki daya listrik terpasang terbesar di wilayah Metro Pusat, yaitu 6.588.450 VA (Volt-Ampere), yang menunjukkan tingginya tingkat konsumsi dan ketergantungan masyarakat terhadap layanan listrik.³⁰

Berikut adalah data mengenai pelanggan listrik prabayar dan pascabayar di Kelurahan Metro Pusat:

Tabel 1. 1 Data Tarif Daya Pelanggan Listrik

No	Wilayah	Pelanggan	Daya (VA)
1.	Hadimulyo Barat	4.358	6.588.450
2.	Hadimulyo Timur	3.204	4.306.700
3.	Yosomulyo	2.746	3.624.500
4.	Imopuro	3.410	8.990.700

²⁸ Kumparan, “Lampung Masuk dalam Daerah dengan Gangguan Listrik Paling Lama di Indonesia”, Kumparan.com, 2024, <https://kumparan.com/lampunggeh/lampung-masuk-dalam-daerah-dengan-gangguan-listrik-paling-lama-di-indonesia>, diakses 16 Juni 2024.

²⁹ Lampuijo.postingnews.id, “PLN Lakukan Pemadaman Listrik di Kota Metro 16 Juni 2025, Ini Daftar Wilayah Terdampak”, Lampuijo.postingnews.id, 2025, <https://lampuijo.postingnews.id/read/648/pln-lakukan-pemadaman-listrik-di-kota-metro-16-juni-2025>, diakses 6 Juni 2025.

³⁰ Data diperoleh langsung dari PT PLN (Persero) UP3 Metro melalui dokumen resmi yang diberikan kepada peneliti dalam bentuk soft file dan hard file pada tanggal 11 Juli 2025.

Sumber: Data sekunder diperoleh dari Laporan Statistik Ketenagalistrikan PLN Tahun 2024 yang diterbitkan oleh PT PLN (Persero) UP3 Metro.

Penelitian ini mengkaji dua sistem pembayaran listrik, yaitu prabayar dan pascabayar, yang masing-masing memiliki karakteristik dan keunggulan yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan. Listrik prabayar memungkinkan pelanggan mengontrol penggunaan listrik dengan membeli token sesuai kebutuhan dan anggaran, sehingga mereka dapat mengelola pengeluaran dengan lebih bijak dan menghindari tagihan tak terduga. Sementara itu, listrik pascabayar menawarkan kenyamanan dengan pembayaran dilakukan setelah penggunaan, sehingga pelanggan tidak perlu khawatir kehabisan listrik saat sedang digunakan. Pemilihan antara kedua sistem ini juga mencakup seluruh tegangan yang disediakan oleh PT PLN (Persero), yang penting karena pelanggan di Kelurahan Hadimulyo Barat memiliki beragam kebutuhan listrik sesuai dengan jenis usaha atau aktivitas sehari-hari mereka. Namun ketersediaan layanan tersebut belum sepenuhnya menjamin terpenuhinya harapan pelanggan.

Berdasarkan hasil prasurvei terhadap 10 pelanggan PLN di Kelurahan Hadimulyo Barat, diketahui bahwa pengaduan gangguan listrik dilakukan melalui berbagai kanal, baik secara daring melalui aplikasi PLN Mobile dan layanan pengaduan resmi, maupun secara langsung melalui kantor pelayanan PLN. Hasil prasurvei ini menunjukkan bahwa meskipun kanal pengaduan telah tersedia, pelanggan masih merasakan adanya keterbatasan dalam kecepatan dan kejelasan penanganan keluhan.

Masih terdapat kesenjangan antara apa yang diharapkan pelanggan dan apa yang diterima pelanggan, kesenjangan tersebut tampak dari keterlambatan penanganan gangguan, perbedaan antara waktu respons yang dijanjikan dan yang diterima pelanggan, serta komunikasi yang dinilai kurang informatif ketika terjadi pemadaman atau gangguan teknis. Selain itu, sebagian pelanggan masih merasa bahwa proses penyampaian keluhan belum sepenuhnya mudah diakses, sehingga penyelesaian keluhan tidak selalu sesuai dengan yang diharapkan. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan mekanisme penanganan keluhan yang diterima pelanggan belum selaras dengan standar pelayanan yang mereka harapkan. Meskipun PT PLN (Persero) telah melakukan sejumlah langkah untuk meningkatkan kualitas layanan. Hal ini menimbulkan pertanyaan seberapa besar kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan penanganan keluhan.

Permasalahan yang dapat terjadi pada PT PLN (Persero) UP3 Metro diidentifikasi dari beberapa faktor yang saling terkait. Wawancara dengan lima pelanggan di Kelurahan Hadimulyo Barat, yaitu Bapak Tino, Ibu Yanti, Ibu Dwi, Bapak Zahuri, dan Ibu Ida, beberapa masalah telah diungkapkan. Bapak Tino menyampaikan “*Kalau saya mengajukan keluhan, responnya sering lama sekali. Pernah saya menunggu berhari-hari baru ada respons. Jadi saya merasa penanganannya tidak cepat. Seharusnya kalau ada keluhan, bisa langsung ditanggapi, tapi kenyataannya sering terlambat.*”³¹ Ibu Yanti menambahkan “*Pelayanan di kantor PLN sini menurut saya belum maksimal.*

³¹ Wawancara Dengan Bapak Tino, Pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Metro, Pada Tanggal 16 Desember 2024.

*Prosesnya kadang tidak jelas, saya merasa standar pelayanannya masih perlu diperbaiki.*³² Ibu Dwi menyampaikan “*Waktu listrik mati tiba-tiba, saya sudah lapor, tapi responnya sangat lambat. Saya tidak dapat informasi apa pun sampai beberapa hari. Saya merasa seperti diabaikan, padahal saya butuh kejelasan kenapa listrik padam dan kapan bisa normal lagi.*³³ Bapak Zahuri mengungkapkan “*Saya sering kesulitan menghubungi layanan pelanggan. Kalau telepon, kadang tidak diangkat, atau lama sekali menunggu. Dan ketika tersambung pun, informasinya tidak lengkap. Petugas seperti tidak tahu detail masalahnya, saya tidak mendapat solusi yang jelas.*³⁴ Sementara itu, Ibu Ida menambahkan “*Keluhan saya soal listrik yang sering naik turun tidak dijelaskan dengan baik. Saya cuma diberi jawaban singkat, tanpa kepastian kapan masalahnya selesai. Saya berharap ada sistem yang lebih jelas, misalnya status keluhan bisa dipantau, jadi saya tidak bingung menunggu.*³⁵ Temuan lapangan ini kemudian diperkuat oleh data pra-survei.

Hasil prasurvei juga menunjukkan bahwa 40% pelanggan PLN yang mengisi Google Form mengaku bahwa keluhan mereka tidak ditangani dengan cepat oleh karyawan PT PLN (Persero).

³² Wawancara Dengan Ibu Yanti, Pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Metro, Pada Tanggal 16 Desember 2024.

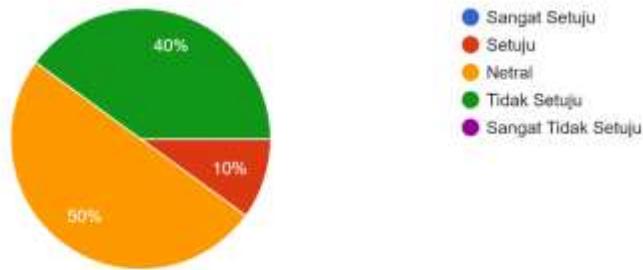
³³ Wawancara Dengan Ibu Dwi, Pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Metro, Pada Tanggal 10 Juni 2025.

³⁴ Wawancara Dengan Bapak Zahuri, Pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Metro, Pada Tanggal 10 Juni 2025.

³⁵ Wawancara Dengan Ibu Ida, Pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Metro, Pada Tanggal 10 Juni 2025.

Gambar 1. 1 Diagram Hasil Prasurvei

Saya merasa keluhan yang saya ajukan ditangani dengan cepat oleh PT PLN (Persero)?
10 jawaban



Sumber: Hasil kuesioner Google Form (data primer), 2025.

Berdasarkan hasil wawancara dengan lima pelanggan di Kelurahan Hadimulyo Barat dan hasil pra-survei melalui Google Form, dapat disimpulkan bahwa memang terdapat indikasi kuat bahwa kualitas pelayanan dan penanganan keluhan di PT PLN (Persero) UP3 Metro perlu diteliti lebih lanjut. Diagram tersebut memiliki keterkaitan langsung dengan variabel kualitas pelayanan dan penanganan keluhan karena persentase pelanggan yang menyatakan keluhan mereka tidak ditangani dengan cepat menunjukkan adanya kelemahan pada aspek *responsiveness* atau daya tanggap dalam kualitas layanan. Dalam teori kualitas pelayanan, kecepatan respons merupakan indikator penting yang mencerminkan sejauh mana penyedia jasa mampu memberikan layanan yang cepat, tepat, dan sesuai harapan pelanggan.³⁶ Oleh karena itu, hasil pra-survei yang menunjukkan bahwa 40% pelanggan menilai penanganan keluhan lambat merupakan bukti empiris awal

³⁶ Anindya Najmina Nareswari dan Adhila Suryaningsih, “Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kecepatan Respons Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Marugame Udon,” *Jurnal Riset Manajemen* 2, no. 4 (2024): 253.

bahwa kualitas pelayanan, khususnya pada dimensi daya tanggap, belum optimal. Temuan ini memperkuat relevansi penelitian, karena diagram tersebut tidak hanya menyajikan data persentase, tetapi juga menggambarkan adanya ketidaksesuaian antara layanan yang diharapkan pelanggan dan layanan yang diterima, sehingga memiliki kaitan langsung dengan kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan.

Dari wawancara, Bapak Tino mengeluhkan lambatnya respon terhadap keluhan yang menunjukkan adanya kekurangan dalam sistem manajemen keluhan. Hal ini kemungkinan disebabkan oleh kurangnya sumber daya manusia atau pelatihan yang memadai bagi karyawan. Kondisi ini mengindikasikan bahwa aspek internal perusahaan, seperti kapasitas dan kompetensi karyawan, berpengaruh terhadap efektivitas penanganan keluhan. Ibu Yanti menambahkan bahwa kualitas pelayanan yang kurang maksimal dapat disebabkan oleh kurangnya perhatian terhadap standar pelayanan. Hal ini menunjukkan bahwa faktor prosedur operasional pendukung juga memengaruhi persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan. Pengalaman Ibu Dwi yang merasa proses tanggapan atas keluhan pemadaman listrik mendadak sangat lambat hingga harus menunggu beberapa hari untuk mendapatkan informasi, memperkuat indikasi bahwa respons terhadap keluhan belum optimal. Hal ini berpotensi menimbulkan rasa diabaikan dan menurunkan kepuasan pelanggan. Bapak Zahuri mengungkapkan kesulitan saat menghubungi layanan pelanggan dan sering kali tidak mendapatkan jawaban yang memuaskan karena karyawan tidak memiliki informasi yang

cukup. Ini menunjukkan adanya masalah komunikasi dan koordinasi internal yang berdampak pada kualitas pelayanan dan penanganan keluhan. Sementara itu, Ibu Ida menyoroti perlunya sistem yang lebih transparan untuk memberikan pembaruan berkala tentang status keluhan serta informasi prosedur pengaduan yang lebih jelas agar pelanggan tidak bingung. Kurangnya transparansi dan informasi yang memadai dapat menimbulkan ketidakpastian dan ketidakpuasan pelanggan. Hasil pra-survei juga mendukung, di mana pelanggan PLN yang mengisi Google Form menyatakan bahwa keluhan mereka tidak ditangani dengan cepat oleh karyawan PT PLN (Persero). Data ini memperkuat bukti bahwa penanganan keluhan yang lambat merupakan masalah nyata yang dirasakan oleh pelanggan. Informasi tersebut memberikan dasar kuat untuk membandingkan temuan penelitian ini dengan kajian sebelumnya.

Menurut karyawan PLN, tanggapan terhadap keluhan yang ada menunjukkan bahwa mereka menyadari adanya kekurangan dalam sistem manajemen keluhan yang ada saat ini. Mereka menjelaskan bahwa lambatnya respons terhadap keluhan disebabkan oleh keterbatasan sumber daya manusia dan pelatihan yang belum optimal bagi karyawan. Karyawan juga mengakui bahwa perhatian terhadap standar pelayanan dan infrastruktur perlu ditingkatkan untuk memastikan kualitas layanan yang lebih baik. Dalam upaya untuk memperbaiki kondisi ini, PLN berkomitmen untuk meningkatkan komunikasi dengan pelanggan, termasuk memberikan pembaruan berkala mengenai status keluhan dan prosedur pengaduan yang lebih jelas. Dengan

langkah-langkah ini, diharapkan pelanggan dapat merasa lebih diperhatikan dan mendapatkan solusi yang lebih cepat dan memuaskan.³⁷ Seluruh temuan tersebut menunjukkan perlunya kajian lebih mendalam mengenai faktor-faktor yang memengaruhi kepuasan pelanggan.

Kualitas pelayanan dan penanganan keluhan merupakan faktor penting yang mempengaruhi kepuasan pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Metro. Masalah yang muncul seperti lambatnya respons, kurangnya sumber daya dan pelatihan, infrastruktur yang tidak memadai, kesulitan komunikasi, serta kurangnya transparansi dan informasi prosedur pengaduan menjadi alasan kuat untuk melakukan penelitian lebih lanjut. Penelitian ini penting untuk mengidentifikasi akar permasalahan secara mendalam dan merumuskan solusi yang efektif guna meningkatkan kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, fokus penelitian dirumuskan secara jelas sebagai berikut.

Dengan mempertimbangkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Metro (Studi Pada Pelanggan Di Kelurahan Hadimulyo Barat).”

B. Identifikasi Masalah

Permasalahan yang penulis ajukan ini dapat di identifikasi permasalahannya sebagai berikut :

³⁷ Wawancara Dengan Bapak Imam Selaku Karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro, Pada Tanggal 12 Juni 2025.

1. Upaya peningkatan kualitas layanan kelistrikan secara nasional belum sepenuhnya merata di seluruh wilayah Indonesia.
2. Beberapa daerah masih mencatat nilai SAIDI dan SAIFI yang berada di atas rata-rata nasional, menunjukkan frekuensi dan durasi gangguan yang relatif tinggi.
3. Ketimpangan kualitas layanan listrik antar daerah berdampak pada keandalan pasokan dan tingkat kepuasan pelanggan.
4. Meningkatnya kebutuhan masyarakat terhadap listrik yang andal tidak selalu diimbangi dengan peningkatan kualitas infrastruktur dan respons penanganan keluhan.

C. Batasan Masalah

Berdasarkan identifikasi masalah sebelumnya, penelitian ini dibatasi agar lebih fokus dan terarah. Batasan masalah pada penelitian ini yaitu :

1. Penelitian ini hanya membahas pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Metro, khususnya pada pelanggan yang berada di Kelurahan Hadimulyo Barat.
2. Penelitian ini juga mengkaji pengaruh penanganan keluhan pelanggan terhadap kepuasan pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Metro di wilayah Kelurahan Hadimulyo Barat.
3. Objek penelitian adalah pelanggan listrik prabayar dan pascabayar yang menggunakan layanan PT PLN (Persero) di Kelurahan Hadimulyo Barat.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian diatas maka diperoleh rumusan masalahnya sebagai berikut :

1. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) UP3 Metro di Hadimulyo Barat?
2. Apakah penanganan keluhan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) UP3 Metro di Hadimulyo Barat?
3. Apakah kualitas pelayanan dan penanganan keluhan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) UP3 Metro di Hadimulyo Barat?

E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Penelitian ini bertujuan sebagai berikut:

a. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah diatas adalah :

- a. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) UP3 Metro di Hadimulyo Barat.
- b. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penanganan keluhan terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) UP3 Metro di Hadimulyo Barat.
- c. Untuk mengetahui dan menganalisis apakah pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan keluhan terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) UP3 Metro di Hadimulyo Barat.

b. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis dan praktis

a. Manfaat Teoritis

1) Bagi Akademisi

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pemahaman tentang hubungan antara kualitas pelayanan, penanganan keluhan, dan kepuasan pelanggan, terutama di bidang penyediaan listrik.

2) Bagi Peneliti Lebih Lanjut

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi penting bagi peneliti selanjutnya yang ingin mengkaji topik serupa, sehingga dapat memperkaya literatur dan pengembangan teori tentang manajemen layanan dan kepuasan pelanggan.

b. Manfaat Praktis

1) Bagi PT PLN (Persero) UP3 Metro

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu meningkatkan kualitas layanan dan menangani keluhan pelanggan, menjadi acuan untuk membuat strategi pelayanan yang lebih baik dan responsif, serta meningkatkan kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

2) Bagi Masyarakat

Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu masyarakat mendapatkan layanan listrik yang lebih baik dan responsif, serta mendorong mereka untuk lebih aktif memberikan masukan agar layanan terus diperbaiki.

F. Penelitian Relevan

Berikut penjelasan beberapa penelitian yang relevan :

Tabel 1. 2 Penelitian Relevan

No	Nama Judul Penelitian	Variabel dan Indikator	Metodelogi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Novelty
1.	Resa Aprianti et al. (2022), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) (Studi Pada Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan	Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu: A. Kualitas Pelayanan (Variabel <i>Independen</i>) Diukur menggunakan dimensi SERVQUAL, yang meliputi: 1. <i>Tangible</i> 2. <i>Reliability</i> 3. <i>Responsiveness</i> 4. <i>Assurance</i>	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif dengan metode survei. Data diperoleh dari pelanggan PT. PLN (Persero) UP3 Sumbawa Besar melalui kuesioner skala <i>Likert</i> .	Hasil penelitian menunjukkan bahwa seluruh dimensi kualitas pelayanan, yaitu <i>tangible</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> , dan <i>empathy</i> , berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN	Persamaan penelitian ini dengan penelitian penulis terletak pada penggunaan pendekatan kuantitatif, metode survei kuesioner, fokus pada kepuasan pelanggan PT. PLN	Perbedaannya, penelitian ini hanya menggunakan satu variabel <i>independen</i> , yaitu kualitas pelayanan, dengan analisis regresi linier sederhana. Sementara itu, penelitian penulis menambahkan variabel	Kebaruan penelitian penulis terletak pada penggabungan variabel kualitas pelayanan dan penanganan keluhan secara simultan dalam konteks layanan ketenagalistrikan di tingkat kelurahan, serta penggunaan indikator penanganan

No	Nama Judul Penelitian	Variabel dan Indikator	Metodelogi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Novelty
	Sumbawa Besar). ³⁸	5. <i>Empathy</i> B. Kepuasan Pelanggan (Variabel <i>Dependen</i>) Diukur berdasarkan persepsi pelanggan terhadap layanan PT. PLN (Persero).	Teknik analisis data menggunakan regresi linier sederhana, yang didahului oleh uji validitas, reliabilitas, serta uji asumsi klasik.	pelanggan, baik secara parsial maupun simultan.	(Persero), serta penggunaan dimensi SERVQUAL sebagai indikator kualitas pelayanan.	penanganan keluhan sebagai variabel <i>independen</i> kedua dan menggunakan regresi linier berganda. Selain itu, indikator kepuasan pelanggan pada penelitian penulis berbasis perilaku, seperti <i>re-purchase</i> , <i>word of mouth</i> , citra merek, dan keputusan menggunakan layanan yang sama.	keluhan dan kepuasan pelanggan berbasis perilaku, sehingga memberikan perspektif yang lebih komprehensif dibandingkan penelitian sebelumnya.
2.	Devo Prabowo	Penelitian ini menggunakan satu	Penelitian ini menggunakan	Hasil penelitian menunjukkan	Persamaan penelitian ini	Perbedaannya, penelitian ini	Kebaruan penelitian penulis

³⁸ Resa Aprianti et al., “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) (Studi Pada Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Sumbawa Besar),” *Jurnal Ekonomi & Bisnis* 10, no. 2 (2022): 226–227.

No	Nama Judul Penelitian	Variabel dan Indikator	Metodelogi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Novelty
	(2023), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Listrik Prabayar Pada PT. PLN (Persero) Unit Layanan Teluk Sagara. ³⁹	variabel <i>independen</i> kualitas pelayanan, yang diukur melalui lima dimensi SERVQUAL, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, serta satu variabel <i>dependen</i> kepuasan pelanggan, yang diukur berdasarkan persepsi pelanggan terhadap kinerja layanan, kesesuaian pelayanan dengan harapan, dan pengalaman menggunakan	pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner skala <i>Likert</i> kepada pelanggan listrik prabayar PLN ULP Teluk Segara. Penentuan sampel menggunakan rumus Slovin. Analisis data dilakukan dengan uji validitas, reliabilitas, uji asumsi	bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan listrik prabayar PT. PLN (Persero) ULP Teluk Segara, serta peningkatan kualitas pelayanan mampu meningkatkan kepuasan dan kesadaran pelanggan dalam penggunaan	dengan penelitian penulis terletak pada penggunaan pendekatan kuantitatif, instrumen kuesioner, serta analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.	hanya menggunakan satu variabel <i>independen</i> , sedangkan penelitian penulis menambahkan variabel penanganan keluhan, sehingga menghasilkan analisis yang lebih komprehensif dibandingkan penelitian ini.	terletak pada penambahan variabel penanganan keluhan serta penggunaan indikator kepuasan pelanggan dan penanganan keluhan, sehingga menghasilkan analisis yang lebih komprehensif dibandingkan penelitian ini.

³⁹ Prabowo, "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Listrik Prabayar Pada PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Teluk Sagara."

No	Nama Judul Penelitian	Variabel dan Indikator	Metodelogi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Novelty
		listrik prabayar PLN.	klasik, regresi linier sederhana, dan uji determinasi.	listrik prabayar.			
3.	Eline Octoviana Hutubessy et al. (2023), Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN (Persero) Kota Ambon (Tarif 900 VA). ⁴⁰	Penelitian ini menggunakan satu variabel <i>independen</i> kualitas pelayanan, yang diukur melalui dimensi SERVQUAL (<i>tangible</i> , <i>reliability</i> , <i>responsiveness</i> , <i>assurance</i> , dan <i>empathy</i>), serta satu variabel <i>dependen</i> kepuasan pelanggan, yang diukur melalui indikator <i>Desire</i>	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuesioner, observasi, dan dokumentasi. Sampel penelitian berjumlah 100 pelanggan rumah tangga tarif 900 VA di Kota	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berada pada kategori sangat baik, dengan indikator empati sebagai nilai tertinggi. Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan	Persamaan dengan penelitian ini hanya menggunakan satu variabel <i>independen</i> , sedangkan penelitian penulis menambahkan variabel penanganan keluhan serta penggunaan indikator kepuasan pelanggan yang lebih komprehensif.	Perbedaannya, penelitian ini hanya menggunakan satu variabel <i>independen</i> , sedangkan penelitian penulis menambahkan variabel penanganan keluhan serta penggunaan indikator kepuasan pelanggan yang lebih komprehensif.	Penelitian penulis memperluas penelitian ini dengan menambahkan variabel penanganan keluhan serta penggunaan indikator kepuasan pelanggan yang lebih komprehensif.

⁴⁰ Eline Octoviana Hutubessy et al., "Pengaruh Kualitas Pelayanan PT. PLN (Persero) Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kota Ambon (Studi Kasus Pelanggan Rumah Tangga Tarif 900 VA).," *Jurnal Administrasi Terapan* 2, no. 1 (2023): 242–245.

No	Nama Judul Penelitian	Variabel dan Indikator	Metodelogi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Novelty
		<i>Service</i> dan <i>Adequate Service.</i>	Ambon yang dipilih menggunakan <i>simple random sampling</i> .	pelanggan dengan kontribusi sebesar 66%.		menurut Kotler. Teknik pengambilan sampel juga berbeda.	
4.	Jeni Desya Safitri (2023), Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Kantor Cabang Tarakan. ⁴¹	Penelitian ini menggunakan dua variabel <i>independen</i> , yaitu kualitas pelayanan (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati) dan penanganan keluhan (kecepatan penyelesaian, keadilan, empati terhadap pelanggan komplain, serta kemudahan menghubungi	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pengumpulan data melalui kuesioner skala <i>Likert</i> . Sampel ditentukan menggunakan <i>purposive sampling</i> terhadap nasabah aktif Bank BNI	Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas layanan dan penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan nasabah Bank BNI Kantor Cabang Tarakan.	Persamaan dengan penelitian penulis terletak pada penggunaan pendekatan kuantitatif, instrumen kuesioner, serta variabel kualitas pelayanan dan penanganan keluhan.	Perbedaannya terletak pada objek dan teknik sampling, di mana penelitian ini dilakukan pada sektor perbankan dengan <i>purposive sampling</i> , sedangkan penelitian penulis dilakukan pada pelanggan PLN dengan <i>cluster</i>	Penelitian penulis menawarkan kebaruan pada konteks sektor ketenagalistrikan, dengan menerapkan variabel penanganan keluhan pada pelanggan listrik prabayar di PLN UP3 Metro.

⁴¹ Safitri, "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Kantor Cabang Tarakan."

No	Nama Judul Penelitian	Variabel dan Indikator	Metodelogi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Novelty
		perusahaan), serta satu variabel <i>dependen</i> kepuasan nasabah yang diukur melalui kepuasan atas pelayanan, kesigapan, dan terpenuhinya harapan.	Kantor Cabang Tarakan yang pernah melakukan pengaduan.			<i>sampling.</i>	
5.	Alyanas (2024), Efektivitas Penanganan Komplain Melalui Aplikasi PLN Mobile Terhadap Kepuasan Pelanggan di PT PLN ULP	Penelitian ini menggunakan variabel penanganan komplain melalui PLN Mobile, kinerja pelayanan, dan kepuasan pelanggan, dengan indikator meliputi kecepatan respon, penyelesaian	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatori dengan metode survei terhadap 150 pelanggan pengguna aplikasi PLN Mobile.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa penanganan komplain melalui PLN Mobile berpengaruh signifikan terhadap kinerja pelayanan dan	Persamaan dengan penelitian penulis terletak pada fokus penanganan keluhan dan kepuasan pelanggan PLN serta penggunaan	Perbedaannya, penelitian ini menggunakan variabel kinerja pelayanan sebagai intervening dan berfokus pada penanganan keluhan dengan indikator yang berbeda dalam konteks layanan PLN non-	Kebaruan penelitian penulis terletak pada pengujian simultan kualitas pelayanan dan penanganan keluhan dengan indikator yang berbeda dalam konteks layanan PLN non-

No	Nama Judul Penelitian	Variabel dan Indikator	Metodelogi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Novelty
	Balikpapan Utara. ⁴²	keluhan, kemudahan penggunaan aplikasi, kualitas pelayanan, dan persepsi kepuasan.	Analisis data dilakukan menggunakan <i>Partial Least Square</i> (PLS) melalui SmartPLS.	kepuasan pelanggan, serta kinerja pelayanan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.	pendekatan kuantitatif.	penelitian penulis meneliti kualitas pelayanan dan penanganan keluhan secara umum tanpa variabel intervening.	aplikatif dan lokasi penelitian yang berbeda.
6.	Ghea Nindya et al. (2024), Pengaruh <i>Quality of Service</i> dan <i>Complaint Handling</i> terhadap <i>Customer Retention</i> dengan <i>Customer Satisfaction</i> sebagai	Penelitian ini menggunakan variabel <i>quality of service</i> (<i>tangible, reliability, responsiveness, assurance, empathy</i>), <i>complaint handling</i> (kecepatan, keadilan, empati, kemudahan akses), customer satisfaction, dan	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei kuesioner skala <i>Likert</i> . Analisis data dilakukan menggunakan regresi linier berganda dengan uji	Hasil penelitian menunjukkan bahwa <i>quality of service</i> dan <i>complaint handling</i> berpengaruh positif terhadap <i>customer satisfaction</i> dan <i>customer retention</i> , serta <i>customer satisfaction</i>	Persamaan dengan penelitian penulis terletak pada penggunaan pendekatan kuantitatif, metode survei, serta variabel kualitas pelayanan dan	Perbedaannya terletak pada objek penelitian, di mana penelitian ini dilakukan pada sektor jasa internet, sedangkan penelitian penulis pada sektor ketenagalistrikan PLN, serta	Kebaruan penelitian penulis terletak pada penerapan simultan kualitas pelayanan dan penanganan keluhan dalam konteks layanan ketenagalistrikan tingkat kelurahan dengan indikator kepuasan pelanggan

⁴² Alyanas, "Efektifitas Penanganan Komplain Melalui Aplikasi PLN Mobile Untuk Mendukung Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Di PT PLN ULP Balikpapan Utara," *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)* 3, no. 2 (2024): 313–316.

No	Nama Judul Penelitian	Variabel dan Indikator	Metodelogi	Hasil Penelitian	Persamaan	Perbedaan	Novelty
	Variabel Intervening. ⁴³	customer retention.	validitas dan reliabilitas.	terbukti sebagai variabel mediasi.	penanganan keluhan.	perbedaan indikator kepuasan pelanggan.	berbasis perilaku.

⁴³ Ghea Nindya et al., "Pengaruh Quality of Service dan Complaint Handling terhadap Customer Retention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening," *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen* 20, no. 3 (2024): 623.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kepuasan Pelanggan

1. Expectation–Confirmation Theory (ECT)

Expectation–Confirmation Theory (ECT) merupakan teori perilaku konsumen yang menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk melalui proses evaluasi antara harapan awal (*expectation*) dan kinerja aktual yang dirasakan setelah penggunaan suatu produk atau layanan. Teori ini menegaskan bahwa pelanggan akan membentuk ekspektasi sebelum menggunakan layanan, kemudian membandingkannya dengan pengalaman nyata yang diterima. Apabila kinerja layanan sesuai atau melebihi harapan, maka terjadi konfirmasi positif (*confirmation*) yang menghasilkan kepuasan, sedangkan kinerja yang berada di bawah harapan akan menimbulkan ketidaksesuaian negatif (*negative disconfirmation*) dan berujung pada ketidakpuasan pelanggan.¹

Dalam kerangka *Expectation–Confirmation Theory* (ECT), kepuasan pelanggan tidak hanya dipengaruhi oleh kualitas layanan yang diterima, tetapi juga oleh proses kognitif pelanggan dalam membandingkan kinerja aktual dengan ekspektasi awal. Oliver menjelaskan bahwa kepuasan merupakan respons afektif yang muncul setelah pelanggan melakukan evaluasi menyeluruh terhadap pengalaman layanan. Oleh karena itu, kualitas pelayanan yang baik akan meningkatkan

¹ Richard L. Oliver, *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer* (McGraw-Hill, 1997), 34-38.

kemungkinan terjadinya konfirmasi positif, sementara kualitas pelayanan yang buruk akan memperbesar kesenjangan antara harapan dan kinerja yang dirasakan.²

Kualitas pelayanan memiliki peran penting dalam proses konfirmasi harapan pelanggan. Apabila dimensi kualitas pelayanan, seperti bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati, mampu memberikan kinerja yang sesuai dengan harapan pelanggan, maka tingkat kepuasan akan meningkat. Sebaliknya, apabila kualitas pelayanan yang dirasakan berada di bawah harapan, maka akan terjadi *negative disconfirmation* yang memicu ketidakpuasan pelanggan. Dengan demikian, kualitas pelayanan menjadi faktor utama yang menentukan kepuasan pelanggan berdasarkan perspektif *Expectation–Confirmation Theory* (ECT).³

Selain kualitas pelayanan, penanganan keluhan juga berperan penting dalam membentuk kepuasan pelanggan. Dalam situasi layanan yang bermasalah, pelanggan memiliki harapan bahwa perusahaan akan menangani keluhan secara cepat, adil, dan empatik. Penanganan keluhan yang efektif dapat memperbaiki persepsi pelanggan terhadap kinerja layanan dan menciptakan konfirmasi positif, meskipun sebelumnya pelanggan mengalami ketidakpuasan. Hal ini sejalan dengan pandangan Oliver bahwa pengalaman pascakonsumsi, termasuk respons perusahaan

² *Ibid.*, 41-45.

³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15 ed. (Pearson Education, 2016), 153-156.

terhadap keluhan, sangat menentukan evaluasi kepuasan pelanggan secara keseluruhan.⁴

Dalam konteks layanan publik seperti ketenagalistrikan PT PLN (Persero), *Expectation–Confirmation Theory* (ECT) memberikan kerangka konseptual yang kuat untuk menjelaskan hubungan antara kualitas pelayanan, penanganan keluhan, dan kepuasan pelanggan. Kepuasan yang terbentuk melalui konfirmasi positif atas kualitas pelayanan dan penanganan keluhan akan memengaruhi sikap dan perilaku pelanggan selanjutnya, seperti keinginan untuk terus menggunakan layanan, menyampaikan rekomendasi positif, serta membangun citra perusahaan yang baik. Oleh karena itu, ECT sangat relevan digunakan sebagai landasan teori dalam penelitian kepuasan pelanggan pada sektor ketenagalistrikan.⁵

2. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Setiap perusahaan, baik yang bergerak di bidang manufaktur maupun jasa, memerlukan pelanggan. Tujuan utama setiap bisnis adalah untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Selain penting untuk mempertahankan operasional perusahaan, memenuhi keinginan pelanggan juga dapat membantu perusahaan menjadi lebih unggul dibandingkan pesaingnya.⁶

⁴ Richard L. Oliver, *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer* (McGraw-Hill, 1997), 210-215.

⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 15 ed. (Pearson Education, 2016), 155-158.

⁶ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 14 ed. (Pearson Education, 2012), 5-6.

Menurut Kamus Bahasa Indonesia yang kata "kepuasan" berasal dari kata "puas," yang berarti perasaan gembira atau senang yang muncul dari hal-hal yang menyenangkan dan melegakan. Jadi, kepuasan adalah perasaan senang dan lega yang dirasakan seseorang setelah menggunakan suatu produk atau layanan.⁷

Beberapa ahli mendefinisikan kepuasan pelanggan sebagai respons pelanggan setelah membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan harapan mereka. Day (dalam Tse dan Wilton) menyatakan bahwa kepuasan atau ketidakpuasan pelanggan timbul sebagai reaksi setelah pelanggan menilai apakah kinerja yang diterima sesuai atau tidak dengan harapan awal atau standar kinerja lainnya setelah menggunakan produk. Engel et al. menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah penilaian setelah pembelian, di mana pelanggan merasa puas jika hasil yang diperoleh memenuhi atau melampaui harapan, sedangkan ketidakpuasan muncul ketika hasil tersebut gagal memenuhi harapan.⁸ Kotler menambahkan bahwa kepuasan pelanggan mencerminkan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja produk yang dirasakan dengan ekspektasi yang dimilikinya.⁹

Pelanggan yang puas dengan nilai yang diberikan oleh suatu produk atau layanan cenderung akan terus menggunakannya dalam jangka waktu yang lama dan bahkan bisa merekomendasikan perusahaan kita

⁷ Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Balai Pustaka, 2008), 1110.

⁸ Engel et al., *Consumer Behavior*, 10 ed. (Thomson South-Western, 2012), 120-122.

⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 14 ed. (Pearson Education, 2012), 150.

kepada orang lain di masa depan. Oleh karena itu, kebahagiaan pelanggan dianggap sebagai hal yang sangat penting dalam pemasaran. Karena dampak positif dari kepuasan pelanggan sangat besar, baik secara langsung maupun tidak langsung, banyak perusahaan yang mengutamakan kepuasan pelanggan dalam menjalankan usaha mereka.¹⁰

Penilaian terhadap kinerja suatu produk dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya adalah seberapa dekat pelanggan dengan produk tersebut. Pelanggan cenderung memberikan penilaian positif pada produk yang mereka sukai. Selain itu, harapan pelanggan terbentuk dari pengalaman pembelian sebelumnya, informasi dari teman, serta informasi yang disampaikan oleh tim pemasaran. Jika tim pemasaran menetapkan harapan yang terlalu rendah, produk akan terlihat kurang menarik. Sebaliknya, jika harapan yang diberikan terlalu tinggi, pelanggan mungkin akan merasa kecewa. Perusahaan yang berhasil dalam pemasaran adalah yang mampu menawarkan janji menarik kepada pelanggan dan memenuhi harapan mereka terhadap produk yang ditawarkan.¹¹

3. Faktor – Faktor Kepuasan Pelanggan

Menurut Handi ada lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan, yaitu:¹²

- a) Kualitas Produk

¹⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 14 ed. (Pearson Education, 2012), 153-154.

¹¹ Richard L. Oliver, *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer* (McGraw-Hill, 1997), 13-15.

¹² Handi Irawan, *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan* (PT Elex Media Komputindo, 2009), 37-40.

Pelanggan merasa puas ketika mereka menilai bahwa produk yang mereka gunakan memiliki kualitas yang baik.

b) Kualitas Pelayanan

Pelanggan merasa puas jika mereka menerima pelayanan yang baik atau sesuai dengan harapan mereka.

c) Faktor Emosional

Pelanggan merasa bangga dan percaya diri saat menggunakan produk tertentu, karena mereka yakin orang lain akan memperhatikan dan mengagumi mereka, yang membuat mereka lebih puas.

d) Harga

Jika produk memiliki kualitas yang sama tetapi harganya lebih murah, pelanggan akan merasa mendapatkan nilai lebih.

e) Biaya dan kemudahan mendapatkan produk

Pelanggan biasanya merasa puas dengan produk jika mereka tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau menghabiskan waktu untuk mendapatkannya.

4. Indikator Kepuasan Pelanggan

Menurut teori Kotler faktor utama dalam mempertahankan pelanggan adalah kepuasan pelanggan. Indikator dari kepuasan pelanggan dapat diukur melalui beberapa aspek :¹³

a. *Re-purchase*

¹³ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 14 ed. (Pearson Education, 2012), 154-156..

Yaitu melakukan pembelian ulang, di mana pelanggan akan kembali ke perusahaan untuk mencari produk atau layanan.

b. Menciptakan *Word-of-Mouth*

Dalam hal ini, yaitu pelanggan akan menyampaikan/merekomendasikan hal-hal positif mengenai perusahaan kepada orang lain.

c. Menciptakan Citra Merek

Yaitu pelanggan akan cenderung mengabaikan merek dan iklan dari produk yang ditawarkan oleh pesaing.

d. Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama

Yaitu melakukan pembelian produk lain dari perusahaan yang sama.

B. Kualitas Pelayanan

1. Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan dapat dikategorikan menjadi dua kriteria yaitu kualitas layanan baik dan kualitas layanan buruk. Tingkat kualitas pelayanan ini bervariasi dan dapat disesuaikan, bukan bersifat tetap. Tentu saja, perubahan ini bertujuan untuk meningkatkan standar pelayanan ke tingkat yang lebih tinggi. Untuk mendukung proses perubahan kualitas pelayanan, diperlukan beberapa hal, seperti survei atau observasi pelanggan yang mencakup komentar, sudut pandang, dan umpan balik mengenai layanan yang diberikan.¹⁴

Menurut Tjiptono kualitas layanan adalah suatu kondisi yang dinamis dan sangat bergantung pada sumber daya manusia, produk,

¹⁴ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (ANDI, 2014), 51-53.

layanan, proses, serta lingkungan yang dapat memenuhi atau bahkan melampaui standar kualitas yang ditetapkan. Kualitas pelayanan berarti berusaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, sambil menyeimbangkan harapan mereka melalui cara penyampaian yang tepat dan pemenuhan kebutuhan serta keinginan pelanggan.¹⁵

Sementara itu, Kotler dan Armstrong menjelaskan bahwa kualitas layanan mencakup semua karakteristik dari produk atau layanan yang berkontribusi pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kualitas pelayanan yang baik sangat penting dalam menentukan tingkat kepuasan pelanggan, di mana pelanggan cenderung merasa lebih puas ketika menerima barang dan jasa berkualitas tinggi. Tingkat kepuasan yang tinggi ini dapat memberikan keuntungan finansial bagi perusahaan.¹⁶ Untuk mempertahankan bisnis jasa, dua strategi utama yang perlu diterapkan adalah memenuhi harapan pelanggan dan terus menawarkan layanan dengan kualitas yang lebih baik dibandingkan dengan pesaing.

Rambat Lupiyoadi menambahkan bahwa kualitas pelayanan dapat diukur dari sejauh mana perbedaan antara harapan pelanggan dan layanan yang sebenarnya mereka terima. Kualitas layanan dapat ditentukan dengan membandingkan layanan yang diminta oleh pelanggan dengan persepsi mereka terhadap layanan yang diberikan. Kualitas layanan menjadi aspek

¹⁵ Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (ANDI, 2012), 157.

¹⁶ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Principles of Marketing*, 14 ed. (Pearson Education, 2012), 230-232.

pertama yang diperhatikan oleh bisnis, mencakup semua sumber daya yang dimiliki.¹⁷

Suatu kualitas layanan dianggap baik ketika penyedia layanan dapat memenuhi atau bahkan melampaui harapan pelanggan. Oleh karena itu, penting untuk mencapai keseimbangan antara kebutuhan, keinginan, dan apa yang ditawarkan agar pelanggan merasa puas. Dapat dikatakan bahwa fokus utama kualitas pelayanan adalah upaya untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan dalam penyampaian untuk menyeimbangkan harapan mereka.

2. Kriteria Pelayanan

Menurut Tjiptono terdapat beberapa jenis kriteria pelayanan, yaitu:¹⁸

- a. Ketepatan waktu pelayanan, mencakup waktu tunggu untuk pembayaran dan transaksi. Hal ini adalah salah satu dari berbagai faktor kualitas yang harus diperhatikan, baik dalam proses pembayaran maupun dalam pelayanan secara keseluruhan.
- b. Akurasi pelayanan, yaitu upaya untuk mengurangi kesalahan dalam transaksi dan pelayanan. Sebagai penyedia layanan, kita harus meminimalkan kesalahan dan berusaha untuk tidak mengecewakan pelanggan jika terjadi kesalahan.
- c. Sopan santun dan keramahan sangat penting dalam memberikan pelayanan. Sikap ramah dan sopan adalah salah satu komponen utama

¹⁷ Rambat Lupiyoadi, *Manajemen Pemasaran Jasa*, 3 ed. (Salemba Empat, 2013), 216-218.

¹⁸ Fandy Tjiptono, *Manajemen Jasa* (ANDI, 2014), 59-61.

dalam pelayanan, yang mencerminkan perilaku kita saat melayani pelanggan.

- d. Kemudahan dalam mendapatkan pelayanan, seperti adanya sumber daya manusia yang siap membantu melayani pelanggan dan fasilitas pendukung seperti komputer untuk memeriksa ketersediaan produk, sangat penting. Dalam konsep pelayanan, pelanggan akan merasa puas jika pelayanan dilakukan dengan cepat, memahami keinginan pelanggan, dan tanggap terhadap pertanyaan yang diajukan. Salah satu faktor pendukungnya adalah sumber daya yang kompeten dan teknologi yang dapat memperlancar proses pelayanan yang dilakukan oleh karyawan layanan.
- e. Kenyamanan bagi pelanggan meliputi hal-hal seperti lokasi, tempat parkir, ruang tunggu yang nyaman, kebersihan, aksesibilitas informasi, dan lain sebagainya. Konsep pelayanan mencakup lebih dari sekedar pelayanan antar manusia. Didukung dengan pelayanan lainnya seperti tempat parkir yang luas, lokasi yang mudah dijangkau, kebersihan, keramahan pelanggan dalam mencari informasi, dan unsur pelayanan lainnya yang kompak maka pelanggan akan semakin senang.

3. Indikator Kualitas Pelayanan

Menurut Parasuraman, Berry, Zeithaml ada lima indikator untuk mengetahui kualitas pelayanan yang dirasakan secara nyata oleh pelanggan, yaitu:¹⁹

- a. Reliabilitas (*reliability*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan layanan yang konsisten, tepat waktu, dan akurat sesuai dengan yang dijanjikan. Ini mencakup ketepatan dalam memenuhi komitmen dan menghindari kesalahan dalam penyampaian jasa.
- b. Daya tanggap (*responsiveness*), yaitu kesiapan dan kemampuan karyawan untuk membantu pelanggan dengan cepat dan efisien. Ini mencakup kemampuan untuk menjawab pertanyaan pelanggan, memberikan informasi mengenai waktu layanan, dan melaksanakan layanan dengan segera.
- c. Jaminan (*assurance*), yaitu perilaku karyawan yang menciptakan kepercayaan dan rasa aman bagi pelanggan. Ini mencakup sikap sopan, pengetahuan, dan keterampilan karyawan dalam menangani pertanyaan atau masalah pelanggan, yang berkontribusi pada citra positif perusahaan.
- d. Empati (*empathy*), yaitu kemampuan perusahaan untuk memahami dan merespons kebutuhan serta masalah pelanggan secara individual. Ini mencakup perhatian yang diberikan kepada pelanggan dan

¹⁹ Valarie A. Zeithaml et al., *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations* (The Free Press, 1990), 15-23.

penyesuaian layanan untuk memenuhi kebutuhan spesifik mereka, serta menjaga kenyamanan dalam jam kerja.

- e. Bukti fisik (*tangibles*), yaitu aspek fisik yang mencakup daya tarik fasilitas, peralatan, dan perlengkapan perusahaan, serta penampilan karyawan. Ini mencerminkan kualitas dan profesionalisme perusahaan yang dapat memengaruhi persepsi pelanggan terhadap layanan yang diberikan.

C. Penanganan Keluhan

1. Pengertian Penanganan Keluhan

Keluhan pelanggan menurut Kotler adalah ungkapan emosional pelanggan yang muncul ketika mereka merasa tidak puas dengan barang atau jasa yang diterima. Ini bisa berupa pernyataan ketidakpuasan, baik secara lisan maupun tertulis, mengenai produk atau layanan tertentu.²⁰ Setiap keluhan yang muncul dari pelanggan harus diidentifikasi dan dikategorikan berdasarkan sifat serta tingkat penyelesaiannya. Keluhan pelanggan berfungsi sebagai indikasi atau cermin untuk memperbaiki praktik yang tidak sesuai dalam perusahaan.²¹ Segala bentuk kekecewaan atau ketidakpuasan dapat dianggap sebagai keluhan.

Setelah mengidentifikasi langkah-langkah untuk menangani keluhan, penting untuk diingat bahwa strategi ini tidak akan berhasil tanpa keterlibatan semua pihak yang terlibat di tingkat operasional, termasuk

²⁰ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 14 ed. (Pearson Education, 2012), 153-155.

²¹ *Ibid.*, 156.

karyawan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan dan tim layanan pelanggan. Oleh karena itu, pelatihan tentang cara menangani keluhan sangat penting untuk meningkatkan keterampilan karyawan dalam berhadapan dengan pelanggan.

Penanganan keluhan tidak akan berjalan secara efektif tanpa keterlibatan seluruh pihak yang berada di tingkat operasional, terutama karyawan yang berinteraksi langsung dengan pelanggan dan bagian layanan pelanggan. Oleh karena itu, perusahaan perlu memberikan pelatihan khusus mengenai cara menangani keluhan agar karyawan memiliki keterampilan komunikasi dan empati yang baik dalam menghadapi pelanggan yang tidak puas.²²

Penanganan keluhan menurut Stauss dan Seidel adalah usaha sistematis dari perusahaan untuk memperbaiki kesalahan dan meningkatkan kepuasan pelanggan.²³ Ketika terjadi kegagalan dalam layanan, respons dari perusahaan disebut penyelesaian keluhan. Proses ini bertujuan untuk mengembalikan kebahagiaan pelanggan yang tidak puas setelah layanan tidak memenuhi harapan mereka.²⁴ Penanganan keluhan yang efektif dan efisien dapat dicapai jika perusahaan mempertimbangkan dengan baik cara menangani berbagai jenis keluhan dan karakteristik pelanggan saat menyelesaikan masalah tersebut.

²² Fandy Tjiptono, *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima* (ANDI, 2012), 101.

²³ Bernd Stauss dan Wolfgang Seidel, *Complaint Management: The Heart of CRM* (Thomson South-Western, 2004), 5-7.

²⁴ *Ibid.*, 9-11.

2. Penyebab Terjadinya Keluhan

Pada dasarnya, sebagian besar keluhan dibuat oleh pelanggan yang tidak puas dengan layanan perusahaan atau merasa bahwa layanan tersebut tidak memenuhi harapan mereka.²⁵

Menurut Soeharto A. Majid ada beberapa hal yang menyebabkan terjadinya keluhan pelanggan, antara lain:²⁶

- a) Pelanggan tidak mendapatkan layanan yang mereka harapkan
- b) Pelanggan merasa diabaikan, seperti disuruh menunggu tanpa penjelasan
- c) Tidak ada yang mau mendengarkan keluhan mereka
- d) Pelanggan diperlakukan dengan tidak hormat atau tidak mendapatkan bantuan
- e) Tidak ada yang bersedia bertanggung jawab atas masalah yang terjadi.

Kepuasan pelanggan sangat dipengaruhi oleh kualitas kinerja pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu, keluhan sering kali muncul akibat pelayanan yang tidak memenuhi harapan, yang membuat pelanggan merasa tidak puas.²⁷ Kualitas pelayanan dianggap buruk dan tidak memadai jika tidak sesuai dengan ekspektasi pelanggan. Dari pernyataan

²⁵ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 14 ed. (Pearson Education, 2012), 150-152.

²⁶ Soeharto A. Majid, *Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan* (PT Rajagrafindo Persada, 2009), 149.

²⁷ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Marketing Management*, 14 ed. (Pearson Education, 2012), 153.

ini, jelas bahwa salah satu alasan pelanggan mengeluh adalah ketika mereka menerima pelayanan yang di bawah standar.²⁸

3. Indikator Penanganan Keluhan

Menurut Stauss & Seidel berdasarkan konsep mereka, penanganan keluhan yang efektif harus memenuhi:²⁹

1. Kecepatan dalam menangani keluhan (Fast response), yaitu berkaitan dengan seberapa cepat perusahaan merespons dan menyelesaikan keluhan yang diajukan oleh pelanggan. Penanganan yang cepat dapat mencegah ketidakpuasan yang berkepanjangan dan meningkatkan kemungkinan pelanggan merasa puas, yang pada gilirannya dapat mendorong mereka untuk tetap menjadi pelanggan setia.
2. Keadilan dalam menyelesaikan masalah atau keluhan (Perceived fairness), yaitu berhubungan dengan prinsip kewajaran dan proporsionalitas dalam menyelesaikan keluhan pelanggan. Perusahaan harus mempertimbangkan biaya dan kinerja jangka panjang untuk mencapai hasil yang saling menguntungkan (*win-win*) bagi pelanggan dan perusahaan, di mana kedua belah pihak merasa diuntungkan dari penyelesaian masalah.
3. Empati terhadap pelanggan yang marah (Empathetic interaction), yaitu menggambarkan kemampuan perusahaan untuk mendengarkan dan memahami keluhan pelanggan dengan penuh perhatian. Dengan

²⁸ Valarie A. Zeithaml et al., *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations* (The Free Press, 1990), 16-18.

²⁹ Bernd Stauss dan Wolfgang Seidel, *Complaint Management: The Heart of CRM* (Thomson South-Western, 2004), 14-28.

memberikan waktu untuk mendengarkan, perusahaan dapat lebih memahami situasi yang dihadapi pelanggan, sehingga solusi yang optimal dapat ditemukan bersama.

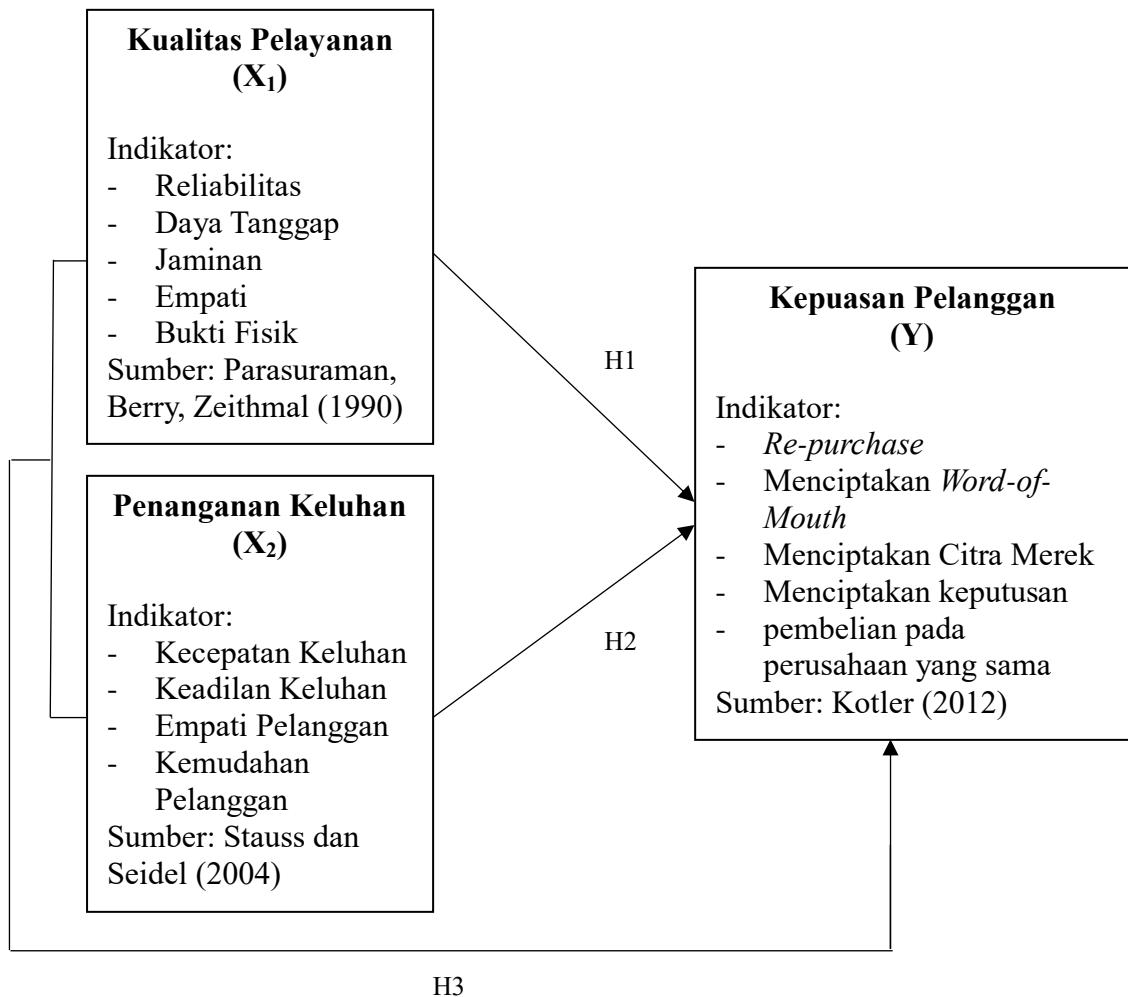
4. Kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan (Easy accessibility), yaitu pentingnya aksesibilitas bagi pelanggan dalam menyampaikan komentar, saran, kritik, pertanyaan, atau keluhan. Perusahaan perlu menyediakan saluran komunikasi yang mudah dan terjangkau, seperti hotline bebas pulsa dan website, untuk memfasilitasi pelanggan dalam menyampaikan keluhan mereka.

D. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah alat bagi peneliti untuk menganalisis perencanaan dan mengembangkan argumen terkait asumsi yang akan dituju. Dalam penelitian kuantitatif, hasil akhirnya adalah menerima atau menolak hipotesis yang diajukan. Sementara itu, penelitian yang berbentuk pernyataan atau narasi dimulai dari data dan menggunakan teori sebagai dasar penjelasan, yang kemudian diakhiri dengan pembaruan pernyataan atau hipotesis.

Penelitian ini mempunyai dua variabel *independen* (bebas) dan satu variabel *dependen* (terikat). Kualitas pelayanan sebagai variabel *independen* pertama (X_1), dan penanganan keluhan sebagai variabel *independen* kedua (X_2). Variabel *dependen* dalam penelitian ini adalah kepuasan pelanggan (Y). Berdasarkan ketiga variabel tersebut peneliti akan mengukur pengaruh kualitas pelayanan, dan penanganan keluhan terhadap kepuasan pelanggan. Berikut kerangka pemikiran yang disusun dalam penelitian ini:

Gambar 2.1 Bagan Kerangka Berfikir



Keterangan:

1. Pengaruh (X_1) terhadap Y
2. Pengaruh (X_2) terhadap Y
3. Pengaruh (X_1, X_2) Terhadap Y secara simultan

E. Hipotesis Penelitian

Menurut Moh. Nazir menyebutkan hipotesis adalah jawaban sementara untuk masalah penelitian yang harus diuji dengan data nyata.³⁰ Hipotesis ini bersifat sementara dan merupakan perkiraan atau dugaan tentang fenomena yang diamati, dengan tujuan untuk memahaminya lebih baik.³¹

Adapun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan adalah keunggulan atau kelebihan yang diharapkan oleh konsumen dari suatu layanan untuk memenuhi kebutuhannya. Jika produk atau jasa yang diterima sesuai dengan harapan pelanggan, maka kualitas pelayanan perusahaan akan dianggap baik dan positif. Selain itu, kualitas pelayanan juga mencakup cara kerja perusahaan dalam memberikan layanan, di mana perusahaan terus berupaya melakukan perbaikan agar produk atau layanan yang dihasilkan semakin baik di masa depan. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Resa Aprianti et al. (2022) dalam Jurnal Ekonomi & Bisnis meneliti Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) (Studi Pada Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Sumbawa Besar). Hasil penilitian ini menyatakan bahwa kualitas pelayanan yang diukur melalui dimensi

³⁰ Moh. Nazir, *Buku Ajar Metode Penelitian: Teori dan Praktik*, 31 ed. (Ghalia Indonesia, 2005).

³¹ Tamaulina Sembiring et al., *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori Dan Praktik)* (Saba Jasa Publisher, 2024).

SERVQUAL berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan.³²

Temuan ini diperkuat oleh penelitian Devo Prabowo (2023) yang membuktikan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan listrik prabayar PT PLN (Persero) ULP Teluk Segara.³³ Selain itu penelitian lain yang dilakukan oleh Eline Octoviana Hutubessy et al. (2023) juga menemukan bahwa kualitas pelayanan PT PLN (Persero) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan rumah tangga di Kota Ambon.³⁴

Dari argumen di atas hipotesis variabel kualitas pelayanan pada penelitian ini:

H_{01} : Tidak ada pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

H_{a1} : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

2. Pengaruh Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan Pelanggan

Penanganan keluhan adalah proses yang dilakukan perusahaan untuk menerima, menanggapi, dan menyelesaikan keluhan atau masalah yang disampaikan oleh pelanggan. Penanganan keluhan yang baik bertujuan untuk memperbaiki pengalaman pelanggan ketika layanan yang diterima tidak sesuai dengan harapan mereka.

³² Resa Aprianti et al., “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) (Studi Pada Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Sumbawa Besar),” *Jurnal Ekonomi & Bisnis* 10, no. 2 (2022): 226–227.

³³ Prabowo, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Listrik Prabayar Pada PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Teluk Sagara.”

³⁴ Eline Octoviana Hutubessy et al., “Pengaruh Kualitas Pelayanan PT. PLN (Persero) Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kota Ambon (Studi Kasus Pelanggan Rumah Tangga Tarif 900 VA).,” *Jurnal Administrasi Terapan* 2, no. 1 (2023): 242–245.

Berdasarkan penelitian oleh Jeni Desya Safitri (2023) menyatakan bahwa penanganan keluhan yang dilakukan secara cepat, adil, dan empatik mampu meningkatkan kepuasan pelanggan.³⁵ Selanjutnya, penelitian Alyanas (2024) menunjukkan bahwa penanganan komplain yang efektif melalui aplikasi PLN Mobile berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT PLN (Persero), baik secara langsung maupun melalui peningkatan kinerja pelayanan.³⁶ Selain itu penelitian lain yang dilakukan oleh Ghea Nindya et al. (2024) dalam Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen meneliti Pengaruh *Quality of Service* dan *Complaint Handling* terhadap *Customer Retention* dengan *Customer Satisfaction* sebagai Variabel Intervening. Hasil penelitian menemukan bahwa complaint handling berkontribusi positif terhadap kepuasan dan retensi pelanggan.³⁷

Dari argumen di atas hipotesis variabel penanganan keluhan pada penelitian ini:

H_{02} : Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan Pelanggan

H_{a2} : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan Pelanggan

³⁵ Safitri, “Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Kantor Cabang Tarakan.”

³⁶ Alyanas, “Efektifitas Penanganan Komplain Melalui Aplikasi PLN Mobile Untuk Mendukung Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Di PT PLN ULP Balikpapan Utara,” *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)* 3, no. 2 (2024): 313–316.

³⁷ Ghea Nindya et al., “Pengaruh Quality of Service dan Complaint Handling terhadap Customer Retention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening,” *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen* 20, no. 3 (2024): 623.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan terhadap Kepuasan Pelanggan

Penelitian oleh Susanti, Edduar Hendri, dan Erfan Robyardi (2024) dalam Jurnal Media Wahana Ekonomika menemukan bahwa secara simultan terdapat pengaruh signifikan antara Kualitas Layanan dan Keluhan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. PLN(Persero) ULP Ampera Palembang.³⁸ Selain itu penelitian lain yang dilakukan oleh Achmad Faisal Amir dan Achmad Zaini (2021) yang menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan penanganan keluhan pelanggan memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan.³⁹

Dari argumen diatas hipotesis variabel kualitas pelayanan, dan penanganan keluhan pada penelitian ini:

H_{03} : Tidak terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan dan penanganan keluhan terhadap kepuasan pelanggan.

H_{a3} : Terdapat pengaruh positif dan signifikan antara variabel kualitas pelayanan dan penanganan keluhan terhadap kepuasan pelanggan.

³⁸ Susanti et al., “Pengaruh Kualitas Layanan dan Keluhan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Ampera Palembang,” *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 21, no. 3 (2024), 485.

³⁹ Achmad Faisal Amir dan Achmad Zaini, “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Rental Mobil Pada PT. Rafa Travelindo Mandiri Banyuwangi,” *Jurnal Aplikasi Bisnis* 7, no. 2 (2021): 13.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Sebelum melakukan penelitian, langkah pertama yang perlu dilakukan adalah membuat rancangan penelitian. Proses ini dimulai dengan pengumpulan data dan diakhiri dengan analisis serta pengelolaan data. Penelitian kuantitatif adalah metode yang didasarkan pada paham *positivisme* dan digunakan untuk menganalisis populasi atau sampel. Dalam penelitian ini, rumus statistik digunakan untuk menemukan hubungan antara variabel-variabel yang terkait dengan masalah yang ingin diselesaikan.¹

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tujuan dengan sifat penelitian asosiatif. Pendekatan kuantitatif fokus pada pengukuran secara objektif terhadap fenomena sosial. Untuk melakukan pengukuran, fenomena sosial dijabarkan menjadi beberapa variabel dan indikator yang spesifik. Setiap variabel diukur dengan memberikan nilai numerik (angka) sesuai dengan kategori atau informasi yang terkait dengan variabel tersebut.² Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif kausal atau eksplanatif karena bertujuan untuk menjelaskan hubungan sebab dan akibat antara variabel-variabel yang diteliti.

Metode survei digunakan sebagai sumber data utama dalam penelitian ini. Survei dapat diterapkan pada populasi baik yang besar maupun kecil,

¹ Dahlia Amelia, Bambang Setiaji, Jarkawi, et al., *Metode Penelitian Kuantitatif* (Aceh: Yayasan Penerbit Muhammad Zain, 2023), 22.

² Ma'ruf Abdullah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Aswaja Pressindo, 2015), 123.

tetapi data yang dianalisis diambil dari sebagian populasi atau sampel dengan tujuan untuk mengidentifikasi pola distribusi serta hubungan antara variabel-variabel.³ Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner atau angket, dan hasilnya akan dianalisis menggunakan aplikasi SPSS 25. Variabel pada penelitian ini yaitu variabel bebas (*independen*) terdiri dari kualitas pelayanan, penanganan keluhan dan variabel terikat (*dependen*) yaitu kepuasan pelanggan.

B. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala hal yang menjadi fokus dalam suatu penelitian untuk mengumpulkan data dan menarik kesimpulan. Dengan kata lain, variabel penelitian mencakup karakteristik, sifat, atau nilai dari individu, objek, atau kegiatan yang dapat bervariasi dan digunakan oleh peneliti untuk melakukan analisis. Dalam penelitian ini, terdapat dua jenis variabel, yaitu variabel *independen* dan *dependen*, yaitu

Tabel 3. 1 Definisi Operasional Variabel

No	Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
1.	Kualitas Pelayanan (X ₁)	Kualitas pelayanan adalah keadaan yang dinamis dan dipengaruhi oleh sumber daya manusia, produk, layanan, proses, dan lingkungan, dengan tujuan untuk memenuhi atau melampaui harapan pelanggan. Ini mencakup semua karakteristik yang membantu memenuhi kebutuhan pelanggan,	- Reliabilitas (<i>reliability</i>) - Daya tanggap (<i>responsiveness</i>) - Jaminan (<i>assurance</i>) - Empati (<i>empathy</i>) - Bukti fisik (<i>tangibles</i>) (Parasuraman,	Skala <i>Likert</i>

³ Sri Rochani Mulyani, *Metodologi Penelitian* (Widina, 2021), 11.

No	Variabel	Definisi	Indikator	Pengukuran
		baik secara langsung maupun tidak langsung.	Berry, Zeithaml, 1990)	
2.	Penanganan Keluhan (X ₂)	Penanganan keluhan adalah usaha sistematis dari perusahaan untuk memperbaiki kesalahan dan meningkatkan kepuasan pelanggan setelah ketidakpuasan terhadap produk atau layanan. Proses ini melibatkan respons terhadap keluhan pelanggan untuk menyelesaikan masalah dan memastikan mereka merasa dihargai.	- Kecepatan dalam menangani keluhan - Keadilan dalam menyelesaikan masalah atau keluhan - Empati terhadap pelanggan yang marah - Kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan	Skala <i>Likert</i>
3.	Kepuasan Pelanggan (Y)	Kepuasan pelanggan adalah perasaan yang muncul setelah membandingkan harapan dengan kinerja produk atau layanan. Jika kinerja sesuai harapan pelanggan merasa puas, jika melebihi harapan mereka sangat senang, dan jika tidak memenuhi harapan mereka merasa kecewa.	- <i>Re-purchase</i> - Menciptakan <i>Word-of-Mouth</i> - Menciptakan Citra Merek - Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama	Skala <i>Likert</i>

C. Populasi, Sampel dan Teknik Sampling

1. Populasi

Populasi adalah sekelompok orang yang memiliki ciri-ciri tertentu.

Populasi berfungsi sebagai kategori umum yang terdiri dari individu atau

objek dengan atribut spesifik yang dipilih oleh peneliti untuk dianalisis sebelum menarik kesimpulan.⁴ Populasi dalam penelitian ini jumlah pelanggan listrik PT PLN (Persero) UP3 Metro pada tahun 2024 yaitu sebanyak 4.358 pelanggan.⁵

2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik populasi. Sampel merupakan subkelompok dari populasi yang dipilih untuk diteliti dengan tujuan menggeneralisasi kesimpulan penelitian.⁶

Pengambilan jumlah sampel dilakukan dengan menggunakan rumus *Slovin*. Rumus ini dipakai dalam penelitian karena memudahkan perhitungan tanpa memerlukan tabel ukuran sampel, dan memastikan bahwa jumlah sampel yang diambil cukup representatif agar hasilnya bisa digeneralisasi.⁷ Berikut ini adalah rumus *Slovin* untuk menghitung sampel:

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

keterangan:

n = Jumlah sampel/responden

N = Jumlah populasi

e = Persentase batas toleransi kesalahan (error tolerance)

Dalam rumus *Slovin* ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai e = 0,1 (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

⁴ Rizka Zulfikar et al., *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori, Metode Dan Praktik)* (Bandung: Widina Media Utama, 2024), 82-83.

⁵ Data diperoleh langsung dari PT PLN (Persero) UP3 Metro melalui dokumen resmi yang diberikan kepada peneliti dalam bentuk soft file dan hard file pada tanggal 11 Juli 2025.

⁶ *Ibid.*, 83.

⁷ Zainuddin Iba dan Aditya Wardhana, *Metode Penelitian* (Eureka Media Aksara, 2023).

Nilai $e = 0,2$ (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil.

Sehingga persentase batas toleransi kesalahan yang digunakan adalah 10%. Untuk menentukan sampel penelitian, digunakan rumus perhitungan berikut:

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

$$n = \frac{4.358}{(1 + (4.358(0,1^2)))}$$

$$n = \frac{4.358}{44,58}$$

$$n = 97,8$$

Berdasarkan perhitungan dengan rumus *Slovin*, ukuran sampel untuk penelitian ini yaitu sebanyak 98 pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Metro yang berada di Kelurahan Hadimulyo Barat. Penelitian ini tidak membatasi responden hanya pada pelanggan yang pernah mengajukan keluhan, karena kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh pengalaman layanan secara keseluruhan, termasuk pelanggan yang tidak menyampaikan keluhan secara formal. Pelanggan yang tidak mengajukan keluhan tetap memiliki persepsi terhadap kualitas pelayanan, yang relevan untuk dianalisis dalam penelitian ini.

3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik atau metode pengambilan sampel merupakan bagian penting dari setiap penelitian karena memungkinkan pemeriksaan populasi

secara menyeluruh dan akurat.⁸ Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *Probability Sampling*, yang melibatkan pemilihan sampel secara acak dari populasi. Tujuannya adalah untuk menggambarkan populasi dengan tepat dan memastikan hasil yang dapat dipercaya.⁹

Jenis teknik sampling yang dipilih oleh peneliti dalam penelitian ini adalah *Cluster Sampling*, di mana seluruh populasi dibagi menjadi kelompok-kelompok (cluster). Kemudian, sampel diambil secara acak dari kelompok-kelompok ini, dan semua sampel tersebut digunakan dalam analisis akhir.¹⁰ Mengacu pada uraian sebelumnya, dari populasi yang terbagi menjadi 11 kelompok yaitu, RW 1, RW 2, RW 3, RW 4, RW 5, RW 6, RW 7, RW 8, RW 9, RW 10, dan RW 11. Sebagaimana jumlah sampel dari masing – masing dusun sebagai berikut:

Tabel 3. 2 Jumlah Sampel

Rukun Warga (RW)	Sampel Penelitian
1	9
2	9
3	9
4	9
5	9
6	9
7	9
8	9
9	9
10	9
11	8

⁸ *Ibid.*, 169.

⁹ *Ibid.*, 171.

¹⁰ Agit Alamsyah et al., *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif* (Media Sains Indonesia, 2023).

Rukun Warga (RW)	Sampel Penelitian
Jumlah	98

Sumber: Data diolah, 2025

Jumlah sampel sebanyak 98 responden diperoleh melalui teknik *Probability Sampling* dengan metode *Cluster Sampling*. Penentuan jumlah tersebut menggunakan pendekatan proporsional, di mana sampel dibagi sesuai proporsi jumlah pelanggan PLN pada masing-masing RW. Dengan pendekatan ini, 98 responden dinilai telah cukup mewakili populasi dari 11 RW di Kelurahan Hadimulyo Barat.

D. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui penyebaran kuesioner (angket) kepada responden penelitian. Proses pengumpulan data dilakukan dengan memberikan daftar pertanyaan kepada responden secara *online* melalui formulir digital (Google Form). Peneliti terlebih dahulu menjelaskan tujuan penelitian kepada responden, kemudian responden diminta mengisi kuesioner sesuai dengan kondisi yang mereka alami. Kuesioner diberikan kepada pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Metro di Kelurahan Hadimulyo Barat pada rabu bulan September 2025, dan dikumpulkan kembali setelah seluruh item terjawab.

Kuesioner adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan memberikan serangkaian pertanyaan kepada responden untuk dijawab, dan dianggap efisien karena peneliti sudah mengetahui variabel

yang akan diukur serta harapan dari responden. Kuesioner dibagi menjadi dua kategori yaitu kuesioner terbuka dan kuesioner tertutup. Dalam penelitian ini digunakan kuesioner tertutup, di mana peneliti menyediakan alternatif jawaban yang sudah ditentukan untuk memudahkan pengukuran.¹¹

Pada penggunaan skala *Likert*, variabel yang diteliti dijabarkan menjadi indikator-indikator, kemudian diubah menjadi pernyataan yang menjadi item dalam instrumen. Setiap item memiliki gradasi jawaban dari sangat positif hingga sangat negatif. Adapun ketentuan penskoran adalah sebagai berikut:¹²

Tabel 3. 3 Penskoran Butir Angket

Keterangan	Bobot	
	Positif	Negatif
Sangat Setuju	5	1
Setuju	4	2
Netral	3	3
Tidak Setuju	2	4
Sangat Tidak Setuju	1	5

Untuk analisis kuantitatif, jawaban dalam kuesioner ini pada jawaban positif diberi skor 5-1, di mana Setuju/selalu/sangat positif mendapatkan skor 5, Setuju/sering/positif mendapatkan skor 4, Ragu-ragu/kadang-kadang/netral mendapatkan skor 3, Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif mendapatkan skor 2, dan Sangat tidak setuju/tidak pernah mendapatkan skor 1, dan jawaban

¹¹ Muhammad Harri et al., *Metode Penelitian Pendekatan Kualitatif Kuantitatif & Campuran*, 173.

¹² Slamet Widodo et al., *Buku Ajar Metode Penelitian* (Science Techno Direct, 2023), 73.

negatif diberi skor 1-5, Setuju/selalu/sangat positif mendapatkan skor 1, Setuju/sering/positif mendapatkan skor 2, Ragu-ragu/kadang-kadang/netral mendapatkan skor 3, Tidak setuju/hampir tidak pernah/negatif mendapatkan skor 4, dan Sangat tidak setuju/tidak pernah mendapatkan skor 5. Skala *Likert* yang digunakan dalam penyusunan instrumen penelitian dapat disusun dalam bentuk checklist atau pilihan ganda.

E. Instrumen Penelitian

Pada dasarnya penelitian merupakan proses pengukuran, sehingga diperlukan alat ukur yang baik, yang dalam konteks penelitian biasanya disebut sebagai instrumen penelitian. Menurut Sugiyono instrumen penelitian adalah alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam dan sosial yang diamati, sedangkan Purwanto menyatakan bahwa instrumen penelitian pada dasarnya adalah alat untuk mengumpulkan data dalam penelitian.¹³

Penyusunan instrumen dapat dilakukan dengan menggunakan matriks pengembangan instrumen atau kisi-kisi yang biasanya mencakup variabel, indikator, dan nomor butir pada instrumen.¹⁴ Berikut adalah kisi-kisi instrumen yang digunakan dalam penelitian ini.

Tabel 3. 4 Kisi - kisi Instrumen Penelitian

No	Variabel	Indikator	Item	Pernyataan
1.	Kualitas Pelayanan (X_1)	Reliabilitas (<i>reliability</i>)	3	PT PLN (Persero) UP3 Metro selalu menyediakan pasokan listrik tanpa gangguan.

¹³ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (Alfabeta, 2017).

¹⁴ Dahlia Amelia et al., *Metode Penelitian Kuantitatif*, 145-146.

No	Variabel	Indikator	Item	Pernyataan
				PT PLN (Persero) UP3 Metro memberikan layanan tepat waktu sesuai janji. PT PLN (Persero) UP3 Metro menyelesaikan masalah pelanggan dengan cepat dan tepat.
		Daya tanggap (<i>responsiveness</i>)	3	Karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro cepat membantu saat saya membutuhkan informasi. Karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro tanggap terhadap kebutuhan saya. Karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro memberikan respon yang cepat terhadap keluhan pelanggan.
		Jaminan (<i>assurance</i>)	3	Saya merasa yakin bahwa karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro memiliki pengetahuan yang memadai dalam memberikan layanan. Saya merasa aman dan percaya saat berinteraksi dengan karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro.

No	Variabel	Indikator	Item	Pernyataan
				Karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro menunjukkan sikap profesional dalam melayani pelanggan.
		Empati (<i>empathy</i>)	3	PT PLN (Persero) UP3 Metro memperhatikan masalah yang saya hadapi dengan serius. Karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro berusaha membantu saya dengan cara terbaik. Karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro memahami kebutuhan dan keinginan saya sebagai pelanggan.
2.	Penanganan	Bukti fisik (<i>tangibles</i>)	3	Lingkungan kantor PT PLN (Persero) UP3 Metro bersih dan nyaman. Informasi layanan PT PLN (Persero) UP3 Metro mudah saya akses. Fasilitas dan peralatan di kantor PT PLN (Persero) UP3 Metro terlihat modern dan terawat.

No	Variabel	Indikator	Item	Pernyataan
	Keluhan (X ₂)	keluhan		PLN (Persero) UP3 Metro menanggapi keluhan saya dengan cepat. Proses penyelesaian keluhan di PT PLN (Persero) UP3 Metro berlangsung dalam waktu singkat. Saya merasa keluhan saya ditangani tanpa menunggu lama.
		Keadilan dalam menyelesaikan masalah atau keluhan	3	Keputusan penyelesaian keluhan PT PLN (Persero) UP3 Metro adil bagi saya. Karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro tidak wajar saat menangani keluhan saya. Saya merasa hak saya sebagai pelanggan dihormati dalam proses penyelesaian keluhan.
		Empati terhadap pelanggan yang marah	3	Karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro memahami perasaan saya saat saya marah. Karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro tetap

No	Variabel	Indikator	Item	Pernyataan
				sabar saat saya menyampaikan keluhan dengan emosi. Saya merasa didengarkan dengan baik oleh karyawan saat saya mengeluh.
		Kemudahan bagi pelanggan untuk menghubungi perusahaan	3	Saya mudah menghubungi PT PLN (Persero) UP3 Metro melalui berbagai saluran komunikasi. Saluran komunikasi PT PLN (Persero) UP3 Metro selalu tersedia saat saya butuh. Informasi kontak PT PLN (Persero) UP3 Metro mudah saya temukan.
3.	Kepuasan Pelanggan (Y)	<i>Re-purchase</i>	3	Saya akan terus menggunakan layanan listrik dari PT PLN (Persero) di masa mendatang. Saya berniat untuk memperpanjang atau menambah layanan listrik dari PT PLN (Persero) di kemudian hari. Saya merasa puas sehingga akan tetap memilih PT PLN (Persero) untuk kebutuhan

No	Variabel	Indikator	Item	Pernyataan
				listrik saya selanjutnya.
		Menciptakan <i>Word-of-Mouth</i>	3	Saya sering merekomendasikan layanan PT PLN (Persero) kepada keluarga, teman, atau rekan kerja. Saya merasa nyaman membagikan pengalaman positif saya tentang PT PLN (Persero). Saya aktif menyebarkan informasi baik tentang layanan PT PLN (Persero) kepada orang lain.
		Menciptakan Citra Merek	3	Saya menilai PT PLN (Persero) memiliki reputasi baik sebagai penyedia listrik di wilayah saya. Saya percaya PT PLN (Persero) memberikan layanan yang dapat diandalkan dan berkualitas. PT PLN (Persero) merupakan merek yang saya percayai dalam menyediakan layanan listrik.
		Menciptakan keputusan pembelian pada perusahaan yang sama	3	Saya cenderung memilih PT PLN (Persero) kembali jika membutuhkan layanan listrik

No	Variabel	Indikator	Item	Pernyataan
				tambahan. Pengalaman saya sebelumnya mempengaruhi keputusan saya untuk tetap menggunakan layanan PT PLN (Persero). Saya merasa yakin untuk terus menggunakan PT PLN (Persero) dibandingkan penyedia layanan listrik lainnya.

Instrumen penelitian ini menggunakan skala *Likert* 5 poin, dengan skor minimal 1 dan maksimal 5. Pada pernyataan positif, skor 5 menunjukkan penilaian paling tinggi dan skor 1 paling rendah. Sementara itu, pada pernyataan negatif, penskoran dibalik (reverse), sehingga skor 1 menunjukkan penilaian paling tinggi dan skor 5 paling rendah. Skala *Likert* tersebut digunakan untuk mengukur indikator setiap variabel penelitian.

F. Teknik Analisis Data

Dalam penelitian ini, teknik analisis data menggunakan regresi linier berganda, yaitu rumus statistik untuk memprediksi hubungan antara satu variabel *dependen* dengan dua atau lebih variabel *independen*. Analisis ini bertujuan untuk menilai seberapa besar pengaruh variabel *dependen* terhadap variabel *independen* berdasarkan teori yang telah ditetapkan. Proses analisis ini menggunakan aplikasi SPSS 25. Menggunakan analisis data sebagai berikut:

1. Uji Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk memastikan bahwa alat penelitian, seperti kuesioner, benar-benar sesuai dan tepat untuk mengukur hal yang ingin diteliti.¹⁵ Cara menentukannya adalah dengan membandingkan nilai r_{hitung} dan r_{tabel} pada tingkat kepercayaan 5%. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan dalam kuesioner tersebut dianggap valid atau dapat dipercaya. Sebaliknya, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pertanyaan tersebut dianggap tidak valid atau kurang tepat. Uji validitas ini dilakukan menggunakan teknik korelasi *product moment* dengan rumus sebagai berikut :¹⁶

$$r_{hitung} = \frac{n(\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n(\sum X^2) - (\sum X)^2][n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan:

r : Koefisien korelasi

n : Jumlah Responden

X : Skor Variabel X

Y : Skor Variabel Y

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah data yang diperoleh konsisten dan stabil dari waktu ke waktu. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa alat ukur yang digunakan, seperti kuesioner,

¹⁵ Slamet Widodo et al., *Buku Ajar Metode Penelitian* (CV. Science Techno Direct, 2023), 53.

¹⁶ Farida, “Mengembangkan Kemampuan Pemahaman Konsep Peserta Didik Melalui Pembelajaran Berbasis VCD,” *Al-Jabar : Jurnal Pendidikan Matematika* 6, no. 1 (2015): 28.

dapat dipercaya dan cocok dipakai pada responden. Jika alat ukur tersebut dapat diandalkan, berarti data yang dihasilkan dapat dipercaya dan layak digunakan untuk melanjutkan penelitian.¹⁷ Dalam penelitian ini, pengukuran reliabilitas dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha* karena alat penelitian yang dipakai berupa angket. Suatu konstruk atau variabel dianggap reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* > 0,60.

Untuk menentukan reliabilitas instrument, yaitu dengan rumus sebagai berikut:¹⁸

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k - 1} \right] \left[1 - \frac{\sum a_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan:

r_{11} : Koefisien reliabilitas instrument

K : Jumlah butir item

$\sum a_b^2$ = Jumlah varian Butir

σ_t^2 = Varian total

2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik merupakan tahap penting yang perlu dilakukan sebelum menerapkan analisis regresi linier berganda menggunakan metode *Ordinary Least Square* (OLS).¹⁹ Uji ini dilakukan agar sebelum menguji hipotesis dalam penelitian kuantitatif, data sudah memenuhi persyaratan

¹⁷ Aminatus Zahriyah et al., *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS* (Mandala Press, 2021), 109.

¹⁸ Slamet Widodo et al., *Buku Ajar Metode Penelitian*, 64.

¹⁹ Agha De Aghna Setya Budi et al., "Memahami Asumsi Klasik dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, dan Autokorelasi dalam Penelitian," *Jurnal Multidisiplin West Science* 3, no. 01 (2024): 2.

yang benar. Tujuannya adalah untuk memastikan hasil uji hipotesis tidak berbeda karena masalah pada data, sehingga hasil penelitian menjadi lebih akurat dan dapat dipercaya.

Adapun uji asumsi klasik ini meliputi:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk memeriksa apakah kesalahan (residual) dalam model regresi mengikuti pola distribusi normal. Jika tidak, analisis hasil statistik bisa menjadi tidak akurat, terutama pada sampel yang kecil. Residual dianggap normal jika nilai signifikansi $> 0,05$. Untuk memeriksa normalitas data, biasanya digunakan uji *Kolmogorov-Smirnov*. Berikut ini adalah cara menentukan hasil uji tersebut:²⁰

- 1) Jika nilai *asympt. Sig.* (2- tailed) $> 0,05$ maka data terdistribusi normal.
- 2) Jika nilai *asympt. Sig.* (2- tailed) $< 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas dilakukan untuk mengetahui apakah ada hubungan atau korelasi antara variabel *independen* dalam model regresi. Multikolinieritas terjadi ketika variabel *independen* saling berhubungan secara linier, sehingga variabel-variabel tersebut tidak *independen* satu sama lain. Variabel yang ortogonal berarti variabel-

²⁰ Slamet Widodo et al., *Buku Ajar Metode Penelitian*, 60.

variabel tersebut tidak memiliki korelasi sama sekali (nilai korelasi nol).²¹ Berikut ini adalah cara untuk mengetahui apakah multikolinieritas terjadi atau tidak yaitu:

- 1) Jika nilai tolerance $> 0,10$ dan nilai VIF < 10 menunjukkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas.
- 2) Sebaliknya jika nilai tolerance $< 0,10$ dan nilai VIF > 10 menunjukkan bahwa terjadi multikolinieritas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk mengetahui apakah varians residual dalam model regresi berbeda antara pengamatan satu dengan pengamatan lainnya. Jika variance tersebut tetap, maka disebut homoskedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang memenuhi asumsi homoskedastisitas atau tidak mengalami heteroskedastisitas. Salah satu metode untuk mendeteksi heteroskedastisitas adalah Uji Glejser, yang digunakan untuk mengetahui apakah varians residual dalam model regresi linier tidak konstan. Cara kerjanya adalah dengan meregresikan nilai absolut dari residual (Abs_RES) terhadap variabel *independen*. Apabila nilai signifikansi (Sig.) dari regresi tersebut lebih dari 0,05, maka tidak terdapat indikasi heteroskedastisitas, sedangkan jika nilai signifikansi kurang dari 0,05, maka terdeteksi heteroskedastisitas. Menurut Ghozali

²¹ Aminatus Zahriyah et al., *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*, 70.

pengambilan keputusan dalam uji Glejser didasarkan pada kriteria berikut:²²

- 1) Jika nilai signifikansi variabel *independen* $< 0,05$, maka terjadi heteroskedastisitas.
- 2) Jika nilai signifikansi variabel *independen* $> 0,05$ maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

4. Pengujian Hipotesis

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda merupakan metode regresi yang menggunakan lebih dari satu variabel *independen*. Analisis ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar dan ke arah mana variabel *independen* mempengaruhi variabel *dependen*. Dalam penelitian ini, tujuannya untuk melihat apakah ada pengaruh dari kualitas pelayanan, dan penanganan keluhan terhadap kepuasan pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Metro pada pelanggan di Kelurahan Hadimulyo Barat.

Berikut ini adalah persamaan regresinya:²³

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

α = Konstanta

Y : Variabel *dependen* (terikat) yaitu Kepuasan Pelanggan

β_1 : Koefisien Regresi Variabel Kepuasan Pelanggan

²² Imam Ghazali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, 9 ed. (Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018).

²³ Syarifuddin dan Ibnu Al Saudi, *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dengan SPSS* (Bobby Digital Center, 2022), 73.

β_2 : Koefisien Regresi Variabel Penanganan Keluhan

X_1 : Kepuasan Pelanggan

X_2 : Penanganan Keluhan

e = error

b. Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel *independen* secara parsial terhadap variabel *dependen*. Untuk menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak, dapat dilakukan dengan membandingkan nilai t_{hitung} (hasil dari perhitungan regresi) dengan nilai t_{tabel} .²⁴

Berikut adalah kriteria yang dipakai dalam penelitian ini untuk menentukan apakah hipotesis dapat diterima atau ditolak berdasarkan hasil uji t:

- 1) Jika nilai signifikansi $< 0,05$ atau $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya, variabel *independen* memiliki pengaruh terhadap variabel *dependen*.
- 2) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ atau $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak. Artinya, variabel *independen* berpengaruh terhadap variabel *dependen*.

c. Uji *Simultan* (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah seluruh variabel *independen* secara simultan mempunyai pengaruh terhadap variabel

²⁴ *Ibid.*, 79.

dependen. Uji ini melihat pengaruh gabungan dari semua variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Tingkat signifikansi yang dipakai adalah 0,05 atau 5%.²⁵

Jika nilai signifikansi $F < 0,05$ maka variabel *independen* secara bersama-sama memiliki pengaruh terhadap variabel *dependen*. Sebaliknya, jika nilainya $> 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh secara simultan yang signifikan. Berikut ini adalah ketentuan dari uji F:

- 1) Jika nilai signifikan $F < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Artinya, semua variabel *independen* secara statistik signifikan memengaruhi variabel *dependen*.

- 2) Jika nilai signifikan $F > 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Artinya, semua variabel *independen* secara statistik signifikan tidak memengaruhi variabel *dependen*.²⁶

d. Uji Kofisien Determinasi (Uji R^2)

Koefisien determinasi (R^2) pada dasarnya menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Nilai R^2 berkisar antara 0 hingga 1. Semakin mendekati angka 1, semakin berpengaruh variabel X terhadap variabel Y, karena variabel *independen* secara keseluruhan dapat menjelaskan variasi yang terjadi pada variabel *dependen*.²⁷

Untuk perhitungan ini, rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

²⁵ *Ibid.*, 77.

²⁶ *Ibid.*, 78.

²⁷ Syafrida Hafni Sahir, *Metodelogi Penelitian* (KBM Indonesia, 2022), 54.

Keterangan:

KD : Nilai Koefisien Determinasi

R² : Nilai Koefesien Korelasi

100% : Pengali yang menyatakan dalam presentase

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Lokasi Penelitian

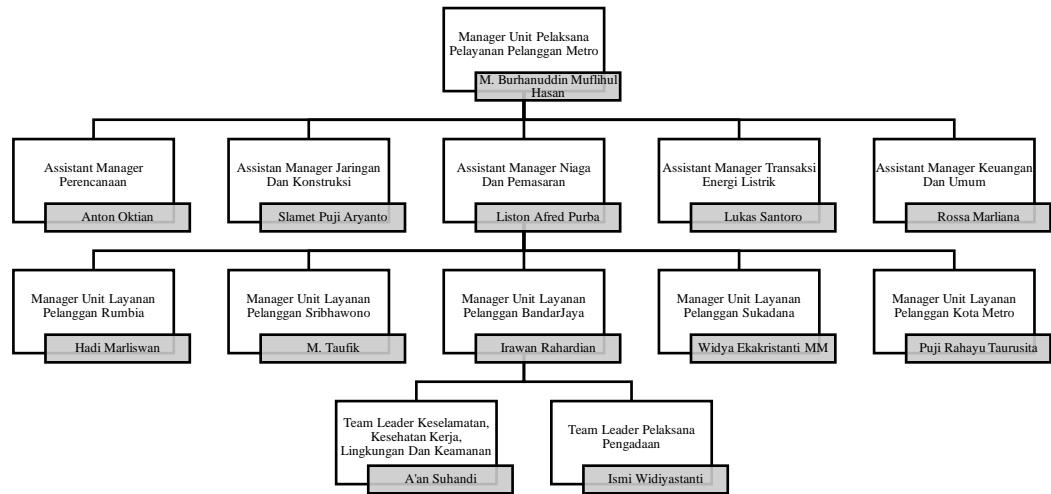
a. Sejarah Singkat PT PLN (Persero) UP3 Metro

PT PLN (Persero) UP3 Metro merupakan bagian dari PT PLN (Persero) Unit Induk Distribusi Lampung, Unit ini awalnya berdiri sebagai PLN Cabang Metro yang terbentuk pada tanggal 15 Oktober 2003 berdasarkan Surat Keputusan Direksi Nomor 257.K/010/DIR/2003, dan diresmikan pada 8 Maret 2004 oleh Direktur Utama PLN saat itu, Ir. Eddie Widiono S, MSc. Pada awalnya, kantor cabang beroperasi di rumah dinas Sekda Lampung Tengah dengan status sewa, sebelum akhirnya dilakukan pembangunan gedung baru melalui kerja sama dengan Yayasan Pendidikan & Kesejahteraan PLN serta pihak swasta. Sejak 19 Juli 2010, PLN UP3 Metro resmi menempati gedung barunya di Jl. Alamsyah Ratu Prawiranegara No. 99, Kauman, Kota Metro. PLN UP3 Metro saat ini membawahi lima unit layanan pelanggan (ULP yaitu ULP Kota Metro, ULP Bandar Jaya, ULP Sukadana, ULP Rumbia, dan ULP Sribhawono).¹

b. Struktur Organisasi PT PLN (Persero) UP3 Metro

¹ Wawancara Dengan Bapak Eming Selaku Karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro, Pada Tanggal 13 Oktober 2025.

Gambar 4. 1 Bagan Struktur Organisasi PT PLN (Persero) UP3 Metro²



c. Visi Misi, dan Motto PT PLN (Persero)

1) Visi

Menjadi Perusahaan Global Top 500 dan #1 Pilihan Pelanggan untuk Solusi Energi.

2) Misi

- a) Mengelola pendistribusian tenaga Listrik diwilayah kerja up3 metro dengan jumlah, mutu dan keandalan sesuai dengan standar yang ditetapkan.
- b) Mengelola niaga dan manajemen pelanggan serta penjualan tenaga listrik diwilayah kerja up3 metro untuk memenuhi kebutuhan dan tingkat kepuasan pelanggan serta meningkatkan kinerja perusahaan.

² Dokumentasi Struktur Organisasi PT PLN (Persero) UP3 Metro.

c) Mengelola sumber daya dan aset perusahaan diwilayah kerja up3 metro secara efisien, efektif dan sinergis untuk menjamin pengelolaan usaha secara optimal dan memenuhi Keselamatan, Kesehatan Kerja, Lingkungan dan Keamanan serta prinsip tata kelola perusahaan yang baik (Good Corporate Governance).

3) Motto

Listrik untuk Kehidupan yang Lebih Baik

d. Maksud dan Tujuan PT PLN (Persero)

Untuk menyelenggarakan usaha penyediaan tenaga listrik bagi kepentingan umum dalam jumlah dan mutu yang memadai serta memupuk keuntungan dan melaksanakan penugasan Pemerintah di bidang ketenagalistrikan dalam rangka menunjang pembangunan dengan menerapkan prinsip-prinsip Perseroan Terbatas.

e. Tata Nilai Perusahaan PT PLN (Persero)

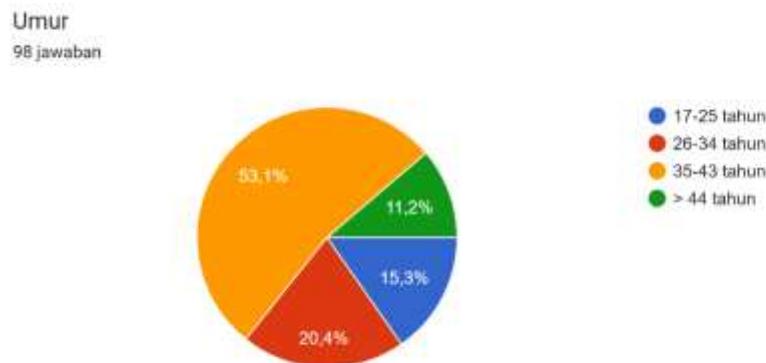
PLN menjiwai dan mengimplementasikan tata nilai AKHLAK sebagai pedoman dalam menjalankan kegiatan usahanya dengan memegang teguh kepercayaan yang diberikan (Amanah), terus belajar dan mengembangkan kapabilitas (Kompeten), saling peduli dan menghargai perbedaan (Harmonis), berdedikasi dan mengutamakan kepentingan bangsa dan negara (Loyal), terus berinovasi dan antusias dalam menggerakkan ataupun menghadapi perubahan (Adaptif) serta membangun kerjasama yang sinergis (Kolaboratif).

2. Karakteristik Responden

Penelitian ini dilakukan dengan mengetahui latar belakang responden terlebih dahulu, adapun karakteristik responden sebagai berikut:

a. Karakteristik Berdasarkan Umur

Gambar 4. 2 Karakteristik Umur Responden

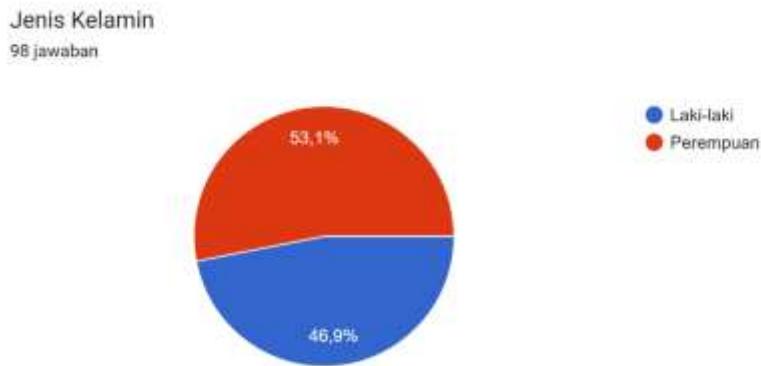


Sumber: Hasil kuesioner Google Form (data primer), 2025.

Berdasarkan gambar 5.2 diatas karakteristik berdasarkan umur responden dapat dilihat presentasenya, tertinggi pada kelompok usia 35-43 tahun, dan kelompok terkecil responden berusia di atas 44 tahun. Hasil ini menandakan bahwa survei ini sebagian besar diikuti oleh responden usia produktif dan mapan, yang mungkin memiliki pengalaman serta pandangan berbeda dari kelompok usia lainnya.

b. Karakteristik Berdasarkan Jenis Kelamin

Gambar 4. 3 Karakteristik Jenis Kelamin Responden

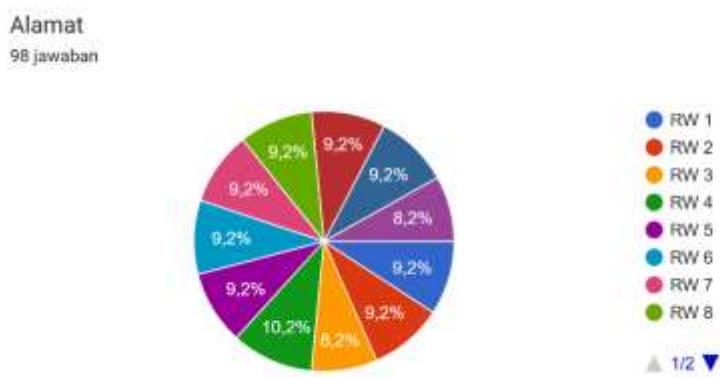


Sumber: Hasil kuesioner Google Form (data primer), 2025.

Berdasarkan gambar 5.3 diatas karakteristik berdasarkan jenis kelamin responden dapat dilihat presentasenya, bahwa dari total 98 responden, ada 52 perempuan dan 46 laki-laki. Hal ini berarti partisipasi responden perempuan dalam survei sedikit lebih banyak dibandingkan laki-laki.

c. Karakteristik Berdasarkan Alamat

Gambar 4. 4 Karakteristik Alamat Responden



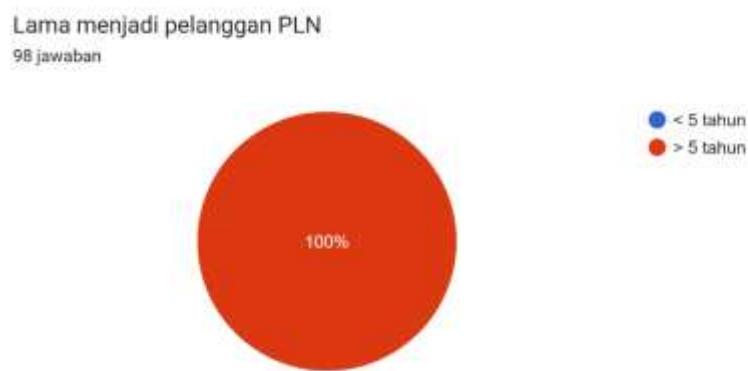
Sumber: Hasil kuesioner Google Form (data primer), 2025.

Berdasarkan gambar 5.4 diatas karakteristik berdasarkan alamat responden dapat dilihat presentasenya, bahwa distribusi yang cukup

merata di berbagai RW (Rukun Warga). Paling tinggi yaitu responden pada RW 4 dan paling rendah responden pada RW 11. Distribusi yang merata ini menandakan bahwa sampel responden meliputi berbagai wilayah dalam wilayah survei, sehingga diharapkan dapat memberikan gambaran yang mewakili kondisi dan preferensi masyarakat secara umum.

d. Karakteristik Berdasarkan Lama Menjadi Pelanggan PLN

Gambar 4. 5 Karakteristik Lama Menjadi Pelanggan PLN

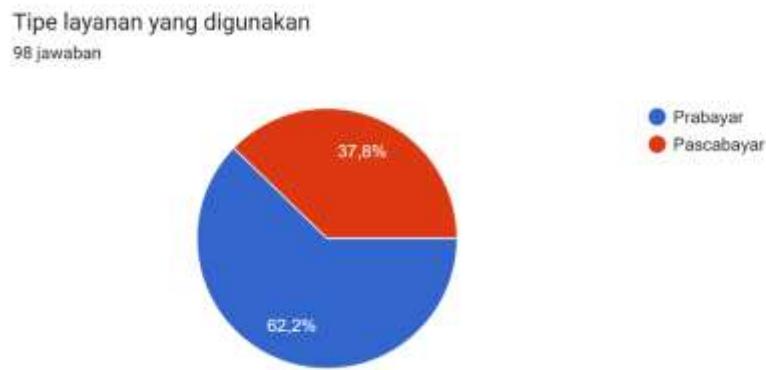


Sumber: Hasil kuesioner Google Form (data primer), 2025.

Berdasarkan gambar 5.5 diatas semua responden (100%) sudah menjadi pelanggan PLN selama lebih dari 5 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa responden dalam survei ini adalah pelanggan lama yang memiliki pengalaman yang cukup dengan layanan PLN.

e. Karakteristik Berdasarkan Tipe Layanan Yang Digunakan

Gambar 4. 6 Karakteristik Tipe Layanan Yang Digunakan



Sumber: Hasil kuesioner Google Form (data primer), 2025.

Berdasarkan gambar 5.6 di atas dapat dilihat presentasenya sebagian besar responden memilih layanan prabayar PLN. Sementara itu, lainnya menggunakan layanan pascabayar. Hal ini menunjukkan bahwa layanan prabayar lebih diminati oleh responden yang menjadi sampel dalam survei ini.

3. Distrribusi Hasil Jawaban Responden

a. Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

Bagian ini menjelaskan hasil jawaban responden setiap item pernyataan pada variabel Kepuasan Pelanggan, dengan mengetahui hasil jawaban responden dapat dilihat pernyataan mana yang kuat dan pernyataan mana yang lemah pada variabel tersebut, berikut tabel jawaban responden variabel Kepuasan Pelanggan:

Tabel 4. 1 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kepuasan Pelanggan

No	Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Skor
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	P1	2 7	27, 6	2 9	29, 6	2 5	25, 5	1 3	13, 3	4	4,1	356

N	Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Sko
	P2	2 0	20, 4	4 7	0,4 8	1 3	13, 3	8	8,2	1 0	10, 2	353
	P3	2 2	22, 4	3 8	38, 8	2 0	20, 4	1 0	10, 2	8	8,2	350
2	P4	2 5	25, 5	3 3	33, 7	1 8	18, 4	1 7	17, 3	5	5,1	350
	P5	3 3	33, 7	3 0	30, 6	1 5	15, 3	1 4	14, 3	6	6,1	364
	P6	2 7	27, 6	2 6	26, 5	2 3	23, 5	1 7	17, 3	5	5,1	347
3	P7	1 8	18, 4	3 8	38, 8	2 2	22, 4	1 5	15, 3	5	5,1	343
	P8	2 5	25, 5	3 3	33, 7	2 3	23, 5	1 4	14, 3	3	3,1	357
	P9	2 1	21, 4	3 8	38, 8	1 7	17, 3	1 2	12, 2	1 0	10, 2	342
4	P10	2 9	29, 6	3 0	30, 6	1 4	14, 3	1 4	14, 3	1 1	11, 2	346
	P11	1 8	18, 4	4 1	41, 8	2 0	20, 4	1 1	11, 2	8	8,2	344
	P12	2 7	27, 8	3 4	35, 1	1 2	12, 4	1 6	16, 5	8	8,2	347

Kepuasan Pelanggan sebagaimana dipersepsikan melalui kuesioner dapat diketahui pada indikator Menciptakan *Word-of-Mouth*, yakni pada pernyataan “*Pengalaman positif saya dengan PT PLN (Persero) UP3 Metro membuat saya yakin menceritakan keunggulan perusahaan ini kepada orang lain*” mendapatkan skor sebesar 364. Tingginya skor pada indikator tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki kecenderungan yang kuat untuk merekomendasikan PLN UP3 Metro kepada orang lain sebagai bentuk pengalaman positif yang mereka rasakan.

Sementara itu, indikator dengan skor terendah adalah indikator Menciptakan Citra Merk, khususnya pada pernyataan “*Layanan yang*

diberikan oleh PT PLN (Persero) UP3 Metro membuat saya semakin yakin dengan citra positif perusahaan tersebut” dengan skor sebesar 342. Rendahnya skor ini menunjukkan bahwa sebagian responden masih belum sepenuhnya merasakan penguatan citra positif PLN melalui layanan yang diberikan, sehingga persepsi terhadap citra perusahaan belum sekuat aspek kepuasan lainnya.

Nilai interval dalam penelitian ini adalah 78,4 dengan perhitungan sebagai berikut:

Skor Minimal	Skor Maksimal	Skor Maksimal-Skor Minimal	Interval
98	490	392	78,4

Sehingga dari mengetahui nilai interval tersebut dapat dijadikan menjadi kategori:

Kategori	Interval
Sangat Setuju	➤ 411,6 (Sangat Setuju)
Setuju	333,2 – 411,6 (Setuju)
Netral	254,8 – 333,2 (Netral)
Tidak Setuju	176,4 – 254,8 (Tidak Setuju)
Sangat Tidak Setuju	98 – 176,4 (Sangat Tidak Setuju)

Nilai rata-rata skor variabel Kepuasan Pelanggan sebesar 349,9 berada pada rentang kategori Setuju (333,2 – 411,6). Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya merasa puas terhadap layanan yang diberikan oleh PT PLN (Persero) UP3 Metro. Tingkat kepuasan tersebut tercermin dari persepsi positif responden terhadap pengalaman layanan yang mereka terima, baik dalam aspek

rekomendasi kepada pihak lain (word-of-mouth), keyakinan terhadap layanan, maupun manfaat yang dirasakan sebagai pelanggan.

Meskipun demikian, masih terdapat beberapa indikator dengan skor relatif lebih rendah, khususnya pada aspek pencitraan merek, yang menunjukkan bahwa penguatan citra positif perusahaan melalui kualitas layanan masih perlu ditingkatkan. Dengan demikian, secara keseluruhan variabel Kepuasan Pelanggan berada pada kategori baik, namun tetap memerlukan upaya perbaikan berkelanjutan agar kepuasan pelanggan dapat ditingkatkan secara lebih merata pada seluruh indikator.

b. Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Kualitas Pelayanan (X_1)

Bagian ini menjelaskan hasil jawaban responden setiap item pernyataan pada variabel Kualitas Pelayanan, dengan mengetahui hasil jawaban responden dapat dilihat pernyataan mana yang kuat dan pernyataan mana yang lemah pada variabel tersebut, berikut tabel jawaban responden variabel Kualitas Pelayanan:

Tabel 4. 2 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan

N o	Pernyataa n	SS		S		N		TS		STS		Skor
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	P1	1 7	17, 3	4 8	0,4 9	1 1	11, 2	1 3	13, 3	9 9	9,2 9,2	345
	P2	2 5	25, 5	3 7	37, 8	1 5	15, 3	9 9	9,2 9,2	1 2	12, 2	
	P3	3 2	32, 7	3 0	30, 6	1 7	17, 3	1 3	13, 3	6 6	6,1 6,1	363
2	P4	2	25,	2	29,	2	25,	1	12,	7	7,1	347

		5	5	9	6	5	5	2	2			
	P5	2 2	22, 4	3 5	35, 7	2 1	21, 4	1 6	16, 3	4	4,1	349
3	P6	2 1	21, 4	2 9	29, 6	3 1	31, 6	1 3	13, 3	4	4,1	344
	P7	2 1	21, 4	3 1	31, 6	2 3	23, 5	1 8	18, 4	5	5,1	339
	P8	1 8	18, 4	3 3	33, 7	2 6	26, 5	1 5	15, 3	6	6,1	336
4	P9	1 9	19, 4	3 6	36, 7	1 4	14, 3	2 3	23, 5	6	6,1	333
	P10	2 2	22, 4	3 0	30, 6	2 5	25, 5	1 2	12, 2	9	9,2	338
5	P11	2 5	25, 5	3 4	34, 7	2 0	20, 4	1 7	17, 3	2	0,2	357
	P12	2 1	21, 4	4 1	41, 8	1 6	16, 3	1 5	15, 3	5	5,1	352

Kualitas Pelayanan sebagaimana dipersepsikan melalui kuesioner dapat diketahui pada indikator reliabilitas (*reliability*), tepatnya pada pernyataan “*PT PLN (Persero) UP3 Metro dapat diandalkan dalam menyediakan layanan listrik secara konsisten*” mendapatkan skor tertinggi sebesar 363. Skor ini menunjukkan bahwa responden memiliki memiliki tingkat persepsi yang sangat positif dan meyakini bahwa PLN UP3 Metro mampu memberikan layanan secara konsisten serta dapat dipercaya dalam memenuhi kebutuhan listrik mereka.

Sebaliknya, skor terendah terdapat pada indikator empati (*empathy*), dengan pernyataan “*Petugas PT PLN (Persero) UP3 Metro menunjukkan perhatian dan pengertian terhadap kebutuhan saya sebagai pelanggan*” dengan skor sebesar 333. Skor yang relatif rendah pada indikator ini menunjukkan bahwa responden menilai perhatian

dan kepedulian petugas terhadap kebutuhan pelanggan masih belum optimal dibanding aspek pelayanan lainnya.

Nilai interval dalam penelitian ini adalah 78,4 dengan perhitungan sebagai berikut:

Skor Minimal	Skor Maksimal	Skor Maksimal-Skor Minimal	Interval
98	490	392	78,4

Sehingga dari mengetahui nilai interval tersebut dapat dijadikan menjadi kategori:

Kategori	Interval
Sangat Setuju	➤ 411,6 (Sangat Setuju)
Setuju	333,2 – 411,6 (Setuju)
Netral	254,8 – 333,2 (Netral)
Tidak Setuju	176,4 – 254,8 (Tidak Setuju)
Sangat Tidak Setuju	98 – 176,4 (Sangat Tidak Setuju)

Nilai rata-rata skor variabel Kualitas Pelayanan sebesar 345,9 berada pada rentang kategori Setuju (333,2 – 411,6). Hal ini menunjukkan bahwa responden pada umumnya menilai kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT PLN (Persero) UP3 Metro sudah baik dan sesuai dengan harapan pelanggan. Penilaian positif ini tercermin dari kemampuan PLN UP3 Metro dalam memberikan layanan yang andal, konsisten, serta dapat dipercaya dalam memenuhi kebutuhan listrik pelanggan.

Indikator dengan skor tertinggi terdapat pada aspek reliabilitas (reliability), yang menegaskan bahwa responden merasakan keandalan PLN UP3 Metro dalam menyediakan layanan listrik secara

berkesinambungan. Sementara itu, indikator dengan skor terendah terdapat pada aspek empati (*empathy*), yang mengindikasikan bahwa perhatian dan pemahaman petugas terhadap kebutuhan spesifik pelanggan masih perlu ditingkatkan. Dengan demikian, secara keseluruhan kualitas pelayanan berada pada kategori baik, namun peningkatan pada aspek empati diharapkan dapat lebih mengoptimalkan kualitas pelayanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan secara menyeluruh.

Dari sudut pandang responden, dimensi keandalan (*reliability*) dimaknai sebagai kemampuan PT PLN (Persero) UP3 Metro dalam menjaga kontinuitas pasokan listrik dan meminimalkan terjadinya pemadaman. Dimensi daya tanggap (*responsiveness*) dipersepsikan melalui kecepatan petugas dalam merespons gangguan dan keluhan pelanggan. Selanjutnya, dimensi jaminan (*assurance*) tercermin dari kompetensi, pengetahuan, serta sikap profesional petugas dalam memberikan pelayanan, sedangkan dimensi empati (*empathy*) berkaitan dengan kepedulian dan perhatian PT PLN terhadap kebutuhan dan kondisi pelanggan. Persepsi responden terhadap masing-masing dimensi tersebut mencerminkan bagaimana kualitas pelayanan PLN dinilai secara langsung berdasarkan pengalaman layanan yang diterima.

- c. Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Variabel Penanganan Keluhan (X_2)

Bagian ini menjelaskan hasil jawaban responden setiap item pernyataan pada variabel Penanganan Keluhan, dengan mengetahui hasil jawaban responden dapat dilihat pernyataan mana yang kuat dan pernyataan mana yang lemah pada variabel tersebut, berikut tabel jawaban responden variabel Penanganan Keluhan:

Tabel 4. 3 Distribusi Jawaban Responden Variabel Penanganan Keluhan

N o	Pernyataa n	SS		S		N		TS		STS		Skor
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
1	P1	2 7	27, 8	3 1	0,3 2	1 9	19, 6	1 6	16, 5	4	4,1	352
	P2	2 6	26, 5	3 2	32, 7	1 9	19, 4	1 3	13, 3	8	8,2	349
	P3	2 2	22, 4	3 6	36, 7	1 4	14, 3	1 7	17, 3	9	9,2	339
2	P4	3 0	30, 6	2 4	24, 5	2 3	23, 5	1 6	16, 3	5	5,1	352
	P5	2 1	21, 4	4 1	41, 8	1 2	12, 2	1 7	17, 3	7	7,1	346
3	P6	2 6	26, 5	3 5	35, 7	2 0	20, 4	1 1	11, 2	6	6,1	358
	P7	2 2	22, 4	3 3	33, 7	2 5	25, 5	1 3	13, 3	5	5,1	348
	P8	2 0	20, 4	3 4	34, 7	2 1	21, 4	1 3	13, 3	1 0	10, 2	335
4	P9	2 8	28, 6	2 8	28, 6	1 8	18, 4	1 9	19, 4	5	5,1	349

Penanganan Keluhan sebagaimana dipersepsikan melalui kuesioner dapat diketahui pada indikator empati terhadap pelanggan yang marah, tepatnya pada pernyataan “*Petugas PT PLN (Persero) UP3 Metro menunjukkan sikap sabar dan pengertian ketika saya menyampaikan keluhan dengan emosi*” mendapatkan skor tertinggi sebesar 358. Skor ini menunjukkan bahwa responden menilai bahwa petugas PLN UP3 Metro mampu menunjukkan kesabaran, memahami

kondisi emosional pelanggan, serta tetap memberikan pelayanan secara profesional meskipun pelanggan sedang dalam situasi marah.

Skor terendah terdapat pada indikator yang sama, yaitu empati terhadap pelanggan yang marah, namun dengan pernyataan “*PT PLN (Persero) UP3 Metro berusaha meredakan ketegangan dan memberikan perhatian khusus kepada pelanggan yang marah*” yang memperoleh skor sebesar 335. Skor yang relatif rendah pada indikator ini menunjukkan bahwa responden merasa bahwa upaya petugas dalam meredakan ketegangan dan memberikan perhatian lebih kepada pelanggan yang sedang marah belum sepenuhnya optimal dan masih dapat ditingkatkan.

Nilai interval dalam penelitian ini adalah 78,4 dengan perhitungan sebagai berikut:

Skor Minimal	Skor Maksimal	Skor Maksimal-Skor Minimal	Interval
98	490	392	78,4

Sehingga dari mengetahui nilai interval tersebut dapat dijadikan menjadi kategori:

Kategori	Interval
Sangat Setuju	➤ 411,6 (Sangat Setuju)
Setuju	333,2 – 411,6 (Setuju)
Netral	254,8 – 333,2 (Netral)
Tidak Setuju	176,4 – 254,8 (Tidak Setuju)
Sangat Tidak Setuju	98 – 176,4 (Sangat Tidak Setuju)

Nilai rata-rata skor variabel Penanganan Keluhan sebesar 347,6 berada pada rentang kategori Setuju (333,2 – 411,6). Hal ini

menunjukkan bahwa responden pada umumnya menilai penanganan keluhan yang dilakukan oleh PT PLN (Persero) UP3 Metro sudah baik dan memuaskan. Pelanggan merasakan bahwa keluhan yang disampaikan memperoleh perhatian serta ditangani dengan sikap yang cukup profesional oleh petugas.

Indikator dengan skor tertinggi terdapat pada aspek empati terhadap pelanggan yang marah, khususnya terkait kesabaran dan pengertian petugas dalam menghadapi pelanggan yang menyampaikan keluhan dengan emosi. Hal ini menandakan bahwa petugas PLN UP3 Metro dinilai mampu menjaga sikap dan tetap melayani pelanggan secara baik meskipun berada dalam situasi yang menekan. Namun demikian, indikator dengan skor terendah menunjukkan bahwa upaya petugas dalam meredakan ketegangan dan memberikan perhatian khusus kepada pelanggan yang marah masih perlu ditingkatkan. Dengan demikian, secara keseluruhan penanganan keluhan berada pada kategori baik, tetapi peningkatan pada aspek pengelolaan emosi dan pendekatan personal diharapkan dapat lebih mengoptimalkan kepuasan pelanggan.

4. Uji Instrumen

a. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk menentukan apakah kuesioner yang dibuat sudah memenuhi kriteria valid atau tidak. Pada tahap ini, kuesioner diberikan kepada 15 responden sebagai sampel percobaan

sebelum dibagikan kepada responden utama. Dasar pengambilan uji validitas ini adalah:

- 1) Jika nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ maka item valid
- 2) Jika nilai $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka item tidak valid

Adapun nilai r_{tabel} dengan $N=15$ pada signifikan 5% (0,05) yaitu 0,514.

Untuk mengetahui tingkat validitas dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 4. 4 Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan (X_1)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Soal 1	0,856	0,514	Valid
Soal 2	0,987	0,514	Valid
soal 3	0,693	0,514	Valid
Soal 4	0,786	0,514	Valid
Soal 5	0,936	0,514	Valid
Soal 6	0,456	0,514	Tidak Valid
Soal 7	0,731	0,514	Valid
Soal 8	0,745	0,514	Valid
Soal 9	0,883	0,514	Valid
Soal 10	0,906	0,514	Valid
Soal 11	0,632	0,514	Valid
Soal 12	0,404	0,514	Tidak Valid
Soal 13	-0,057	0,514	Tidak Valid
Soal 14	0,634	0,514	Valid
Soal 15	0,597	0,514	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.4 di atas dapat diketahui bahwa item pernyataan nomor 6, 12, dan 13 pada varibel X_1 dinyatakan tidak valid karena nilai r_{hitung} lebih kecil dari hasil r_{tabel} sebesar 0,514. Dan item pernyataan tersebut tidak akan digunakan lagi pada uji – uji selanjutnya.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Validitas Penanganan Keluhan (X_2)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Soal 1	0,611	0,514	Valid
Soal 2	0,869	0,514	Valid
soal 3	0,757	0,514	Valid
Soal 4	0,749	0,514	Valid
Soal 5	0,018	0,514	Tidak Valid
Soal 6	0,870	0,514	Valid
Soal 7	0,773	0,514	Valid
Soal 8	0,871	0,514	Valid
Soal 9	0,744	0,514	Valid
Soal 10	0,419	0,514	Tidak Valid
Soal 11	0,440	0,514	Tidak Valid
Soal 12	0,776	0,514	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.5 di atas dapat diketahui bahwa item pernyataan nomor 5, 10, dan 11 pada varibel X_2 dinyatakan tidak valid karena nilai r_{hitung} lebih kecil dari hasil r_{tabel} sebesar 0,514. Dan item pernyataan tersebut tidak akan digunakan lagi pada uji – uji selanjutnya.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Validitas Kepuasan Pelanggan (Y)

Item Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimpulan
Soal 1	0,835	0,514	Valid
Soal 2	0,902	0,514	Valid
soal 3	0,793	0,514	Valid
Soal 4	0,846	0,514	Valid
Soal 5	0,721	0,514	Valid
Soal 6	0,829	0,514	Valid
Soal 7	0,859	0,514	Valid
Soal 8	0,863	0,514	Valid
Soal 9	0,830	0,514	Valid
Soal 10	0,944	0,514	Valid
Soal 11	0,857	0,514	Valid
Soal 12	0,749	0,514	Valid

Sumber: Data Olahan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.6 tersebut, dapat dilihat bahwa secara keseluruhan, item pernyataan pada variabel Y dinyatakan valid karena semua nilai r_{hitung} pada item pernyataan tersebut lebih besar daripada nilai r_{tabel} sebesar 0,514.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan uji yang digunakan untuk mengukur tingkat konsisten skor, dengan menggunakan teknik *Cronbach Alpha*. Pengambilan keputusan dilakukan berdasarkan kriteria tertentu:

- 1) Apabila nilai *Cronbach Alpha* dengan $sig > 0,60$, maka item dinyatakan reliabel.
- 2) Apabila nilai *Cronbach Alpha* dengan $sig < 0,60$, maka item dinyatakan tidak reliabel.

Tabel 4. 7 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N of items	Keterangan
Kualitas Pelayanan	0,917	12	Reliabel
Penanganan Keluhan	0,927	9	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,960	12	Reliabel

Sumber: Data Olahan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.7 di atas dapat dilihat bahwa 33 pernyataan yang diajukan dalam penelitian ini memiliki nilai *Cronbach alpha* lebih dari 0,60. Hal ini menunjukkan bahwa semua pengukur pada masing-masing variabel dalam kuesioner tersebut reliabel, sehingga kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini dapat dianggap sebagai instrumen yang baik.

5. Analisis Data Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Metro (Studi Pada Pelanggan Di Kelurahan Hadimulyo Barat). Sampel yang digunakan terdiri dari 98 responden, di mana setiap responden mengisi kuesioner yang terdiri dari tiga variabel, yaitu kualitas pelayanan (X_1) dengan 12 pertanyaan, penanganan keluhan (X_2) dengan 9 pertanyaan, dan kepuasan pelanggan (Y) dengan 12 pertanyaan. Penelitian ini dilaksanakan di Hadimulyo Barat pada September 2025, dan data yang diperoleh dianalisis menggunakan aplikasi SPSS versi 25.

a. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji Normalitas data bisa dilihat dengan menggunakan uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*. “Dengan pengambilan keputusan sebagai berikut:³

- a) Jika nilai Asymp. Sig. (2 – tailed) > 0,05 maka data dapat dikatakan berdistribusi normal.
- b) Jika Asymp. Sig. (2 – tailed) < 0,05 maka data tidak berdistribusi normal.”

Tabel 4. 8 Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

³ Slamet Widodo et al., *Buku Ajar Metode Penelitian*, 60.

		Unstandardized Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.11334650
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.035
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Data Olahan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.8 diatas hasil analisis uji normalitas yang telah dilakukan, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,200 melalui metode *Kolmogorov-Smirnov*. Hal ini menunjukkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi normal, sehingga data tersebut layak digunakan dalam penelitian ini.

2) Uji Multikolinieritas

Model regresi dikatakan baik jika tidak terjadi korelasi antar variabel *independen*, jika variabel *independen* saling berkorelasi, maka variabel tersebut tidak orthogonal yang artinya variabel *independen* yang nilai korelasi antar sesama variabel *independen* sama dengan nol. Cara mendektesi ada atau tidaknya gejala multikolinearitas pada model regresi, sebagai berikut:

- a) Memiliki nilai VIF ≤ 10

b) Memiliki nilai TOLERANCE $\geq 0,10$

Tabel 4. 9 Hasil Uji Multikolinieritas

Model	B	Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance
		Beta	Unstandardized Coefficients	Beta	Standardized Coefficients			
1	(Constant)	-.776	1.383			-.561	.576	
	X1	.621	.070		.576	8.826	.000	.203
	X2	.542	.087		.408	6.247	.000	.203

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.9 diatas terlihat bahwa nilai tolerance untuk variabel X₁ adalah 0,203 dan untuk X₂ juga 0,203. Nilai ini lebih besar dari 0,10, yang berarti tidak ada gejala multikolinearitas. Selain itu, nilai VIF untuk X₁ sebesar 4,937 dan untuk X₂ juga 4,937, yang lebih kecil dari 10,000. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada korelasi yang kuat antar variabel *independen*, sehingga layak untuk digunakan dalam penelitian ini.

3) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan kepengamatan lain. Cara dasar pengambilan keputusan Uji Heteroskedastisitas (Metode Glejser), sebagai

berikut:⁴

- a) Nilai Sig. > 0,05 maka tidak terjadi gejala heteroskedastisitas
- b) Nilai Sig. < 0,05 maka terjadi gejala heteroskedastisitas

Tabel 4. 10 Hasil Uji Heteroskedastisitas

Model	Coefficients ^a			t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3.460	.856		4.044	.000
X1	.001	.044	.005	.020	.984
X2	-.034	.054	-.142	-.630	.530

a. Dependent Variable: ABS_RES

Sumber: Data Olahan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.10 diatas hasil analisis uji heteroskedastisitas yang telah dilakukan, diperoleh nilai signifikansi pada variabel *independen* yaitu kualitas pelayanan (X_1) 0,984 dan penanganan keluhan (X_2) 0,530. Nilai ini lebih besar dari 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa dalam model regresi penelitian ini tidak ada indikasi terjadinya heterokedastisitas.

b. Uji Hipotesis

1) Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah model analisis yang

⁴ Pratama et al., "Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Likuiditas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Memperoleh Sustainability Reporting Award (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di ASRRAT dan SRA Tahun 2015-2020)." 893.

menggunakan beberapa variabel *independen* untuk mengukur seberapa besar dan arah pengaruhnya variabel-variabel *independen* terhadap variabel *dependen*. Dalam penelitian ini tujuannya adalah untuk memeriksa apakah kualitas pelayanan dan penanganan keluhan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Metro. Hasil analisis tersebut disajikan pada tabel berikut:

Tabel 4. 11 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model	Coefficients ^a						Collinearity	
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta					
1 (Constant)	-.776	1.383			-.561	.576		
Kualitas Pelayanan	.621	.070		.576	8.826	.000	.203	4.937
Penanganan Keluhan	.542	.087		.408	6.247	.000	.203	4.937

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber: Data Olahan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.11 diatas maka diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$\hat{Y} = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

$$\hat{Y} = -0,776 + 0,621 X_1 + 0,542 X_2 + 1,383$$

Keterangan:

α = Konstanta

X_1 = Kualitas Pelayanan

X_2 = Penanganan Keluhan

Y = Kepuasan Pelanggan

e = error

Dari persamaan diatas dapat dijelaskan, sebagai berikut:

- a) Nilai konstanta dalam persamaan regresi adalah -0,776, yang berarti bahwa jika kualitas pelayanan dan penanganan keluhan dianggap bernilai 0, maka kepuasan pelanggan diprediksi negatif, yaitu -0,776.
- b) Kualitas pelayanan (X_1) terhadap kepuasan pelanggan koefisien regresi pada variabel kualitas pelayanan sebesar 0,621. Maka artinya setiap kenaikan kualitas pelayanan sebesar satu angka, maka akan menaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,621.
- c) Penanganan keluhan (X_2) terhadap kepuasan pelanggan koefisien regresi pada variabel penanganan keluhan sebesar 0,542. Maka artinya setiap kenaikan penanganan keluhan sesbesar satu angka, maka akan menaikan kepuasan pelanggan sebesar 0,542.

2) Uji Parsial (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel *independen*, yaitu kualitas pelayanan (X_1) dan penanganan keluhan (X_2), terhadap variabel *dependen* yaitu kepuasan pelanggan (Y). Pengujian dilakukan dengan dua kriteria, yaitu membandingkan nilai signifikansi dengan batas 0,05 dan membandingkan nilai t_{hitung} dengan t_{tabel} . Berdasarkan

derajat kebebasan ($df = n - k = 98 - 2 = 96$), diperoleh nilai t tabel sebesar 1,984. Dengan demikian, suatu variabel dinyatakan berpengaruh signifikan apabila $t_{hitung} > 1,984$ dan nilai signifikansi $< 0,05$.

Tabel 4. 12 Hasil Uji t

Model	B	Coefficients ^a			Collinearity Statistics			
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		Beta	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients				
1 (Constant)	-.776	1.383			-.561	.576		
X1	.621	.070		.576	8.826	.000	.203	4.937
X2	.542	.087		.408	6.247	.000	.203	4.937

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan SPSS 25

$$\begin{aligned}
 df &= n-2 \\
 &= 98-2 \\
 &= 96 \\
 &= 1.98498
 \end{aligned}$$

Dapat disimpulkan bahwa:

- a) Pada variabel kualitas pelayanan (X_1), nilai t_{hitung} sebesar 8,826 lebih besar dari t_{tabel} 1,984, serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_1 diterima dan dapat disimpulkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
- b) Pada variabel penanganan keluhan (X_2), nilai t_{hitung} sebesar 6,247 lebih besar dari t_{tabel} 1,984, serta nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Dengan demikian, H_2 diterima dan dapat disimpulkan

bahwa penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3) Uji *Simultan* (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel *independen* secara bersama-sama (*simultan*) berpengaruh terhadap variabel *dependen*. Kriteria pengujian adalah apabila nilai signifikansi $< 0,05$ atau $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka variabel *independen* dinyatakan berpengaruh secara simultan terhadap variabel *dependen*.

Tabel 4. 13 Hasil Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	10524.490	2	5262.245	531.702	.000 ^b
Residual	940.214	95	9.897		
Total	11464.704	97			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Sumber: Data Olahan SPSS 25

Perhitungan F_{tabel} diperoleh secara manual, yaitu dengan menggunakan tabel distribusi F pada taraf signifikansi 0,05.

Langkah penentuan F_{tabel} adalah sebagai berikut:

df 1 = k-1 = 3-1 = 2	df 2 = n-k = 98-3 = 95
Jadi $F_{tabel} = 3,09$	

Berdasarkan tabel distribusi F dengan $\alpha = 0,05$, derajat bebas pembilang $df_1 = 2$, dan derajat bebas penyebut $df_2 = 95$, diperoleh $F_{tabel} = 3,09$.

Dari tabel 5.15 tersebut diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 dan nilai F_{hitung} sebesar 531,702. Karena nilai sig 0,000 < 0,05 dan $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($531,702 > 3,09$), maka dapat disimpulkan bahwa H_3 diterima. Dengan demikian, kualitas pelayanan dan penanganan keluhan secara simultan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

4) Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)

Uji koefisien determinasi ini digunakan untuk mengetahui besarnya kontribusi masing-masing variabel. Besarnya koefisien determinan berkisar 0 sampai dengan 1, besarnya koefisien determinan mendekati angka 1 maka semakin besar pengaruh variabel *independen* terhadap variabel *dependen*.

Tabel 4. 14 Hasil Uji R^2

Model Summary^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.958 ^a	.918	.916	3.146	

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Olahan SPSS 25

Berdasarkan tabel 4.14 diatas hasil dari analisis regresi linear berganda diperoleh tabel yang menunjukkan mengenai hasil uji koefisien determinasi penelitian sebagai berikut:

- a) Nilai R Square (koefisien determinasi) sebesar 0,918, artinya secara simultan kualitas pelayanan dan penanganan keluhan berpengaruh sebesar 91,8% terhadap

kepuasan pelanggan, sedangkan sisanya sebesar 8,2% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak termasuk yang diteliti dalam penelitian ini.

- b) Nilai Adjusted R Square sebesar 0,916, artinya secara simultan kualitas pelayanan dan penanganan keluhan berpengaruh sebesar 91,6% terhadap kepuasan pelanggan setelah penyesuaian, sedangkan kesejahteraan sebesar 8,4% dipengaruhi oleh variabel lain.

B. Pembahasan

Berdasarkan hasil uji regresi berganda diketahui bahwa variabel kualitas pelayanan (X_1) dan penanganan keluhan (X_2) secara bersamaan atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Metro. Penelitian ini tidak membatasi responden hanya pada pelanggan yang pernah mengajukan keluhan, karena kepuasan pelanggan juga dipengaruhi oleh pengalaman layanan secara keseluruhan, termasuk pelanggan yang tidak menyampaikan keluhan secara formal. Pelanggan yang tidak mengajukan keluhan tetap memiliki persepsi terhadap kualitas pelayanan dan penanganan layanan PT PLN (Persero), baik melalui pengalaman pribadi maupun informasi yang diperoleh dari lingkungan sekitar. Oleh karena itu, persepsi seluruh pelanggan tetap relevan untuk dianalisis dalam menilai pengaruh kualitas pelayanan dan penanganan keluhan terhadap kepuasan pelanggan. Untuk melihat pengaruh secara simultan ini dapat dilihat dari hasil uji F, yaitu

dengan membandingkan antara F_{hitung} dengan F_{tabel} ($531,702 > 3,09$) artinya kualitas pelayanan (X_1) dan penanganan keluhan (X_2) secara bersama atau simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

Sementara itu, untuk hasil uji koefisien determinasi (R^2) diperoleh nilai sebesar 0,918 atau 91,8%. Besarnya nilai koefisien determinasi tersebut menunjukkan bahwa variabel *independen* yang terdiri dari kualitas pelayanan (X_1) dan penanganan keluhan (X_2) mampu menjelaskan variabel *dependen*, yaitu kepuasan pelanggan (Y) sebesar 91,8%, sedangkan sisanya 8,2% dijelaskan oleh variabel lain dan variabel tersebut tidak dimasukkan dalam penelitian ini.

Hasil penelitian ini sejalan dengan *Expectation–Confirmation Theory* (ECT) yang dikemukakan oleh Oliver, yang menyatakan bahwa kepuasan pelanggan terbentuk dari proses perbandingan antara harapan awal pelanggan dengan kinerja layanan yang dirasakan. Ketika kualitas pelayanan PT PLN dinilai baik oleh pelanggan, maka terjadi konfirmasi positif yang meningkatkan kepuasan pelanggan. Temuan ini juga mendukung model SERVQUAL yang dikemukakan oleh Parasuraman, Zeithaml, dan Berry, di mana dimensi keandalan (*reliability*) dan daya tanggap (*responsiveness*) terbukti berperan penting dalam membentuk persepsi kepuasan pelanggan terhadap layanan listrik.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa meskipun sebagian responden menilai kualitas pelayanan dan penanganan keluhan PT PLN (Persero) belum sepenuhnya optimal, pelanggan tetap menggunakan layanan listrik yang

disediakan. Kondisi ini dipengaruhi oleh karakteristik PT PLN (Persero) sebagai penyedia listrik tunggal atau monopoli alamiah, sehingga pelanggan tidak memiliki alternatif penyedia layanan lain. Situasi tersebut menyebabkan tingkat kepuasan pelanggan cenderung bersifat pasif, di mana pelanggan tetap menggunakan layanan meskipun persepsi terhadap kualitas pelayanan dan penanganan keluhan belum sepenuhnya sesuai dengan harapan. Dengan demikian, kepuasan yang terbentuk tidak selalu mencerminkan evaluasi bebas pelanggan terhadap kualitas layanan, melainkan dipengaruhi oleh keterbatasan pilihan layanan yang tersedia.

1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dan nilai sebesar $8,826 > 1,984$. Hal ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, H_{01} ditolak dan H_{a1} diterima, yang berarti terdapat pengaruh parsial antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien regresi sebesar 0,621 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satuan pada variabel kualitas pelayanan akan meningkatkan kepuasan pelanggan sebesar 0,621 satuan.

Hasil ini menegaskan bahwa kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor utama yang menentukan tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan PT PLN. Kualitas yang baik, seperti kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan yang tepat dan konsisten, pengetahuan dan kesopanan karyawan, serta kemampuan untuk menimbulkan kepercayaan

dan keyakinan pada pelanggan, perhatian dan kepedulian yang diberikan perusahaan kepada pelanggan, penampilan fasilitas fisik, peralatan, karyawan, dan media komunikasi perusahaan, akan meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan, sehingga mendorong kepuasan pelayanan yang lebih tinggi. Pelanggan listrik di Kelurahan Hadimulyo Barat cenderung lebih puas jika pelayanan PLN memenuhi harapan mereka, seperti penyelesaian pemeliharaan jaringan yang tepat waktu. Hal ini sejalan dengan teori Parasuraman, Berry, Zeithaml yang menyatakan bahwa dimensi kualitas pelayanan (keandalan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik) secara langsung mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap layanan.

Dalam konteks layanan listrik PLN, kualitas pelayanan sangat penting karena pelanggan pelayanan sangat bergantung pada pasokan listrik yang stabil untuk kebutuhan sehari-hari. Peningkatan kualitas pelayanan tidak hanya mengurangi keluhan tetapi juga memperkuat citra perusahaan sebagai penyedia layanan yang dapat diandalkan.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Eline Octoviana Hutubessy et al. (2023) yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN (Persero) di Kota Ambon (Studi Kasus Pelanggan Rumah Tangga Tarif 900 VA)⁵. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa Kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan dan secara langsung dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

⁵ Hutubessy et al., “Pengaruh Kualitas Pelayanan PT. PLN (Persero) Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kota Ambon (Studi Kasus Pelanggan Rumah Tangga Tarif 900 VA), 244.”

Hasil penelitian menyatakan bahwa kualitas pelayanan PT PLN (Persero) di Ambon dinilai sangat baik, terutama pada dimensi empati yang menunjukkan perhatian dan kepedulian karyawan sangat dibutuhkan pelanggan. Kepuasan pelanggan tergolong tinggi karena nilai pelayanan yang diterima melebihi harapan awal mereka, khususnya di wilayah dengan infrastruktur tantangan serupa seperti Hadimulyo Barat.

2. Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Penanganan keluhan memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, dan nilai sebesar $6,247 > 1,984$. Hal ini menunjukkan bahwa penanganan keluhan berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Oleh karena itu, H_{02} ditolak dan H_{a2} diterima, yang berarti terdapat pengaruh parsial antara penanganan keluhan terhadap kepuasan pelanggan. Nilai koefisien regresi sebesar 0,542 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satuan pada variabel penanganan keluhan akan meningkatkan penanganan keluhan sebesar 0,542 satuan.

Hasil ini menunjukkan bahwa penanganan keluhan yang efektif, seperti proses pelaporan yang mudah, respon yang cepat, dan penyelesaian yang adil, akan semakin tinggi pula tingkat kepuasan pelanggan terhadap layanan PT PLN. Selain itu, nilai *Standardized Coefisiens Beta* sebesar 0,408 menunjukkan bahwa kontribusi penanganan keluhan terhadap variasi kepuasan pelanggan adalah sebesar 40,8%, yang menegaskan bahwa penanganan menjadi salah satu faktor penentu dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Penanganan keluhan yang mempengaruhi persepsi pelanggan terhadap perusahaan, di mana keluhan yang ditangani dengan baik dapat mengubah pengalaman negatif menjadi positif, sehingga meningkatkan loyalitas. Pelanggan di Kelurahan Hadimulyo Barat, yang sering menghadapi masalah seperti pemadaman listrik, akan lebih puas jika PLN menunjukkan empati dan komitmen dalam menyelesaikan masalah. Hal ini sejalan dengan pendekatan manajemen keluhan pelanggan, yang menyatakan bahwa respons yang cepat dan transparan dapat meningkatkan tingkat pelanggan hingga 30%. Oleh karena itu, PT PLN perlu memperkuat sistem penanganan keluhan melalui pelatihan karyawan dan teknologi digital untuk menghubungkan semua data keluhan dan menyelesaiakannya secara langsung saat itu juga tanpa menunggu lama.

Hasil ini sejalan dengan penelitian Alyanas (2024) yang berjudul “Efektifitas Penanganan Komplain Melalui Aplikasi PLN Mobile Untuk Mendukung Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Di PT PLN ULP Balikpapan Utara”.⁶ Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa penanganan komplain memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pelayanan serta kepuasan pelanggan, di mana peningkatan responsivitas karyawan aplikasi PLN Mobile meningkatkan responsivitas karyawan, mempercepat penyelesaian keluhan, dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Penanganan komplain yang cepat dan adil juga

⁶ “Alyanas, Efektifitas Penanganan Komplain Melalui Aplikasi PLN Mobile Untuk Mendukung Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Di PT PLN ULP Balikpapan Utara, 315-316.”

membantu perusahaan menjadi lebih responsif serta membangun loyalitas pelanggan, sebagaimana ditemukan di Hadimulyo Barat.

3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kedua variabel *independen* yaitu Kualitas Pelayanan dan Penanganan Keluhan mempunyai pengaruh bersama terhadap Kepuasan Pelanggan. Hal ini dibuktikan dengan nilai F_{hitung} sebesar $531,702 >$ dari nilai F_{tabel} sebesar 3,09, serta nilai signifikansi sebesar 0,000. Dengan demikian, variabel Kualitas Pelayanan (X_1) dan Penanganan Keluhan (X_2) secara simultan memberikan pengaruh yang signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) pada PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Metro Kelurahan Hadimulyo Barat.

Hasil ini menunjukkan bahwa kualitas pelayanan dan penanganan keluhan menjadi dasar utama dalam membentuk kepuasan pelanggan PT PLN. Dalam konteks ini, kedua variabel tersebut saling melengkapi, kualitas pelayanan berfungsi untuk mencegah timbulnya keluhan, sementara penanganan keluhan berperan memperbaiki masalah yang sudah terjadi, sehingga secara keseluruhan meningkatkan persepsi pelanggan terhadap layanan. Di Kelurahan Hadimulyo Barat, di mana pelanggan bergantung pada pasokan listrik yang stabil, integrasi kedua aspek ini dapat mengurangi rasa tidak puas dan mendorong peningkatan rekomendasi dari pelanggan. Pendekatan ini sejalan dengan teori integratif

layanan pelanggan yang menyatakan bahwa kepuasan optimal tercapai ketika pelayanan preventif (kualitas) dan reaktif (penanganan keluhan) berjalan secara saling melengkapi.

Oleh karena itu, PT PLN (Persero) UP3 Metro disarankan untuk menggabungkan kedua variabel tersebut melalui inisiatif pengembangan seperti penerapan digitalisasi pada layanan dan pengawasan pengaduan, demi mencapai kepuasan pelanggan jangka panjang.

Hasil ini didukung oleh penelitian Anzal Huda Khoiri et al. (2021) yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Semarang”.⁷ Penelitian tersebut menyatakan bahwa kualitas pelayanan dan penanganan keluhan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan dan loyalitas nasabah. Integrasi antara kualitas pelayanan preventif dan penanganan keluhan reaktif dapat memperkuat kepuasan dan meningkatkan loyalitas pelanggan, serupa dengan temuan di PT PLN yang menunjukkan kontribusi signifikan kedua variabel dalam mengubah persepsi negatif menjadi loyalitas.

⁷ Khoiri, “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Semarang, 23-24.”

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan pada hasil penelitian dan pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Metro (Studi Pada Pelanggan Di Kelurahan Hadimulyo Barat), maka peneliti menarik kesimpulan bahwa:

1. Secara parsial ditemukan bahwa variabel kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji t (parsial) dimana nilai t_{hitung} yaitu sebesar 8,826 dan nilai t_{tabel} adalah 1,984. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$.
2. Secara parsial ditemukan bahwa variabel penanganan keluhan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji t (parsial) dimana nilai t_{hitung} yaitu sebesar 6,247 dan nilai t_{tabel} adalah 1,984. Sehingga $t_{hitung} > t_{tabel}$ dan nilai signifikansi adalah $0,000 < 0,05$.
3. Kualitas pelayanan, dan penanganan keluhan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hal ini dapat dilihat pada hasil uji F (simultan) menunjukkan bahwa variabel kualitas pelayanan dan penanganan keluhan secara simultan dan signifikan mempengaruhi variabel kepuasan

pelanggan dengan nilai F_{hitung} lebih besar dari F_{tabel} ($531,702 > 3,09$). Sejalan dengan hal tersebut hasil uji determinasi diperoleh nilai sebesar 0,918. Artinya bahwa sebesar 91,8% variabel kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh variabel kualitas pelayanan dan penanganan keluhan dan sisanya 8,2% dipengaruhi oleh variabel lain.

Selain dipengaruhi oleh kualitas pelayanan dan penanganan keluhan, kepuasan pelanggan PT PLN (Persero) dalam penelitian ini juga dipengaruhi oleh kondisi struktural sebagai penyedia listrik tunggal atau monopoli alamiah. Kondisi ini menyebabkan pelanggan tetap menggunakan layanan listrik meskipun pada beberapa aspek masih terdapat ketidakpuasan yang dirasakan. Oleh karena itu, tingkat kepuasan pelanggan yang terbentuk tidak sepenuhnya mencerminkan evaluasi bebas terhadap kualitas layanan, melainkan juga dipengaruhi oleh keterbatasan pilihan penyedia layanan listrik yang tersedia bagi masyarakat.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian, maka saran penulis ajukan kepada pihak – pihak yang berkaitan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

4. Bagi PT PLN (Persero) UP3 Metro

PT PLN disarankan untuk meningkatkan kualitas pelayanan melalui strategi peningkatan berikut:

- a. Aspek Reliabilitas – Menetapkan standar waktu penyelesaian gangguan dan memastikan seluruh petugas mengikuti SOP tersebut agar keluhan pelanggan dapat diselesaikan tepat waktu.
- b. Aspek Daya Tanggap – Meningkatkan kecepatan layanan dengan menambah jumlah petugas frontliner pada jam sibuk serta mengoptimalkan respons cepat melalui aplikasi PLN Mobile dan Call Center 123.
- c. Aspek Jaminan – Melaksanakan pelatihan rutin bagi petugas terkait akurasi informasi, pelayanan profesional, dan penanganan keluhan yang efektif.
- d. Aspek Empati – Mengembangkan program *follow-up* pelanggan setelah keluhan ditangani untuk memastikan masalah benar-benar terselesaikan.
- e. Aspek Bukti Fisik – Melakukan perawatan dan pembaruan fasilitas pelayanan seperti ruang tunggu, sistem antrean, serta papan informasi agar pelanggan mendapatkan pengalaman pelayanan yang lebih nyaman dan jelas.

5. Bagi Pelanggan PT PLN (Persero) UP3 Metro

Pelanggan diharapkan dapat memanfaatkan saluran layanan PLN secara optimal melalui tindakan-tindakan berikut:

- a. Menggunakan fitur pada PLN Mobile seperti pelaporan gangguan, pengaduan layanan, pengecekan tagihan, dan

pemantauan progres perbaikan.

- b. Menyiapkan data dan dokumen pendukung seperti ID pelanggan, bukti pembayaran, atau foto kejadian sebelum mengajukan keluhan agar proses penanganan lebih cepat.
- c. Menghubungi kanal resmi PLN seperti WhatsApp Center, Call Center 123, atau kantor pelayanan untuk memastikan informasi yang diperoleh akurat dan terverifikasi.

6. Bagi Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini memiliki keterbatasan karena tidak membedakan responden berdasarkan pengalaman pengajuan keluhan secara formal. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memfokuskan pada pelanggan yang pernah mengajukan keluhan agar dapat mengkaji efektivitas penanganan keluhan secara lebih mendalam. Selain itu, penelitian lanjutan juga disarankan untuk menambahkan variabel lain seperti loyalitas pelanggan dan kepercayaan pelanggan guna memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif terhadap perilaku dan kepuasan pelanggan PT PLN (Persero).

Selain itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan model penelitian dengan menambahkan variabel struktural, seperti kepercayaan terhadap institusi pemerintah (*trust in government institution*) dan persepsi keadilan dalam sistem monopoli (*perceived fairness of*

monopoly). Penambahan variabel tersebut penting untuk memperoleh pemahaman yang lebih komprehensif mengenai kepuasan pelanggan pada layanan publik yang bersifat monopoli alamiah, di mana tingkat kepuasan tidak sepenuhnya terbentuk dari kualitas layanan semata, tetapi juga dipengaruhi oleh persepsi pelanggan terhadap legitimasi dan keadilan penyedia layanan.

Penelitian lanjutan disarankan untuk memperluas ruang lingkup dan metode penelitian dengan langkah-langkah berikut:

- a. Menambah variabel lain seperti inovasi pelayanan, pengalaman digital pelanggan melalui PLN Mobile, harga, atau faktor emosional yang dapat memengaruhi kepuasan pelanggan.
- b. Menggunakan metode *mixed methods* untuk menggabungkan data kuantitatif dan wawancara mendalam sehingga mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif.
- c. Memperluas jumlah sampel atau melakukan studi perbandingan antar unit PLN di wilayah berbeda untuk melihat variasi tingkat kepuasan dan kualitas pelayanan.

DAFTAR PUSTAKA

- Adrisa Auldri, Puti Andiny, Yani Rizal, dan Safuridar Safuridar. "Pengaruh Infrastruktur Listrik dan Infrastruktur Sosial terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Provinsi Aceh." *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan Indonesia* 2, no. 4 (2024): 109.
- Alamsyah, Agit, Luluk Nur Aini, Febryandhie Ananda, Meifida Ilyas, dan Tita Hasanah. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Media Sains Indonesia, 2023.
- Alyanas. "Efektifitas Penanganan Komplain Melalui Aplikasi PLN Mobile Untuk Mendukung Kinerja Pelayanan Dan Kepuasan Pelanggan Di PT PLN ULP Balikpapan Utara." *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis (JEMB)* 3, no. 2 (2024): 313–316.
- Amelia, Dahlia, Bambang Setiaji, Jarkawi, dan Kadek Primadewi. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zain, 2023.
- Aminatus Zahriyah, Suprianik, Agung Parmono, dan Mustofa. *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*. Mandala Press, 2021.
- Amir, Achmad Faisal, dan Achmad Zaini. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Rental Mobil Pada PT. Rafa Travelindo Mandiri Banyuwangi." *Jurnal Aplikasi Bisnis* 7, no. 2 (2021): 13.
- Anindya Najmina Nareswari dan Adhila Suryaningsih. "Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kecepatan Respons Terhadap Kepuasan Pelanggan di Restoran Marugame Udon." *Jurnal Riset Manajemen* 2, no. 4 (2024): 249–259.
- Aprianti, Resa, Dewi Maharani, dan Nyoman Sutama. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. PLN (Persero) (Studi Pada Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Sumbawa Besar)." *Jurnal Ekonomi & Bisnis* 10, no. 2 (2022): 226–227.
- Banurea, Sugeng Arifandi, dan Siti Aisyah. "Perbedaan Kualitas Pelayanan Listrik Pascabayar Dan Listrik Prabayar Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN (Persero) Salak, Pakpak Bharat." *Jurnal Mahasiswa* 4, no. 4 (2022): 281.
- Datu, Elsi Mina. *Persepsi Kepuasan Pelanggan Terhadap Layanan Gangguan Kelistrikan Di PT PLN (Persero) ULP Karebosi Kota Makassar*. 2, no. 5 (2025): 10176.
- Departemen Pendidikan Nasional. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Balai Pustaka, 2008.

- Elisa, Siti Nur, Arya Zaky Firmansyah, dan Adi Lukman Hakim. *Bagaimana Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan Mempengaruhi Perusahaan Penyedia Listrik Tunggal di Indonesia?* 5, no. 1 (2025): 3236.
- Engel, James F, Blackwell, Roger D, Miniard, dan Paul W. *Consumer Behavior*. 10 ed. Thomson South-Western, 2012.
- Farida. "Mengembangkan Kemampuan Pemahaman Konsep Peserta Didik Melalui Pembelajaran Berbasis VCD." *Al-Jabar : Jurnal Pendidikan Matematika* 6, no. 1 (2015): 28.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. 9 ed. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- Hajar, Intan, dan Nur Ihwan Safutra. "Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Listrik Pascabayar Dengan Menggunakan Metode Customer Satisfaction Index (CSI) Dan Importance Performance Analysis (IPA) Pada PT PLN ULP Lakawan Kab. Enrekang." *Jurnal Rekayasa Sistem Industri* 1, no. 2 (2023): 36.
- Harri, S. Ab, MM, Muhammad, Dr. Suharto, SE, MS, Dr. Dra. Titi Kurnia Fitriati, M. Si, dan Dr. Iwan Kurniawan Subagja, SE, MM. *Metode Penelitian Pendekatan Kualitatif Kuantitatif & Campuran*. Pena Persada, 2022.
- Hutubessy, Eline Octoviana, Simson Melmambessy, dan Victorio Fernando Nahuway. "Pengaruh Kualitas Pelayanan PT. PLN (Persero) Terhadap Kepuasan Pelanggan Di Kota Ambon (Studi Kasus Pelanggan Rumah Tangga Tarif 900 VA)." *Jurnal Administrasi Terapan* 2, no. 1 (2023): 242–245.
- Iba, Zainuddin, dan Aditya Wardhana. *Metode Penelitian*. Eureka Media Aksara, 2023.
- Irawan, Handi. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. PT Elex Media Komputindo, 2009.
- Khoiri, Anzal Huda. "Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah Pada Bank BNI Syariah Semarang." *Diponegoro Journal of Islamic Economics and Business* 1, no. 1 (2021): 21–24.
- Kotler, Philip, dan Gary Armstrong. *Principles of Marketing*. 14 ed. Pearson Education, 2012.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. 14 ed. Pearson Education, 2012.

- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. 15 ed. Pearson Education, 2016.
- Lupiyoadi, Rambat. *Manajemen Pemasaran Jasa*. 3 ed. Salemba Empat, 2013.
- Majid, Soeharto A. *Pelayanan Prima dan Kepuasan Pelanggan*. PT Rajagrafindo Persada, 2009.
- Ma'ruf Abdullah. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Aswaja Pressindo, 2015.
- Moh. Nazir. *Buku Ajar Metode Penelitian: Teori dan Praktik*. 31 ed. Ghalia Indonesia, 2005.
- Nindya, Ghea, Erna Listiana, dan Nur Afifah. "Pengaruh Quality of Service dan Complaint Handling terhadap Customer Retention dengan Customer Satisfaction sebagai Variabel Intervening." *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan dan Manajemen* 20, no. 3 (2024): 623.
- Oliver, Richard L. *Satisfaction: A Behavioral Perspective on the Consumer*. McGraw-Hill, 1997.
- Prabowo, Devo. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Listrik Prabayar Pada PT. PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Teluk Sagara." Universitas Dehasen Bengkulu, 2023.
- Pratama, Firnas Dafa Galih, Barkah Susanto, dan Farida. "Pengaruh Corporate Social Responsibility dan Likuiditas Terhadap Kinerja Keuangan Perusahaan yang Memperoleh Sustainability Reporting Award (Studi Empiris pada Perusahaan Manufaktur yang terdaftar di ASRRAT dan SRA Tahun 2015-2020)." *Jurnal Analisis Bisnis Ekonomi* 17, no. 1 (2022): 893.
- Prihatini, Lishapsari. "Peningkatan Loyalitas Pelanggan Melalui Penanganan Komplain Di The 101 Hotel Palembang Rajawali." *Jurnal Dimensi Komunikasi* 2, no. 2 (2021).
- PT PLN (Persero). *Statistik PLN 2024*. PT PLN (Persero), 2024.
- Safitri, Jeni Desya. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Nasabah Bank BNI Kantor Cabang Tarakan." Universitas Borneo Tarakan, 2023.
- Setya Budi, Agha De Aghna, Lulu Septiana, dan Brampubu Elok Panji Mahendra. "Memahami Asumsi Klasik dalam Analisis Statistik: Sebuah Kajian Mendalam tentang Multikolinearitas, Heterokedastisitas, dan Autokorelasi dalam Penelitian." *Jurnal Multidisiplin West Science* 3, no. 01 (2024): 2.
- Slamet Widodo, Festy Ladyani, La Ode Asrianto, Dalfian, dan Sri Nurcahyati. *Buku Ajar Metode Penelitian*. CV. Science Techno Direct, 2023.

- Sri Rochani Mulyani. *Metodologi Penelitian*. Widina, 2021.
- Stauss, Bernd, dan Wolfgang Seidel. *Complaint Management: The Heart of CRM*. Thomson South-Western, 2004.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, 2017.
- Susanti, Edduar Hendri, dan Erfan Robyardi. "Pengaruh Kualitas Layanan dan Keluhan Pelanggan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. PLN (Persero) ULP Ampera Palembang." *Jurnal Media Wahana Ekonomika* 21, no. 3 (2024).
- Syafrida Hafni Sahir. *Metodelogi Penelitian*. KBM Indonesia, 2022.
- Syarifuddin dan Ibnu Al Saudi. *Metode Riset Praktis Regresi Berganda Dengan SPSS*. Bobby Digital Center, 2022.
- Tamaulina Sembiring, Irmawati, Muhammad Sabir, dan Indra Tjahyadi. *Buku Ajar Metodologi Penelitian (Teori Dan Praktik)*. Saba Jasa Publisher, 2024.
- Tjiptono, Fandy. *Manajemen Jasa*. ANDI, 2014.
- Tjiptono, Fandy. *Pemasaran Jasa*. ANDI, 2015.
- Tjiptono, Fandy. *Service Management: Mewujudkan Layanan Prima*. ANDI, 2012.
- Widodo, Slamet, Festy Ladyani, La Ode Asrianto, dan Rusdi. *Buku Ajar Metode Penelitian*. Science Techno Direct, 2023.
- Zega, Orsinil Harfian. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Listrik Prabayar Di Kecamatan Gunungsitoli Utara Kota Gunungsitoli." *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi* 11, no. 3 (2023): 787.
- Zeithaml, Valarie A., A. Parasuraman, dan Leonard L. Berry. *Delivering Quality Service: Balancing Customer Perceptions and Expectations*. The Free Press, 1990.
- Zulfikar, Rizka, Fifian Permata Sari, Anggi Fatmayati, dan Kartika Wandini. *Metode Penelitian Kuantitatif (Teori, Metode Dan Praktik)*. Widina Media Utama, 2024.

LAMPIRAN – LAMPIRAN



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA

INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulya Metro Timur Kota Metro Lampung 34111

Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0056/ln.28.1/J/TL.00/09/2025

Lampiran : -

Perihal : **SURAT BIMBINGAN SKRIPSI**

Kepada Yth.,

Dwi Retno Puspita Sari (Pembimbing 1)

Dwi Retno Puspita Sari (Pembimbing 2)

di-

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dalam rangka penyelesaian Studi, mohon kiranya Bapak/Ibu bersedia untuk membimbing mahasiswa :

Nama : **RIA SULISTIANI**

NPM : **2103011082**

Semester : **8 (Delapan)**

Fakultas : **Ekonomi dan Bisnis Islam**

Jurusan : **Ekonomi Syariah**

Judul : **PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT PLN (PERSERO) UNIT PELAKSANA PELAYANAN PELANGGAN METRO (STUDI PADA PELANGGAN DI KELURAHAN HADIMULYO BARAT)**

Dengan ketentuan sebagai berikut :

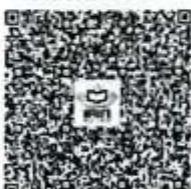
1. Dosen Pembimbing membimbing mahasiswa sejak penyusunan proposal s/d penulisan skripsi dengan ketentuan sebagai berikut :
 - a. Dosen Pembimbing 1 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV setelah diperiksa oleh pembimbing 2;
 - b. Dosen Pembimbing 2 bertugas mengarahkan judul, outline, alat pengumpul data (APD) dan memeriksa BAB I s/d IV sebelum diperiksa oleh pembimbing 1;
2. Waktu menyelesaikan skripsi maksimal 2 (semester) semester sejak ditetapkan pembimbing skripsi dengan Keputusan Dekan Fakultas;
3. Mahasiswa wajib menggunakan pedoman penulisan karya ilmiah edisi revisi yang telah ditetapkan dengan Keputusan Dekan Fakultas;

Demikian surat ini disampaikan, atas kesediaan Bapak/Ibu diucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 10 September 2025

Ketua Jurusan,



Muhammad Mujib Baldhowi
NIP 199103112020121005

OUTLINE

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT PLN (PERSERO) UNIT PELAKSANA PELAYANAN PELANGGAN METRO (Studi Pada Pelanggan Di Kelurahan Hadimulyo Barat)

HALAMAN SAMPUL

HALAMAN JUDUL

HALAMAN NOTA DINAS

HALAMAN PERSETUJUAN

HALAMAN PENGESAHAN

ABSTRAK

HALAMAN ORISINALITAS PENELITIAN

HALAMAN MOTTO

HALAMAN PERSEMBAHAN

KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI

DAFTAR TABEL

DAFTAR GAMBAR

DAFTAR LAMPIRAN

BAB I PENDAHULUAN

- A. Latar Belakang Masalah
- B. Pertanyaan Penelitian
- C. Tujuan dan Manfaat Penelitian
- D. Penelitian Relevan

BAB II LANDASAN TEORI

- A. Kualitas Pelayanan
 - 1. Pengertian Kualitas Pelayanan
 - 2. Kriteria Pelayanan
 - 3. Indikator Kualitas Pelayanan
- B. Penanganan Keluhan
 - 1. Pengertian Penanganan Keluhan
 - 2. Penyebab Terjadinya Keluhan
 - 3. Indikator Penanganan Keluhan
- C. Kepuasan Pelanggan
 - 1. Pengertian Kepuasan Pelanggan

2. Faktor – Faktor Kepuasan Pelanggan
3. Indikator Kepuasan Pelanggan

BAB III METODE PENELITIAN

- A. Rancangan Penelitian
- B. Definisi Operasional Variabel
- C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling
- D. Teknik Pengumpulan Data
- E. Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

- A. Hasil Penelitian
 1. Deskripsi Lokasi Penelitian
 2. Karakteristik Responden
 3. Uji Instrumen
 4. Analisis Data Hasil Penelitian
- B. Pembahasan
 1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan
 2. Pengaruh Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Pelanggan
 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Pelanggan

BAB V PENUTUP

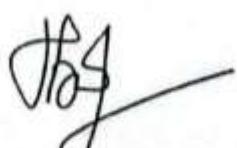
- A. Kesimpulan
- B. Saran

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN – LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Dosen pembimbing



Dwi Retno Puspita Sari, M.Si.

Metro, 10 September 2025

Mahasiswa Ybs,



Ria Sulistiani

NPM. 2103011082

ALAT PENGUMPULAN DATA (APD)

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT PLN (PERSERO) UNIT PELAKSANA PELAYANAN PELANGGAN METRO (Studi Pada Pelanggan Di Kelurahan Hadimulyo Barat)

A. IDENTITAS RESPONDEN

Nama Responden :
Umur :
Jenis Kelamin :
Alamat :
Lama Menjadi Pelanggan PLN :
• < 5 tahun
• > 5 tahun
Tipe Layanan Yang Digunakan :
• Prabayar
• Pascabayar

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Bacalah dengan seksama butir pernyataan yang tertera dan jawab sesuai pilihan saudara/i.

Kuesioner ini diberikan kepada pelanggan listrik yang berada di wilayah Hadimulyo Barat.

Pilih salah satu jawaban disetiap butir pernyataan.

Pastikan bahwa jawaban – jawaban yang saudara/i berikan adalah jawaban yang jujur, apa adanya dan sesuai dengan kenyataan.

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju
TS : Tidak Setuju
N : Netral
S : Setuju
SS : Sangat Setuju

C. PERNYATAAN KUESIONER

1. Variabel Kualitas Pelayanan (X₁)

NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Reliabilitas						
1.	PT PLN (Persero) UP3 Metro selalu menyediakan pasokan listrik tanpa gangguan.					
2.	PT PLN (Persero) UP3 Metro memberikan layanan tepat waktu sesuai janji.					
3.	PT PLN (Persero) UP3 Metro menyelesaikan masalah pelanggan dengan cepat dan tepat.					
Daya Tanggap						
4.	Karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro cepat membantu saat saya membutuhkan informasi.					
5.	Karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro tanggap terhadap kebutuhan saya.					
6.	Karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro memberikan respon yang cepat terhadap keluhan pelanggan.					
Jaminan						
7.	Saya merasa yakin bahwa karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro memiliki pengetahuan yang memadai dalam memberikan layanan.					
8.	Saya merasa aman dan percaya saat berinteraksi dengan karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro.					
9.	Karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro menunjukkan sikap profesional dalam melayani pelanggan.					
Empati						
10.	PT PLN (Persero) UP3 Metro memperhatikan masalah yang saya hadapi dengan serius.					

11.	Karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro berusaha membantu saya dengan cara terbaik.					
12.	Karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro memahami kebutuhan dan keinginan saya sebagai pelanggan.					
Bukti Fisik						
13.	Lingkungan kantor PT PLN (Persero) UP3 Metro bersih dan nyaman.					
14.	Informasi layanan PT PLN (Persero) UP3 Metro mudah saya akses.					
15.	Fasilitas dan peralatan di kantor PT PLN (Persero) UP3 Metro terlihat modern dan terawat.					

2. Variabel Penanganan Keluhan (X₂)

NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Kecepatan Dalam Menangani Keluhan						
16.	Karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro menanggapi keluhan saya dengan cepat.					
17.	Proses penyelesaian keluhan di PT PLN (Persero) UP3 Metro berlangsung dalam waktu singkat.					
18.	Saya merasa keluhan saya ditangani tanpa menunggu lama.					
Keadilan Dalam Menyelesaikan Masalah Atau Keluhan						
19.	Keputusan penyelesaian keluhan PT PLN (Persero) UP3 Metro adil bagi saya.					
20.	Karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro tidak wajar saat menangani keluhan saya.					
21.	Saya merasa hak saya sebagai pelanggan dihormati dalam proses penyelesaian keluhan.					

Empati Terhadap Pelanggan Yang Marah						
22.	Karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro memahami perasaan saya saat saya marah.					
23.	Karyawan PT PLN (Persero) UP3 Metro tetap sabar saat saya menyampaikan keluhan dengan emosi.					
24.	Saya merasa didengarkan dengan baik oleh karyawan saat saya mengeluh.					
Kemudahan Bagi Pelanggan Untuk Menghubungi Perusahaan						
25.	Saya mudah menghubungi PT PLN (Persero) UP3 Metro melalui berbagai saluran komunikasi.					
26.	Saluran komunikasi PT PLN (Persero) UP3 Metro selalu tersedia saat saya butuh.					
27.	Informasi kontak PT PLN (Persero) UP3 Metro mudah saya temukan.					

3. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

NO	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Re-purchase						
28.	Saya akan terus menggunakan layanan listrik dari PT PLN (Persero) di masa mendatang.					
29.	Saya berniat untuk memperpanjang atau menambah layanan listrik dari PT PLN (Persero) di kemudian hari.					
30.	Saya merasa puas sehingga akan tetap memilih PT PLN (Persero) untuk kebutuhan listrik saya selanjutnya.					
Menciptakan Word-of-Mouth						
31.	Saya sering merekomendasikan layanan PT PLN (Persero) kepada keluarga, teman, atau rekan kerja.					

32.	Saya merasa nyaman membagikan pengalaman positif saya tentang PT PLN (Persero).				
33.	Saya aktif menyebarkan informasi baik tentang layanan PT PLN (Persero) kepada orang lain.				
Menciptakan Citra Merek					
34.	Saya menilai PT PLN (Persero) memiliki reputasi baik sebagai penyedia listrik di wilayah saya.				
35.	Saya percaya PT PLN (Persero) memberikan layanan yang dapat diandalkan dan berkualitas.				
36.	PT PLN (Persero) merupakan merek yang saya percayai dalam menyediakan layanan listrik.				
Menciptakan Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Yang Sama					
37.	Saya cenderung memilih PT PLN (Persero) kembali jika membutuhkan layanan listrik tambahan.				
38.	Pengalaman saya sebelumnya mempengaruhi keputusan saya untuk tetap menggunakan layanan PT PLN (Persero).				
39.	Saya merasa yakin untuk terus menggunakan PT PLN (Persero) dibandingkan penyedia layanan listrik lainnya.				

Dosen pembimbing

Metro, 10 September 2025

Mahasiswa Ybs,

Dwi Retno Puspita Sari, M.Si.

Ria Sulistiani

NPM. 2103011082



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Metro Timur Kota Metro Lampung 34111
Telepon (0725) 41507; Faksimili (0725) 47296; Website: www.febi.metrouniv.ac.id; e-mail: febi.iain@metrouniv.ac.id

Nomor : B-0072/ln.28/D.1/TL.00/09/2025
Lampiran : -
Perihal : **IZIN RESEARCH**

Kepada Yth.,
Pimpinan PT PLN (Persero) UP3
Metro
di-
Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Sehubungan dengan Surat Tugas Nomor: B-0073/ln.28/D.1/TL.01/09/2025,
tanggal 16 September 2025 atas nama saudara:

Nama : **RIA SULISTIANI**
NPM : 2103011082
Semester : 9 (Sembilan)
Jurusan : Ekonomi Syari'ah

Maka dengan ini kami sampaikan kepada Pimpinan PT PLN (Persero) UP3 Metro bahwa Mahasiswa tersebut di atas akan mengadakan research/survey di PT PLN (Persero) UP3 Metro, dalam rangka meyelesaikan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT PLN (PERSERO) UNIT PELAKSANA PELAYANAN PELANGGAN METRO (STUDI PADA PELANGGAN DI KELURAHAN HADIMULYO BARAT)".

Kami mengharapkan fasilitas dan bantuan Bapak/Ibu untuk terselenggaranya tugas tersebut, atas fasilitas dan bantuannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Metro, 16 September 2025
Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Zumaroh S.E.I, M.E.Sy
NIP 19790422 200604 2 002

SURAT TUGAS

Nomor: B-0073/ln.28/D.1/TL.01/09/2025

Wakil Dekan Akademik dan Kelembagaan Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Metro, menugaskan kepada saudara:

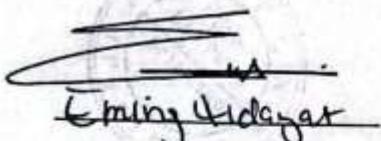
Nama : **RIA SULISTIANI**
NPM : **2103011082**
Semester : **9 (Sembilan)**
Jurusan : **Ekonomi Syari'ah**

- Untuk :
1. Mengadakan observasi/survey di PT PLN (Persero) UP3 Metro, guna mengumpulkan data (bahan-bahan) dalam rangka meyelesaikan penulisan Tugas Akhir/Skripsi mahasiswa yang bersangkutan dengan judul "**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN PENANGANAN KELUHAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT PLN (PERSERO) UNIT PELAKSANA PELAYANAN PELANGGAN METRO (STUDI PADA PELANGGAN DI KELURAHAN HADIMULYO BARAT)**".
 2. Waktu yang diberikan mulai tanggal dikeluarkan Surat Tugas ini sampai dengan selesai.

Kepada Pejabat yang berwenang di daerah/instansi tersebut di atas dan masyarakat setempat mohon bantuannya untuk kelancaran mahasiswa yang bersangkutan, terima kasih.

Dikeluarkan di : Metro
Pada Tanggal : 16 September 2025

Mengetahui,
Pejabat Setempat



Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan,



Zumaroh S.E.I, M.E.Sy
NIP 19790422 200604 2 002



**UID LAMPUNG
UP3 METRO**

Nomor : 1220/STH.01.04/F24020000/2025
Lampiran : -
Sifat : Segera - Biasa
Hal : Surat Balasan Izin Research

24 Oktober 2025

Kepada

Yth. Wakil Dekan Akademik dan
Kelembagaan
Institut Agama Islam Negeri Metro
Di
Tempat

Menindaklanjuti surat nomor B-0072/ln.28/D.1/TL.00/09/2025 tanggal 16 September 2025 perihal Izin Research, maka pada dasarnya kami tidak keberatan dan memberikan izin untuk kegiatan tersebut, dengan data sebagai berikut :

No	Nama Siswa	NPM	Jurusan	Lokasi
1	Ria Sulistiani	2103011082	Ekonomi Syari'ah	PLN UP3 Metro

Mahasiswa wajib mentaati peraturan dan ketentuan yang berlaku di PT PLN (Persero) UP3 Metro.

Demikian kami sampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih

MANAGER UNIT PELAKSANA
PELAYANAN PELANGGAN METRO,



ANAS FEBRIAN



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA UNIVERSITAS
ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG**
UNIT PERPUSTAKAAN
NPP: 1807062F0000001

Jalan Ki. Hajar Dewantara No. 118, Iningmulyo 15 A, Metro Timur Kota Metro Lampung 34112
Telepon (0725) 47297, 42775, Faksimili (0725) 47296;
Website: www.metrouniv.ac.id; e-mail: iainmetro@metrouniv.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PUSTAKA
Nomor : P-720/ln.28/S/U.1/OT.01/10/2025

Yang bertandatangan di bawah ini, Kepala Perpustakaan Universitas Islam Negeri
Jurai Siwo Lampung menerangkan bahwa :

Nama : RIA SULISTIANI
NPM : 2103011082
Fakultas / Jurusan : Ekonomi dan Bisnis Islam / Ekonomi Syariah

Adalah anggota Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung
Tahun Akademik 2025/2026 dengan nomor anggota 2103011082.

Menurut data yang ada pada kami, nama tersebut di atas dinyatakan bebas
administrasi Perpustakaan Universitas Islam Negeri Jurai Siwo Lampung.

Demikian Surat Keterangan ini dibuat, agar dapat dipergunakan seperlunya.





KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI JURAI SIWO LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki Hajar Dewantara 15A Iringmulyo, Metro Timur, Kota Metro, Lampung, 34111
Telepon (0725) 41507, Faksimili (0725) 47296

SURAT KETERANGAN LULUS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini menerangkan bahwa;

Nama : Ria Sulistiani
NPM : 2103011082
Jurusan : Ekonomi Syariah

Adalah benar-benar telah mengirimkan naskah Skripsi berjudul **Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Metro (Studi Pada Pelanggan Di Kelurahan Hadimulyo Barat)** untuk diuji plagiasi. Dan dengan ini dinyatakan **LULUS** menggunakan aplikasi **Turnitin** dengan **Score 22%**.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Metro, 03 November 2025
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah



Muhammad Mujib Baidhowi, M.E.
NIP. 199103112020121005



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Ria Sulistiani

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 2103011082

Semester / T.A : VII / 2024

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Selasa, 10/12.2021	<ul style="list-style-type: none"> - Tambah variabel - Pelajari metode SEM-PLS - Cari jurnal teoridan pelajaran - Nab. 1. 	JBF
2.	Jum'at, 13/12.2021	<ul style="list-style-type: none"> - Tambah variabel sesuai keperluan (perangaman keluhan pelanggan). 	JBF
3.	Jumat,		

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs,

JBG

Dwi Retno Puspitasari, M.Si

Spring

Ria Sulistiani
NPM. 2103011082



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Ria Sulistiani

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 2103011082

Semester / T A : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Jumat, 17/1/2025	- Revisi Bab 1 - Perbaiki sistim penulisan - Footnote wawancara mencukupi - Perbaiki Identifikasi narasumber, dkk - Segmen Catatan - Langkah BAB 2. -	
2.	Kamis , 24/4/2025	- Perbaiki penulisan footnote - Cekntrkan teori yg dipakai - Perbaiki penulisan kata asing - - Perbaiki penulisan hipotesis	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs,

Dwi Retno Puspitasari, M.Si

Ria Sulistiani
NPM. 2103011082



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: stainjusi@stainmetro.ac.id, website: www.stainmetro.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama : Ria Sulistiani

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 2103011082

Semester / T A : VIII / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Selasa, 29/4.2025	- Revisi tabel penelitian referensi - Bab 3 Tazkirah	
2.	Rabu, 19/5.2025	- Perbaiki tabel stata literat. - Tambah gambar item pertanyaan - Revise sesuai akademis	
3.	Senin, 19/5.2025	- ACC seminar proposal	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs,

Dwi Retno Puspitasari, M.Si

Ria Sulistiani
NPM. 2103011082



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: humas@metrouniv.ac.id, website: www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama: Ria Sulistiani

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 2103011082

Semester / T A : IX / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Selasa, 9/9/2025	<ul style="list-style-type: none">- Perbaiki urutan analisis dat- perbaiki tulisan istilah" dlm analisis dat- Revisi APP → tambah item pertanya- Revisi outline → tambah dr Bab 4.-	
2.	Rabu, 16/9/2025	<ul style="list-style-type: none">- Acc. APP- Langkah uji instrumen analisis	

Dosen Pembimbing

Dwi Retno Puspita Sari, M.Si.

Mahasiswa Ybs,

Ria Sulistiani
NPM. 2103011082



**KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp.(0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: humas@metrouniv.ac.id website: www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama: Ria Sulistiani

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 2103011082

Semester / T.A : IX / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Selasa, 16/9.2015	<ul style="list-style-type: none"> - Lanjutkan ke percakapan responden Utama - Gunakan item pertanyaan yg valid. 	HfJ
2.	Senin , 29/9.2015	<ul style="list-style-type: none"> - Revisi Bab 4. - Perbaiki sesuai citaten - Bagan perbaikan di revisi - Langkapai deskripsi PLN - Lanjut ke bab 5 	HfJ

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs,

John

Dwi Retno Puspita Sari, M.Si.

Randy

Ria Sulistiani
NPM. 2103011082



KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI METRO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jl. Ki. Hajar Dewantara Kampus 15 A Iringmulyo Kota Metro Lampung 34111
Telp. (0725) 41507 Fax. (0725) 47296 Email: humas@metrouniv.ac.id, website: www.metrouniv.ac.id

FORMULIR KONSULTASI BIMBINGAN PROPOSAL SKRIPSI

Nama: Ria Sulistiani

Jurusan/Fakultas : ESy / FEBI

NPM : 2103011082

Semester / T A : IX / 2025

No	Hari/ Tanggal	Hal-hal yang dibicarakan	Tanda Tangan
1.	Senin. 14/10.2025	- Daftar pustaka disesuaikan dg pedoman - Bab 1 sejarah PLN Metro - Aturan - Reviri semua catatan.	
2.	Kamis, 23/10.2025	Acc MUNAQOSYAH	

Dosen Pembimbing

Mahasiswa Ybs,



Dwi Retno Puspita Sari, M.Si.



Ria Sulistiani
NPM. 2103011082

Identitas Responden

Tabulasi data 98 sampel penelitian

No	Kualitas Pelayanan (X1)												Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	
1.	3	4	4	5	4	5	5	3	2	3	3	4	45
2.	4	5	5	3	5	3	3	4	3	4	4	5	48
3.	5	3	3	2	3	4	4	5	4	5	5	3	46
4.	5	4	4	3	2	3	3	5	3	5	5	4	46
5.	3	5	5	4	5	4	4	3	4	3	3	5	48
6.	4	3	3	2	3	5	5	4	5	4	4	3	45
7.	3	2	2	1	2	1	1	3	4	3	3	2	27
8.	1	3	3	4	3	2	2	1	2	1	1	3	26
9.	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	5	4	48
10.	5	4	4	3	4	5	3	5	4	4	5	4	50
11.	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5	4	5	51
12.	5	4	5	5	4	5	4	3	2	3	4	4	48
13.	5	5	4	5	4	3	2	3	2	3	4	4	44
14.	5	5	4	5	4	3	3	4	4	5	4	4	50
15.	4	4	5	4	3	3	2	3	4	4	5	4	45
16.	5	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5	5	53
17.	5	5	4	5	4	3	3	4	5	4	4	5	51
18.	4	4	5	4	3	4	3	5	4	4	5	4	49
19.	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	54
20.	1	2	1	1	2	3	2	2	1	2	3	4	24
21.	4	4	4	4	5	3	5	3	4	3	5	4	48
22.	2	1	2	2	1	2	3	4	4	3	2	2	28
23.	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	53
24.	4	3	4	5	3	5	5	4	4	4	5	3	49
25.	2	3	3	2	2	3	3	2	1	2	3	3	29
26.	2	1	2	3	3	1	1	2	2	1	2	2	22
27.	4	3	3	4	5	4	3	2	2	3	4	3	40
28.	5	4	3	4	4	3	2	3	4	3	4	4	43
29.	3	4	5	5	4	3	4	3	2	3	3	4	43
30.	1	2	3	3	2	1	2	1	2	3	4	3	27
31.	3	4	5	4	4	3	2	3	2	3	3	4	40
32.	1	2	2	1	2	3	2	3	2	3	4	4	29
33.	3	4	3	4	4	3	2	3	4	5	5	4	44
34.	4	3	2	2	3	4	3	4	5	4	4	3	41
35.	5	4	4	3	4	5	4	4	3	2	3	4	45
36.	4	4	3	5	5	4	3	5	4	4	3	2	46
37.	4	5	3	4	4	3	4	5	4	4	4	5	49
38.	3	4	5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	48
39.	4	3	5	4	4	5	4	3	2	2	3	4	43
40.	4	3	3	4	4	5	4	3	4	5	5	5	49
41.	4	4	5	4	3	2	3	4	5	4	4	3	45
42.	4	5	4	4	3	3	4	5	5	4	5	5	51
43.	1	1	2	3	2	1	2	2	3	4	3	2	26
44.	1	2	1	1	2	2	1	2	1	2	3	3	21
45.	4	5	4	3	4	5	2	4	5	4	2	4	46
46.	5	4	3	2	4	3	2	3	4	5	5	4	44
47.	4	3	4	5	4	3	2	3	2	3	4	5	42
48.	4	5	4	3	3	4	5	5	4	3	2	3	45
49.	5	5	4	3	4	4	4	3	4	5	5	4	49
50.	4	5	4	3	2	3	4	5	5	4	3	2	44
51.	4	5	4	3	4	5	4	4	3	2	3	2	43
52.	2	1	2	2	1	2	3	3	2	1	2	3	24
53.	2	1	1	2	3	2	3	2	2	1	2	1	22
54.	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	3	2	47
55.	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	49
56.	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	3	49
57.	4	5	4	5	3	4	4	5	4	4	5	4	51
58.	4	3	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	49
59.	3	4	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	50
60.	4	5	5	4	5	4	4	5	3	4	4	5	52
61.	2	1	3	2	2	2	1	3	2	2	1	3	24
62.	3	4	3	1	2	3	2	1	3	2	3	2	29
63.	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	48
64.	4	4	5	3	4	4	5	4	5	3	2	2	45
65.	2	4	4	3	2	3	4	4	5	4	4	5	44
66.	4	5	4	4	5	3	5	4	4	3	2	4	47
67.	4	4	5	4	5	3	2	4	4	3	5	5	48
68.	4	3	5	3	2	5	5	3	5	2	4	4	44
69.	4	4	5	4	5	5	3	2	4	5	4	4	49
70.	2	2	1	3	4	2	1	1	2	1	2	2	23
71.	2	1	2	2	1	3	4	2	1	1	2	1	22
72.	4	3	5	5	4	3	4	2	4	5	5	4	48
73.	5	4	4	3	4	5	5	4	2	4	5	5	50
74.	4	3	4	5	5	5	4	2	4	5	5	4	50
75.	5	5	4	5	4	5	4	3	2	4	5	5	51
76.	3	4	4	5	4	5	3	4	2	4	4	5	47
77.	2	4	3	5	5	4	4	4	3	5	4	5	49
78.	4	2	3	4	5	5	5	4	5	3	4	4	48
79.	4	4	5	5	5	4	2	3	4	5	5	4	50
80.	2	1	2	3	1	2	2	1	1	1	2	2	20
81.	4	5	5	4	4	3	5	2	5	4	4	5	50
82.	4	4	5	3	4	4	5	3	2	4	3	5	46
83.	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	51
84.	4	4	5	5	4	5	4	3	3	5	4	4	50
85.	5	5	5	4	3	4	5	4	5	4	4	4	52
86.	4	4	5	4	5	3	4	4	3	2	4	4	46
87.	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	4	52
88.	1	1	2	1	2	1	2	3	2	2	1	2	20
89.	4	5	5	3	5	4	4	4	5	2	5	4	49
90.	5	5	3	5	4	4	5	3	5	2	5	4	50
91.	4	4	5	3	5	5	4	4	5	3	5	2	49
92.	4	5	5	3	5	4	4	5	2	5	4	5	51
93.	4	5	5	3	5	4	4	4	5	4	5	2	49
94.	2	1	1	3	2	3	4	2	2	1	2	3	26
95.	2	2	1	2	3	3	4	3	3	2	2	1	28
96.	1	1	2	2	3	2	3	3	4	3	3	2	29
97.	3	2	2	1	2	2	2	3	4	3	2	2	27
98.	1	1	2	3	3	2	2	1	1	3	4	2	25

Penanganan Keluhan (X2)										
No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	Total X2
1.	4	5	5	3	5	3	3	4	3	35
2.	5	3	3	2	3	4	4	5	4	33
3.	3	4	4	5	4	5	5	3	2	35
4.	4	3	3	2	3	5	5	4	3	32
5.	5	4	4	3	4	3	3	2	3	31
6.	3	5	5	4	5	4	4	3	2	35
7.	1	3	4	3	3	2	2	1	2	21
8.	2	1	1	3	4	3	3	2	3	22
9.	5	4	4	4	5	5	3	5	5	40
10.	5	4	4	4	3	4	4	4	5	37
11.	4	5	4	3	4	5	5	4	4	39
12.	5	4	5	5	4	5	4	4	4	40
13.	5	4	5	5	4	5	4	4	3	40
14.	5	4	3	2	2	3	4	4	5	32
15.	5	5	4	5	4	4	4	5	4	40
16.	4	3	2	2	3	4	5	4	5	32
17.	4	3	2	2	3	4	4	5	4	31
18.	5	5	4	5	4	3	3	4	4	37
19.	5	4	3	4	4	5	2	3	4	34
20.	3	2	3	4	4	3	2	2	1	24
21.	4	3	5	5	4	4	4	5	5	39
22.	3	2	2	1	1	1	2	1	2	15
23.	4	4	5	4	4	5	4	4	4	38
24.	5	4	5	4	4	5	3	5	5	40
25.	2	3	2	2	1	3	2	1	1	16
26.	2	2	2	3	1	1	2	1	2	16
27.	5	4	5	4	3	3	4	5	4	37
28.	3	4	3	4	5	4	3	2	3	31
29.	4	5	4	3	2	3	4	3	3	31
30.	2	3	2	1	1	2	3	2	3	19
31.	4	5	4	3	4	3	4	4	5	36
32.	2	1	2	3	2	3	2	1	2	18
33.	4	3	2	3	4	4	3	4	5	32
34.	5	4	3	3	4	5	4	3	4	35
35.	3	4	5	5	4	3	4	4	3	35
36.	3	5	4	5	4	3	3	4	5	36
37.	4	3	4	5	5	4	3	3	4	35
38.	5	5	4	5	4	4	4	5	5	41
39.	5	4	3	4	4	5	5	5	4	39
40.	4	3	4	5	4	4	4	3	2	33
41.	4	4	5	5	4	4	3	3	3	35
42.	4	3	2	3	2	3	4	4	5	30
43.	2	1	1	2	2	3	3	3	2	19
44.	4	3	2	1	1	2	3	3	2	21
45.	4	5	4	3	4	5	4	5	5	39
46.	3	5	4	5	4	5	5	4	5	40
47.	4	3	4	5	4	5	5	4	5	39
48.	4	5	4	3	4	4	5	4	5	38
49.	3	2	3	4	5	4	5	4	4	34
50.	3	4	5	5	4	5	4	3	4	37
51.	3	4	3	4	4	5	4	5	5	37
52.	2	1	1	2	3	4	3	2	2	20
53.	2	1	2	3	4	3	2	2	1	20
54.	4	5	4	4	5	4	5	4	3	38
55.	4	5	4	3	2	4	4	5	4	35
56.	5	4	4	5	3	4	4	5	4	38
57.	5	4	5	3	4	4	5	4	3	37
58.	4	4	5	4	5	4	4	3	4	37
59.	4	5	4	4	5	4	5	4	5	40
60.	4	5	4	5	4	4	5	4	3	38
61.	3	2	1	2	3	1	2	2	3	19
62.	2	2	1	3	2	2	3	1	2	18
63.	4	3	4	4	5	5	4	3	2	34
64.	4	5	4	4	3	5	4	4	3	36
65.	3	4	4	5	4	4	5	4	4	37
66.	2	3	4	4	5	3	4	4	5	34
67.	4	3	2	4	5	4	3	2	4	31
68.	3	2	2	4	4	5	4	5	5	34
69.	5	3	2	5	4	4	5	4	5	37
70.	1	3	4	2	1	2	1	1	2	17
71.	3	4	2	2	1	2	1	1	2	18
72.	4	5	5	4	2	4	3	5	4	36
73.	4	2	4	5	5	5	4	3	4	36
74.	2	4	4	5	5	4	5	3	4	36
75.	3	4	5	5	4	3	2	4	5	35
76.	5	5	3	4	2	4	5	5	5	38
77.	4	4	5	5	5	4	2	3	4	36
78.	3	4	5	5	4	5	3	4	4	37
79.	2	4	4	5	5	5	3	4	5	37
80.	1	2	2	1	2	1	3	1	2	15
81.	5	4	4	3	4	4	4	3	2	33
82.	4	4	5	4	5	5	5	3	4	39
83.	5	5	4	3	2	3	3	4	5	34
84.	5	5	4	5	4	5	4	4	3	39
85.	4	5	5	5	4	3	4	5	5	40
86.	5	5	4	5	4	4	4	5	3	39
87.	3	4	4	3	2	5	5	4	4	34
88.	2	2	1	2	3	2	1	1	2	16
89.	5	3	5	4	5	5	3	5	4	39
90.	5	5	3	5	4	4	5	5	3	39
91.	5	4	5	3	5	2	4	4	5	37
92.	3	5	5	2	4	4	5	3	5	36
93.	5	5	3	5	4	5	2	3	5	37
94.	2	2	1	3	2	2	1	1	2	16
95.	2	1	1	2	1	2	2	3	4	18
96.	1	1	2	1	2	2	3	2	2	16
97.	2	2	1	2	2	3	2	2	1	17
98.	2	1	2	2	2	1	1	2	1	14

Kepuasan Pelanggan (Y)													
No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	Y.11	Y.12	Total Y
1.	5	3	3	2	3	4	4	5	4	5	5	3	46
2.	3	4	4	5	4	5	5	3	2	3	3	4	45
3.	4	5	5	3	5	3	3	2	3	4	4	5	46
4.	3	5	5	4	5	4	4	3	4	3	2	3	45
5.	4	3	3	2	3	5	5	4	5	4	4	3	45
6.	5	4	4	3	4	3	3	5	3	5	5	4	48
7.	3	2	2	1	2	1	1	3	1	3	3	4	26
8.	3	4	3	2	2	1	1	2	1	3	3	2	27
9.	4	4	4	3	4	5	4	5	3	5	4	5	50
10.	4	4	5	3	4	4	5	3	4	5	3		44
11.	4	3	4	4	5	4	3	5	4	5	4	5	50
12.	4	5	4	4	3	4	3	5	4	5	4	4	49
13.	3	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	52
14.	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	54
15.	4	3	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	51
16.	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	3	4	52
17.	5	5	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5	53
18.	5	4	3	2	2	3	4	4	5	4	5	5	46
19.	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	4	48
20.	2	1	2	2	3	2	1	1	2	1	3	2	22
21.	4	3	4	4	5	3	3	5	4	3	4	5	47
22.	3	4	3	3	4	3	2	2	1	2	1	1	29
23.	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	53
24.	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	52
25.	1	1	2	1	2	2	2	3	2	1	3	1	21
26.	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	4	30
27.	3	4	4	5	4	3	4	5	4	4	3	4	47
28.	4	3	4	3	2	3	4	3	4	5	4	3	42
29.	5	4	5	4	4	3	4	3	4	5	5	4	50
30.	3	2	3	4	3	2	2	3	2	1	2	3	30
31.	5	4	3	4	3	2	3	4	4	5	4	3	44
32.	3	2	3	2	1	2	3	3	2	1	2	1	25
33.	5	4	5	5	4	3	4	3	4	4	3	4	48
34.	3	4	5	4	3	2	3	4	4	3	4	5	44
35.	4	3	4	5	5	4	3	4	4	3	4	5	48
36.	5	4	3	3	4	4	5	5	5	4	5	4	51
37.	5	4	4	3	2	2	3	4	4	5	5	4	45
38.	4	3	3	4	5	4	3	2	3	4	4	5	44
39.	5	4	3	4	5	4	4	5	5	4	5	4	52
40.	3	4	5	5	4	4	3	3	4	5	4	3	47
41.	4	5	4	4	5	5	4	3	4	4	3	4	49
42.	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4	3	3	49
43.	1	1	2	3	2	3	4	3	2	1	1	2	25
44.	2	1	1	2	3	3	2	2	1	2	1	1	21
45.	4	5	4	5	5	4	3	4	5	5	4	5	53
46.	3	4	5	4	5	5	4	3	4	5	5	4	51
47.	4	3	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	49
48.	4	5	4	3	4	5	5	4	3	4	5	5	51
49.	5	4	5	5	4	3	4	3	4	5	4	5	51
50.	5	4	3	4	4	5	4	3	4	5	4	4	49
51.	4	3	4	5	4	5	4	3	4	4	5	4	49
52.	1	2	1	2	1	2	3	2	2	1	2	1	20
53.	2	1	1	2	3	2	1	2	3	3	2	1	23
54.	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	5	4	51
55.	5	4	5	3	4	5	4	4	3	5	4	4	50
56.	4	5	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	51
57.	3	4	4	5	3	5	4	4	5	5	4	5	51
58.	5	4	4	5	4	5	3	4	4	5	4	4	51
59.	5	4	3	4	5	3	4	2	4	4	3	4	45
60.	5	5	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	52
61.	2	1	1	2	3	2	3	2	2	1	3	2	24
62.	2	3	2	1	2	2	1	3	1	1	2	1	21
63.	3	4	4	5	5	4	4	5	5	4	3	2	48
64.	3	4	4	5	4	4	5	4	5	3	3	2	46
65.	3	4	5	4	4	5	4	4	3	2	3	2	43
66.	3	4	4	5	4	5	4	4	3	2	4	3	45
67.	3	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	3	47
68.	4	5	4	3	4	4	5	5	3	2	4	3	46
69.	4	4	5	3	5	4	4	5	5	4	3	2	48
70.	3	1	2	2	1	1	2	2	1	3	4	2	24
71.	3	4	2	2	1	2	2	1	3	2	1	2	25
72.	5	5	3	4	2	4	5	5	5	4	3	4	49
73.	3	4	2	4	5	5	4	4	4	2	4	5	46
74.	5	5	4	3	4	2	2	4	5	4	4	5	47
75.	3	4	4	5	5	5	4	2	3	5	5	4	49
76.	3	4	4	2	3	5	5	5	4	4	3	5	47
77.	2	4	4	5	5	5	3	4	5	5	4	2	48
78.	5	5	4	4	4	2	4	5	5	3	4	4	49
79.	3	4	4	5	5	5	3	4	2	4	5	5	49
80.	2	2	1	1	3	2	3	1	1	2	2	2	21
81.	5	5	5	4	3	3	4	5	3	3	2	5	47
82.	5	5	3	4	4	5	4	4	5	3	4	4	50
83.	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	55
84.	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	5	50
85.	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	4	52
86.	4	4	5	4	5	5	4	4	3	2	5	4	49
87.	5	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	5	53
88.	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2	1	2	22
89.	4	5	2	5	3	5	4	4	5	4	5	5	51
90.	5	2	4	4	5	3	5	5	3	5	2	4	47
91.	3	5	4	5	2	4	3	5	4	4	5	4	48
92.	4	4	5	3	5	5	4	4	5	2	4	4	49
93.	4	4	5	3	5	4	2	5	3	4	4	5	48
94.	2	3	3	4	2	3	2	2	1	2	1	2	27
95.	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	2	3	21
96.	2	1	1	2	2	3	4	3	3	2	2	1	26
97.	2	3	3	4	3	2	2	1	2	1	1	2	26
98.	1	1	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	17

UJI INSTRUMEN PENELITIAN

1. Uji Validitas

a. Kualitas Pelayanan

Correlations																		
	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	X1.	TOT		
	1	2	3	4	5	.6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	AL		
																X1		
X1.1	Pearso	1	.86	.60	.62	.82	.46	.68	.52	.71	.79	.61	.15	-	.41	.33	.856*	
	n		2**	8*	1*	9**	9	4**	6*	2**	9**	2*	9	.04	4	2	*	
	Correla tion															6		
	Sig. (2- tailed)		.00	.01	.01	.00	.07	.00	.04	.00	.00	.01	.57	.87	.12	.22	.000	
			0	6	3	0	8	5	4	4	0	5	0	2	5	6		
	N		15	15	15	15	15	15	15	14	15	15	15	15	15	15	15	
X1.2	Pearso	.86	1	.74	.76	.90	.47	.76	.73	.91	.87	.59	.31	-	.60	.57	.987*	
	n	2**		0**	8**	5**	7	7**	5**	9**	1**	1*	9	.06	8*	8*	*	
	Correla tion															4		
	Sig. (2- tailed)		.00		.00	.00	.07	.00	.00	.00	.00	.02	.24	.82	.01	.02	.000	
			0		2	1	0	2	1	2	0	0	0	7	2	6	4	
	N		15	15	15	15	15	15	15	14	15	15	15	15	15	15	15	
X1.3	Pearso	.60	.74	1	.57	.70	.46	.51	.31	.73	.45	.32	-	.02	.46	.15	.693*	
	n	8*	0**		6*	5**	9	5*	8	2**	4	4	.04	3	7	3	*	
	Correla tion															6		
	Sig. (2- tailed)		.01	.00		.02	.00	.07	.05	.24	.00	.08	.23	.87	.93	.07	.58	.004
			6	2		5	3	8	0	8	3	9	9	2	6	9	7	
	N		15	15	15	15	15	15	15	14	15	15	15	15	15	15	15	
X1.4	Pearso	.62	.76	.57	1	.68	.04	.42	.52	.60	.65	.41	.53	.04	.68	.54	.786*	
	n	1*	8**	6*		8**	4	1	6*	1*	8**	2	8*	7	9**	5*	*	
	Correla tion																	
	Sig. (2- tailed)		.01	.00	.02		.00	.87	.11	.04	.02	.00	.12	.03	.86	.00	.03	.001
			3	1	5		5	7	8	4	3	8	7	8	8	5	6	
	N		15	15	15	15	15	15	15	14	15	15	15	15	15	15	15	

X1.5	Pearson	.82	.90	.70	.68	1	.48	.62	.61	.74	.84	.63	.40	.02	.61	.39	.936*
	n	9**	5**	5**	8**		3	4*	4*	8**	1**	2*	9	2	0*	0	*
	Correlation																
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.00		.06	.01	.01	.00	.00	.01	.13	.93	.01	.15	.000
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	14	15	15	15	15	15	15	15
X1.6	Pearson	.46	.47	.46	.04	.48	1	.33	.24	.43	.48	.60	-	-	-	-	.456
	n	9	7	9	4	3		0	3	8	7	4*	.06	.46	.05	.04	
	Correlation												7	8	1	4	
	Sig. (2-tailed)	.07	.07	.07	.87	.06		.22	.38	.11	.06	.01	.81	.07	.85	.87	.088
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	14	15	15	15	15	15	15	15
X1.7	Pearson	.68	.76	.51	.42	.62	.33	1	.78	.70	.65	.22	-	.02	.29	.41	.731*
	n	4**	7**	5*	1	4*	0		6**	7**	7**	7	.05	9	0	8	*
	Correlation												9				
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.05	.11	.01	.22		.00	.00	.00	.41	.83	.91	.29	.12	.002
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	14	15	15	15	15	15	15	15
X1.8	Pearson	.52	.73	.31	.52	.61	.24	.78	1	.65	.74	.32	.43	-	.31	.55	.745*
	n	6*	5**	8	6*	4*	3	6**		9*	1**	6	4	.15	7	6*	*
	Correlation													2			
	Sig. (2-tailed)	.04	.00	.24	.04	.01	.38	.00		.01	.00	.23	.10	.58	.24	.03	.001
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	14	15	15	15	15	15	15	15
X1.9	Pearson	.71	.91	.73	.60	.74	.43	.70	.65	1	.64	.28	.17	.16	.48	.48	.883*
	n	2**	9**	2**	1*	8**	8	7**	9*		8*	0	5	2	9	6	*
	Correlation																
	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.00	.02	.00	.11	.00	.01		.01	.33	.54	.58	.07	.07	.000
	N	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14	14
X1.1	Pearson	.79	.87	.45	.65	.84	.48	.65	.74	.64	1	.78	.40	-	.40	.54	.906*
0	n	9**	1**	4	8**	1**	7	7**	1**	8*		6**	0	.26	4	5*	*
	Correlation													0			

	Sig. (2-tailed)	.00	.00	.08	.00	.00	.06	.00	.00	.01		.00	.13	.34	.13	.03	.000
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	14	15	15	15	15	15	15	15
X1.1	Pearso	.61	.59	.32	.41	.63	.60	.22	.32	.28	.78	1	.30	-	.13	.28	.632*
1	n	2*	1*	4	2	2*	4*	7	6	0	6**		1	.47	6	8	
	Correlation													3			
	Sig. (2-tailed)	.01	.02	.23	.12	.01	.01	.41	.23	.33	.00		.27	.07	.62	.29	.011
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	14	15	15	15	15	15	15	15
X1.1	Pearso	.15	.31	-	.53	.40	-	-	.43	.17	.40	.30	1	-	.38	.35	.404
2	n	9	9	.04	8*	9	.06	.05	4	5	0	1		.07	5	2	
	Correlation			6		7	9							1			
	Sig. (2-tailed)	.57	.24	.87	.03	.13	.81	.83	.10	.54	.13	.27		.80	.15	.19	.135
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	14	15	15	15	15	15	15	15
X1.1	Pearso	-	-	.02	.04	.02	-	.02	-	.16	-	-	-	1	.30	-	-.057
3	n	.04	.06	3	7	2	.46	9	.15	2	.26	.47	.07		3	.07	
	Correlation	6	4			8		2		0	3	1			0		
	Sig. (2-tailed)	.87	.82	.93	.86	.93	.07	.91	.58	.58	.34	.07	.80		.27	.80	.841
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	14	15	15	15	15	15	15	15
X1.1	Pearso	.41	.60	.46	.68	.61	-	.29	.31	.48	.40	.13	.38	.30	1	.58	.634*
4	n	4	8*	7	9**	0*	.05	0	7	9	4	6	5	3		6*	
	Correlation					1											
	Sig. (2-tailed)	.12	.01	.07	.00	.01	.85	.29	.24	.07	.13	.62	.15	.27		.02	.011
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	14	15	15	15	15	15	15	15
X1.1	Pearso	.33	.57	.15	.54	.39	-	.41	.55	.48	.54	.28	.35	-	.58	1	.597*
5	n	2	8*	3	5*	0	.04	8	6*	6	5*	8	2	.07	6*		
	Correlation					4								0			
	Sig. (2-tailed)	.22	.02	.58	.03	.15	.87	.12	.03	.07	.03	.29	.19	.80	.02		.019
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	14	15	15	15	15	15	15	15

TOT	Pearso	.85	.98	.69	.78	.93	.45	.73	.74	.88	.90	.63	.40	-	.63	.59	1
AL	n	6**	7**	3**	6**	6**	6	1**	5**	3**	6**	2*	4	.05	4*	7*	
X1	Correla tion														7		
	Sig. (2- tailed)	.00	.00	.00	.00	.00	.08	.00	.00	.00	.00	.01	.13	.84	.01	.01	
		0	0	4	1	0	8	2	1	0	0	1	5	1	1	9	
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	14	15	15	15	15	15	15	15

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

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

b. Penanganan Keluhan

Correlations

						X2.						X2.1	X2.1	X2.1	TOTA
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	0	1	2	L X2	
X2.1	Pearson Correlation	1	.585	.618	.237	-	.432	.581	.701	.388	.176	.000	.303	.611*	
	Sig. (2-tailed)		*	*		.43		*	**						
	N		.022	.014	.396	.10	.107	.023	.004	.153	.530	1.00	.273	.015	
X2.2	Pearson Correlation	.585	1	.672	.646	.02	.709	.474	.803	.702	.385	.257	.623	.869**	
	Sig. (2-tailed)	*		**	**	5	**		**	**				*	
	N		.022		.006	.009	.92	.003	.074	.000	.003	.157	.354	.013	
X2.3	Pearson Correlation	.618	.672	1	.471	-	.504	.758	.729	.539	.289	.196	.553	.757**	
	Sig. (2-tailed)	*	**			.53		**	**	*				*	
	N		.014	.006		.076	.04	.055	.001	.002	.038	.296	.485	.033	
X2.4	Pearson Correlation	.237	.646	.471	1	.36	.745	.559	.514	.444	-	.380	.704	.749**	
	Sig. (2-tailed)		**			8	**	*			.057			**	
	N		.396	.009	.076		.17	.001	.030	.050	.097	.839	.163	.003	

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

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

c. Kepuasan Pelanggan

Y9	Pearson Correlation	.581 *	.718 **	.728 **	.776 **	.484 **	.816 **	.777 **	.699 **	1 **	.815 *	.526 *	.399 **	.830 **
	Sig. (2-tailed)	.023	.003	.002	.001	.067	.000	.001	.004		.000	.044	.140	.000
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
Y10	Pearson Correlation	.811 **	.954 **	.664 **	.697 **	.672 **	.859 **	.851 **	.713 **	.815 **	1 **	.717 **	.663 **	.944 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007	.004	.006	.000	.000	.003	.000		.003	.007	.000
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
Y11	Pearson Correlation	.828 **	.675 **	.657 **	.689 **	.674 **	.608 *	.635 *	.784 **	.526 *	.717 **	1 **	.842 **	.857 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.006	.008	.004	.006	.016	.011	.001	.044	.003		.000	.000
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
Y12	Pearson Correlation	.779 **	.658 **	.349 **	.495 **	.684 **	.462 *	.603 *	.580 *	.399 **	.663 **	.842 **	1 **	.749 **
	Sig. (2-tailed)	.001	.008	.202	.060	.005	.083	.017	.023	.140	.007	.000		.001
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
TOTAL	Pearson Correlation	.835 **	.902 **	.793 **	.846 **	.721 **	.829 **	.859 **	.863 **	.830 **	.944 **	.857 **	.749 **	1 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15

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

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

2. Uji Reliabilitas

X₁

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.917	12

X₂

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.927	9

Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.960	12

UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized
		Residual
N		98
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.11334650
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.035
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
 - b. Calculated from data.
 - c. Lilliefors Significance Correction.
 - d. This is a lower bound of the true significance.

2. Uji Multikolineitas

1 (Constant)	-.776	1.383		-.561	.576		
X1	.621	.070		.576	8.826	.000	.203
X2	.542	.087		.408	6.247	.000	.203

a. Dependent Variable: Y

3. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	3.460	.856			4.044	.000
X1	.001	.044		.005	.020	.984
X2	-.034	.054		-.142	-.630	.530

a. Dependent Variable: ABS_RES

PENGUJIAN HIPOTESIS

1. Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized		Beta	t	Sig.	Collinearity	
	Coefficients	Std. Error				Statistics	
1 (Constant)	-.776	1.383		-.561	.576		
Kualitas	.621	.070	.576	8.826	.000	.203	4.937
Pelayanan							
Penanganan	.542	.087	.408	6.247	.000	.203	4.937
Keluhan							

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

2. Uji Parsial (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized		Beta	t	Sig.	Collinearity	
	Coefficients	Std. Error				Statistics	
1 (Constant)	-.776	1.383		-.561	.576		
X1	.621	.070	.576	8.826	.000	.203	4.937

X2	.542	.087	.408	6.247	.000	.203	4.937
----	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Y

3. Uji *Simultan* (Uji F)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	10524.490	2	5262.245	531.702	.000 ^b
Residual	940.214	95	9.897		
Total	11464.704	97			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

4. Uji Koefisien Determinasi (Uji R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R	Std. Error of the Estimate
			Square	
1	.958 ^a	.918	.916	3.146

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Nilai Distribusi r_{tabel}

Tabel Nilai r Product Moment

N	Taraf Signif		N	Taraf Signif		N	Taraf Signif	
	5%	10%		5%	10%		5%	10%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,203	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

t_{tabel}

TABEL NILAI KRITIS DISTRIBUSI T

df	One-Tailed Test						
	0,25	0,10	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001
	Two-Tailed Test						
	0,50	0,20	0,10	0,05	0,02	0,01	0,002
81	0,677531	1,292091	1,663884	1,989686	2,373270	2,637897	3,193922
82	0,677493	1,291961	1,663649	1,989319	2,372687	2,637123	3,192619
83	0,677457	1,291835	1,663420	1,988960	2,372119	2,636369	3,191349
84	0,677422	1,291711	1,663197	1,988610	2,371564	2,635632	3,190111
85	0,677387	1,291591	1,662978	1,988268	2,371022	2,634914	3,188902
86	0,677353	1,291473	1,662765	1,987934	2,370493	2,634212	3,187722
87	0,677320	1,291358	1,662557	1,987608	2,369977	2,633527	3,186569
88	0,677288	1,291246	1,662354	1,987290	2,369472	2,632858	3,185444
89	0,677256	1,291136	1,662155	1,986979	2,368979	2,632204	3,184345
90	0,677225	1,291029	1,661961	1,986675	2,368497	2,631565	3,183271
91	0,677195	1,290924	1,661771	1,986377	2,368026	2,630940	3,182221
92	0,677166	1,290821	1,661585	1,986086	2,367566	2,630330	3,181194
93	0,677137	1,290721	1,661404	1,985802	2,367115	2,629732	3,180191
94	0,677109	1,290623	1,661226	1,985523	2,366674	2,629148	3,179209
95	0,677081	1,290527	1,661052	1,985251	2,366243	2,628576	3,178248
96	0,677054	1,290432	1,660881	1,984984	2,365821	2,628016	3,177308
97	0,677027	1,290340	1,660715	1,984723	2,365407	2,627468	3,176387
98	0,677001	1,290250	1,660551	1,984467	2,365002	2,626931	3,175486
99	0,676976	1,290161	1,660391	1,984217	2,364606	2,626405	3,174604
100	0,676951	1,290075	1,660234	1,983972	2,364217	2,625891	3,173739
101	0,676927	1,289990	1,660081	1,983731	2,363837	2,625386	3,172893
102	0,676903	1,289907	1,659930	1,983495	2,363464	2,624891	3,172063
103	0,676879	1,289825	1,659782	1,983264	2,363098	2,624407	3,171250
104	0,676856	1,289745	1,659637	1,983038	2,362739	2,623932	3,170452
105	0,676833	1,289666	1,659495	1,982815	2,362388	2,623465	3,169670
106	0,676811	1,289589	1,659356	1,982597	2,362043	2,623008	3,168904
107	0,676790	1,289514	1,659219	1,982383	2,361704	2,622560	3,168152
108	0,676768	1,289439	1,658985	1,982173	2,361372	2,622120	3,167414
109	0,676747	1,289367	1,658953	1,981967	2,361046	2,621688	3,166690
110	0,676727	1,289295	1,658824	1,981765	2,360726	2,621265	3,165979
111	0,676706	1,289225	1,658697	1,981567	2,360412	2,620849	3,165282
112	0,676687	1,289156	1,658573	1,981372	2,360104	2,620440	3,164597
113	0,676667	1,289088	1,658450	1,981180	2,359801	2,620039	3,163925
114	0,676648	1,289022	1,658330	1,980992	2,359504	2,619645	3,163265
115	0,676629	1,288957	1,658212	1,980808	2,359212	2,619258	3,162616
116	0,676611	1,288892	1,658096	1,980626	2,358924	2,618878	3,161979
117	0,676592	1,288829	1,657982	1,980448	2,358642	2,618504	3,161353
118	0,676575	1,288767	1,657870	1,980272	2,358365	2,618137	3,160738
119	0,676557	1,288706	1,657759	1,980100	2,358093	2,617776	3,160133
120	0,676540	1,288646	1,657651	1,979930	2,357825	2,617421	3,159539

F_{tabel}

df 1 = k-1 = 3-1 = 2	df 2 = n-k = 98-3 = 95
Jadi 3,09	

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74

RIWAYAT HIDUP



Peneliti yang bernama lengkap Ria Sulistiani lahir di Metro, pada tanggal 31 Juli 2003. Peneliti merupakan anak kedua dari tiga bersaudara yang lahir dari pasangan Bapak Budi Sutrisno dan Ibu Lilis Suryani.

Peneliti memulai pendidikannya di TK Asyiyah Bustanul Athfal pada tahun 2008, dan melanjutkan pendidikan sekolah dasar di SD Negeri 11 Metro Pusat pada tahun 2009 sampai 2015. Kemudian peneliti melanjutkan pendidikannya ke jenjang Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 6 Metro pada tahun 2015 sampai 2018. Selanjutnya peneliti melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Kejuruan selama 3 tahun di SMK Negeri 1 Metro dan lulus pada tahun 2021. Pada tahun yang sama peneliti melanjutkan pendidikan tinggi dengan mendaftar di Universitas Islam Negeri (UIN) Jurai Siwo Lampung melalui Jalur UM-PTKIN dan mengambil program studi Srata 1 (S1) Ekonomi Syariah yang berada dinaungan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Setelah menempuh masa perkuliahan dan menyelesaikan berbagai tahapan akademik, pada akhir studi peneliti menyusun dan mempersembahkan sebuah skripsi yang berjudul: “Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Penanganan Keluhan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN (Persero) Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan Metro (Studi Pada Pelanggan Di Kelurahan Hadimulyo Barat).”