

**PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
PADA PT. PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA (PERSERO) TANJUNG PURA**

SKRIPSI

*Diajukan Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen (S.M)
Program Studi Manajemen*

OLEH:

M. AL FATAH HERMAN
NPM. 1305161192 P



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**



بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Panitia Ujian Strata-1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, dalam sidangnya yang diselenggarakan pada hari Rabu, tanggal 28 Maret, Pukul 08.00 WIB sampai dengan selesai, setelah mendengar, melihat, memperhatikan, dan seterusnya:

MEMUTUSKAN

Nama : M. AL FATAH HERMAN
NPM : 1305161192-P
Jurusan : MANAJEMEN
Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PERUSAHAAN LISTRIK NEGARA (PERSERO) LAMPUNG PURA

Dinyatakan : (B) Lulus Tadris dan telah memenuhi persyaratan untuk memperoleh Gelar Sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara



Penguji I

Dody Salden Chandra

Penguji II

Hanifah Jasm, S.E., M.Si

MEMBANG

M. Elji Azhar, S.E., M.Si

PANITIA UJIAN


Ketua
N. Zamri, S.E., M.M., M.Si

Sekretaris
Ade Gunawan, S.E., M.Si



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Muchtar Basri No. 3 ☎ (061) 6624567 Medan 20238

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi ini disusun oleh :

NAMA : MUHAMMAD ALFATAH HERMAN
NPM : 1305161192P
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
JUDUL : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PERUSAHAAN
LISTRIK NEGARA TANJUNG PURA

Disetujui untuk memenuhi persyaratan diajukan dalam ujian mempertahankan skripsi.

Medan, Maret 2018

Pembimbing

M. ELFI AZHAR, S.E., M.Si.

Disetujui Oleh :

**Ketua Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**

Dr. HASRUDY TANJUNG, S.E., M.Si.

**Dekan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis**



H. JANURI, S.E., M.M., M.Si.



MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI MUHAMMADIYAH
 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. Kapt. Mukhtar Basri No. 3 ☎ (061) 6624567 Medan 20238

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

UNIVERSITAS/ PTS : UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
 FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS
 PROGRAM STUDI : MANAJEMEN
 JENJANG : STRATA SATU (S1)

KETUA PROGRAM STUDI: Dr. HASRUDY TANJUNG, SE., M.Si.
 DOSEN PEMBIMBING : M. ELFI AZHAR, SE., M.Si.

NAMA MAHASISWA : MUHAMMAD ALFATAH HERMAN
 NPM : 1305161192P
 KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
 JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
 KEPUASAN PELANGGAN PADA PT. PERUSAHAAN
 LISTRIK NEGARA TANJUNG PURA

TGL	MATERI BIMBINGAN	PARAF	KETERANGAN
5/3/18	Pembacaan skripsi skripsi		
8/3/18	revisi skripsi		
13/3/18	Pembacaan skripsi skripsi		
21/3/18	acc skripsi skripsi		

acc
 21/3/18
 Pembimbing Skripsi

 M. ELFI AZHAR, SE., M.Si.

Medan, Maret 2018
 Diketahui/ Disetujui Oleh
 Ketua Program Studi Manajemen

 Dr. HASRUDY TANJUNG, S.E., M.Si.

SURAT PERNYATAAN PENELITIAN/SKRIPSI

Nama : M. ALFATAM
NPM : 1305161192-P
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis (Akuntansi/Perpajakan/Manajemen/Ekonomi Pembangunan)
Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Menyatakan Bahwa ,

1. Saya bersedia melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi atas usaha saya sendiri , baik dalam hal penyusunan proposal penelitian, pengumpulan data penelitian, dan penyusunan laporan akhir penelitian/skripsi
2. Saya bersedia dikenakan sanksi untuk melakukan penelitian ulang apabila terbukti penelitian saya mengandung hal-hal sebagai berikut
 - Menjiplak /plagiat hasil karya penelitian orang lain
 - Merekayasa data angket, wawancara, obeservasi, atau dokumentasi
3. Saya bersedia dituntut di depan pengadilan apabila saya terbukti mamalsukan stempel, kop surat, atau identintas perusahaan lainnya.
4. Saya bersedia mengikuti sidang meja hijau secepat-cepatnya 3 bulan setelah tanggal dikeluarkannya surat "Penetapan Proyek Proposal / Makalah/Skripsi dan Penghunjukan Dosen Pembimbing" dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis UMSU.

Demikianlah Pernyataan ini saat perbuat dengan kesadaran sendiri

Medan, 22.....20.218

Pembuat Pernyataan



NB :

- Surat Pernyataan asli diserahkan kepada Program Studi Pada saat Pengajuan Judul.
- Foto Copy Surat pernyataan dilampirkan di proposal dan skripsi.

ABSTRAK

M. Al Fatah Herman. NPM. 1305161192 P. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Tanjung Pura. Fakultas Ekonomi dan Bisnis. Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Medan. Skripsi. 2018.

Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Tanjung Pura. Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut. Pendekatan yang digunakan asosiatif yaitu pendekatan analisis hubungan atau pengaruh antara variable satu dengan yang lain.

Dalam penelitian ini populasi adalah konsumen PT. Perusahaan Listrik Negara yang berjumlah 1.245 orang. Ukuran sampelnya sebanyak 93 orang dengan menggunakan rumus Slovin.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), artinya bahwa ada pengaruh atau hubungan yang searah antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara nyata. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh $t_{hitung} (4,312) > t_{tabel} (1,662)$, dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_a diterima (H_o ditolak). Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan. Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} adalah 31,421 dengan tingkat signifikan 0,000, sedangkan F_{tabel} 3,095 dengan signifikan 0,05. Dengan demikian $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ yakni $31,421 \geq 3,095$, artinya H_o ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

Kata kunci: Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan

KATA PENGANTAR



Assalamualaikum wr. wb.

Segala puji syukur penulis ucapkan kehadiran Allah SWT karena atas berkat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata-1 (S1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara. Skripsi ini diajukan dengan judul **“Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Perusahaan Listrik Negara Tanjung Pura”**.

Penulis menyadari bahwa sesungguhnya penulis dalam penyusunan skripsi ini tidak mungkin terwujud tanpa bimbingan dan nasehat serta pengarahan pihak-pihak terkait dan mungkin dalam penyajiannya masih jauh dari kesempurnaan karena mungkin kiranya masih terdapat banyak kesalahan dan kekurangan. Karena itu dengan segenap kerendahan hati penulis menerima masukan baik saran maupun kritik demi sempurnanya skripsi ini.

Pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya sehingga skripsi ini dapat terselesaikan, yakni kepada :

1. Ayahanda tercinta, Elman Purnama, dan ibunda tercinta Ernawati yang telah memberikan segala kasih sayangnya kepada penulis, berupa besarnya perhatian, pengorbanan, bimbingan serta doa yang tulus terhadap Penulis, sehingga Penulis termotivasi dalam menyelesaikan pembuatan skripsi ini.
2. Bapak Dr. Agussani, MAP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

3. Bapak Januri, S.E., M.M., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Bapak Ade Gunawan, S.E., M.Si. selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Bapak Dr. Hasrudy Tanjung, S.E., M.Si. selaku Wakil Dekan III dan Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
6. Bapak Jasman Syarifuddin, S.E., M.Si. selaku Sekretaris Program Studi Manajemen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
7. Bapak M. Elfi Azhar, S.E., M.Si. selaku Dosen Pembimbing skripsi karena telah bersedia meluangkan waktu untuk memberi bimbingan, petunjuk dan saran dalam penulisan skripsi ini.
8. Bapak dan Ibu dosen yang telah banyak berjasa memberikan ilmu dan mendidik penulis selama masa perkuliahan.
9. Bapak Pimpinan, staf dan karyawan PT. Perusahaan Listrik Negara Tanjung Pura yang telah banyak membantu dalam pengumpulan data sehingga terselesaikan skripsi ini.
10. Seluruh staf Biro Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
11. Seluruh staf Pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.
12. Kepada kakak dan abang penulis yang telah memberikan semangat sehingga skripsi ini dapat selesai pada waktunya.

13. Kepada teman seperjuangan penulis yang telah banyak memberikan dukungannya, semoga Allah senantiasa meridhoi langkah kaki kita, amin.

Penulis menyadari masih banyak kelemahan dan kekurangan baik dari segi isi maupun tata bahasa penulisannya. Untuk itu penulis menerima kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengharapkan skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan seluruh mahasiswa/i Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Medan, Maret 2018

Penulis

M. Al Fatah Herman

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR.....	vi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A.....	Latar
Belakang	1
B.....	Identi
fikasi Masalah	3
C.....	Batas
an dan Rumusan Masalah	4
D.....	Tujua
n dan Manfaat Penelitian	4
BAB II LANDASAN TEORI.....	6
A.....	Uraia
n Teoritis	6
1. Kualitas Pelayanan	6
2. Kepuasan Pelanggan	9
B.....	Kera
angka Konseptual	13
C.....	Hipot
esis Penelitian	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	15
A.....	Pend
ekatan Penelitian.....	15
B.....	Defin
isi Operasional	15
C.....	Temp
at dan Waktu Penelitian.....	17
D.....	Popul
asi dan Sampel.....	17
E.....	Tekni
k Pengumpulan Data.....	17
F.....	Tekni
k Analisis Data	24
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	29

	A.	Hasil	
	Penelitian.....		29
	B.	Pemb	
	ahasan		40
BAB V	KESIMPULAN DAN SARAN		42
	A.	Kesi	
	mpulan.....		42
	B.	Saran	
		42

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel III.1	: Indikator Kualitas Pelayanan (X).....	15
Tabel III.2	: Indikator Kepuasan Pelanggan (Y)	15
Tabel III.3	: Waktu Penelitian	16
Tabel III.4	: Tabel Skala Likert	18
Tabel III.5	: Hasil Analisis Item Pernyataan Variabel X (Kualitas pelayanan).....	21
Tabel III.6	: Hasil Analisis Item Pernyataan Variabel Y (Kepuasan pelanggan).....	22
Tabel III.7	: Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y	23
Tabel IV.1	: Skala Pengukuran Likert	29
Tabel IV.2	: Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	30
Tabel IV.3	: Distribusi Responden Berdasarkan Usia.....	30
Tabel IV.4	: Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan	31
Tabel IV.5	: Skor Angket untuk Variabel Kepuasan pelanggan (Y).....	31
Tabel IV.6	: Skor Angket untuk Variabel Kualitas pelayanan (X)	32
Tabel IV.7	: Uji Kolmogorov-Smirnov	34
Tabel IV.8	: Uji Multikolinearitas	35
Tabel IV.9	: Hasil Regresi Linier Berganda.....	37
Tabel IV.10	: Uji t Variabel X terhadap Y	38
Tabel IV.11	: Uji F	39
Tabel IV.12	: Uji Determinasi	40

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	: Pengaruh Kerangka Konseptual.....	14
Gambar II.3	: Paradigma Penelitian.....	23
Gambar IV.1	: Grafik Normalitas Data.....	33
Gambar IV.2	: Pengujian Heteroskedastisitas.....	36

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

PT. Perusahaan Listrik Negara merupakan salah satu Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang penyediaan tenaga listrik yang keberadaannya sangat dibutuhkan oleh masyarakat. Sebagai salah satu instrumen dalam pembangunan, keberadaan BUMN di Indonesia dirasakan sangat penting, tidak hanya oleh pemerintah tapi juga oleh masyarakat luas. Dari sisi pemerintahan BUMN seringkali digunakan sebagai salah satu instrumen penting dalam pembangunan ekonomi, khususnya pembangunan dibidang industri-industri manufaktur, dan lain sebagainya. Sementara dari sisi masyarakat, BUMN merupakan instrumen yang penting sebagai penyedia layanan yang cepat, murah, dan efisien. Maka dari itu PT. Perusahaan Listrik Negara selalu berupaya untuk terus memperbaharui kinerja dalam memberikan pelayanan yang semakin optimal, sehingga citra PT. Perusahaan Listrik Negara dimata masyarakat akan selalu dinilai baik dan memberikan pelayanan yang baik sehingga memuaskan pelanggannya.

Kunci sukses agar pelanggan memilih jasa layanan perusahaan adalah dengan memberikan kepuasan kepada pelanggan. Kepuasan tersebut dapat dicapai melalui pemberian layanan dan dukungan yang optimal itu dapat diberikan kepada pelanggan melalui pemberian layanan yang cepat sehingga pelanggan tidak perlu menunggu lama di perusahaan, keramahan karyawan dalam melayani pelanggan, dan pemberian saran-saran kepada pelanggan.

Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan dan kebutuhan seorang pelanggan. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan dimana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan.

Kualitas pelayanan adalah sesuatu yang harus dimulai dari konsumen dan berakhir pada konsumen, artinya spesifikasi kualitas pelayanan harus diawali dengan mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan konsumen dan penilaian akhir diberikan oleh konsumen melalui informasi umpan balik yang diterima oleh perusahaan (Purnama, 2010, hal 39). Pelayanan menyiratkan hubungan dua pihak yang terlibat secara langsung dalam kegiatan perusahaan. Pihak pertama adalah pihak yang memberikan pelayanan dalam hal ini perusahaan, sedangkan pihak kedua adalah orang yang meminta atau mendapatkan pelayanan.

Sedangkan menurut Tjiptono (2012, hal. 24) pelayanan adalah suatu tindakan dari suatu pihak ke pihak lain dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pihak yang lain tersebut dalam pembelian produk. Dengan demikian pelayanan secara umum adalah rasa menyenangkan yang diberikan kepada orang lain yang disertai kemudahan-kemudahan dan memenuhi segala kebutuhan mereka.

Kepuasan pelanggan tergantung pada anggapan kinerja (*perceived performance*) produk dalam memberikan nilai dalam hitungan relative terhadap pembelian. Bila kinerja produk jauh lebih rendah dari harapan pelanggan, pembeli merasa tidak puas. Bila kinerja sesuai dengan harapan, pembelinya merasa puas,

bila kinerja melebihi harapan maka pembelinya akan merasa amat gembira (Kotler & Armstrong 2009, hal. 10)

PT. Perusahaan Listrik Negara dalam aktivitas sehari-hari untuk mencapai tujuan selalu melayani para pelanggan, oleh karena itu perusahaan harus mempunyai system pelayanan yang cepat dan tepat. Pentingnya kualitas pelayanan yang baik dan cepat terhadap kepuasan pelanggan diperkuat oleh pendapat para ahli diantaranya Tjiptono (2012, hal. 43) yang mengataka bahwa, "perusahaan yang gagal memuaskan pelanggannya akan menghadapi masalah yang lebih kompleks lagi dikarenakan dampak *bad word of mouth* (kesan yang buruk pelanggan pada perusahaan). Umumnya pelanggan yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain".

Berdasarkan observasi, masih ada beberapa karyawan yang kurang ramah dalam melayani pelanggan, sehingga pelanggan merasa kurang puas. Pelanggan merasa perusahaan sangat lambat dalam melakukan jasa pelayanan. Tanggapan terhadap pengaduan yang sangat lambat.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut tentang kualitas jasa khususnya kualitas pelayanan jasa dengan judul **"Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Tanjung Pura"**.

B. Identifikasi Masalah

Adapun masalah-masalah dari fenomena di atas adalah:

1. Masih ada beberapa karyawan yang kurang ramah dalam melayani pelanggan, sehingga pelanggan merasa kurang puas.
2. Pelanggan merasa perusahaan sangat lambat dalam melakukan jasa pelayanan.

3. Tanggapan terhadap pengaduan yang sangat lambat.

C. Batasan dan Rumusan Masalah

1. Batasan Masalah

Banyak faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, namun dalam penelitian ini penulis hanya membatasi penelitian ini pada kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan yang ada pada PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Tanjung Pura.

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah di atas, maka perumusan masalah dalam penelitian yang akan peneliti lakukan ini adalah:

- a. Apakah ada pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan di PT. Perusahaan Listrik Negara?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai oleh peneliti adalah:

- a. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. Perusahaan Listrik Negara (Persero) Tanjung Pura.

2. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Penulis

Manfaat yang dapat di ambil bagi penulis dari penulisan ilmiah ini adalah penulis dapat mengetahui hasil opini publik terhadap pelayanan yang diberikan PT. Perusahaan Listrik Negara Tanjung Pura.

b. Bagi PT. Perusahaan Listrik Negara

Penulisan ilmiah ini diharapkan menjadi pedoman atau sebagai bahan evaluasi bagi manajemen agar dapat dijadikan masukan dan dasar dalam melakukan perbaikan-perbaikan pelayanan demi kepuasan masyarakat.

b. Bagi Akademisi

Penulisan ilmiah ini diharapkan menjadi suatu bahan pustaka, referensi, serta dapat membantu pembaca, khususnya mahasiswa/i yang mempunyai minat untuk meneliti tingkat pelayanan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Uraian Teori

1. Kualitas Pelayanan

1.1 Pengertian Kualitas Pelayanan

Kualitas adalah sebuah kata yang bagi penyedia jasa merupakan sesuatu yang harus dikerjakan dengan baik. Aplikasi kualitas sebagai sifat dari penampilan produk atau kinerja merupakan bagian utama strategic perusahaan dalam rangka meraih keunggulan yang berkesinambungan, baik sebagai pemimpin pasar ataupun sebagai strategi untuk terus tumbuh dan berkembang.

Menurut Syafruddin (2011, hal. 59) “kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi dan melebihi harapan. “pelayan yang terbaik kepada pelanggan dan tingkat kualitas dapat tercapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja pelayanan eksternal. Kualitas pelayanan memang memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan.

Menurut Abdullah & Tantri (2012, hal.44) mengatakan bahwa kualitas adalah keseluruhan ciri dan karakteristik suatu barang atau jasa yang berpengaruh pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang diinginkan maupun yang bersifat. Kunci dari keunggulan bersaing yang terus menerus terletak pada penyampaian kualitas pelayanan yang tinggi, yang pada gilirannya akan berakibat pada kepuasan pelanggan.

Sedangkan menurut Lupiyoadi (2013, hal 216) menyatakan bahwa: “kualitas pelayan adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan pelayan kepada pelanggan sesuai dengan harapan atau melebihinya sehingga membuat pelanggan merasa puas.”

Pelayanan merupakan kegiatan yang tidak dapat didefinisikan secara tersendiri yang ada pada hakikatnya bersifat *tangibels* (tidak teraba), yang merupakan pemenuhan kebutuhan yang tidak harus terikat pada penjualan produk lainnya.

Kotler (2008, hal. 26) mengemukakan: “kualitas pelayanan adalah totalitas fitur dan karakteristik produk atau jasa yang bergantung pada kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang dinyatakan atau tersirat.”

Tjiptono (2012 hal. 77) mengemukakan: “kualitas Pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketetapan penyampaianya untuk mengimbangi harapan pelanggan.”

Dari definisi di atas dapat dilihat bahwa pelayanan adalah suatu bentuk aktifitas atau manfaat yang ditawarkan oleh satu pihak yang tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun namun ada harapan dari perusahaan agar produk dan jasa yang ditawarkan dapat memberikan keuntungan sendiri sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa pelayanan yang efektif adalah pelayanan yang memberikan kepuasan bagi para pengguna jasa dan tidak menghasilkan kepemilikan apapun namun ada harapan dari perusahaan agar produk dan jasa yang ditawarkan dapat memberikan keuntungan sendiri sehingga bisa diambil kesimpulan bahwa pelayanan yang efektif adalah pelayanan yang memberikan bagi para pengguna jasa.

1.2 Indikator Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang diberikan hendaknya pelayanan yang dapat memberikan rasa puas bagi sipenerima layanan tersebut dan pelayanan yang diberikan kepada pelanggan tersebut dituntut untuk selalu disempurnakan dan ditingkatkan baik mutu ataupun kualitasnya pada masa yang akan datang.

Menurut Lupiyoadi & Chandra (2013, hal. 75) mengatakan bahwa dalam kasus pemasaran jasa, dimensi kualitas yang sering dijadikan acuan adalah:

1. *Reliabilitas*, yakni kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat, dan memuaskan. Contohnya, dokter mampu mendiagnosis penyakit dengan akurat.
2. *Responsivitas*, yaitu keinginan dan kesediaan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan memberikan layanan dengan tanggap. Contoh, sistem reservasi dan penanganan bagasi maskapai penerbangan yang cepat.
3. *Jaminan (assurance)* mencakup pengetahuan, kompetensi, kesopanan dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan: bebas dari bahaya fisik, resiko atau keragu-raguan. Contohnya: mekanik diperusahaan yang berpengalaman dan berpengalaman luas.
4. *Empati*, meliputi kemudahan dalam menjalin hubungan, komunikasi yang efektif, perhatian personal, dan pemahaman atas individual para pelanggan. Contoh, seorang dokter mengenal pasiennya dengan baik, mengingat masalah (penyakit, keluhan, dan sejenisnya) sebelumnya, dan bersikap sabar serta menjadi pendengar yang baik.

5. Bukti fisik (*tangibles*) meliputi fasilitas fisik perlengkapan karyawan dan sarana komunikasi. Contoh, fasilitas reparasi, seragam karyawan, kelengkapan peralatan, dan ruang tunggu yang *representative*.

2. Kepuasan Pelanggan

2.1 Pengertian kepuasan pelanggan

Kepuasan pelanggan merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu usaha, hal ini dikearenakan dengan memuaskan pelanggan, perusahaan dapat meningkatkan pendapatan (profit) dan mendapatkan pangsa pasar yang lebih luas. Peningkatan kepuasan pelanggan berpotensi mengarah pada pertumbuhan penjualan jangka panjang dan jangka pendek, serta pangsa pasar sebagai hasil pembelian ulang. Sementara itu, ketidakpuasan pelanggan memunculkan sejumlah resiko, seperti boikot atau protes dari lembaga konsumen, *komplain* pelanggan, intervensi pemerintah, reaksi pesaing, dan masuknya produk substitusi baru ke pasar. Ketidakpuasan pelanggan sesungguhnya bisa membuat perusahaan mengidentifikasi aspek-aspek yang menjadi kelemahan produk atau jasa yang tidak mampu memenuhi standar konsumen dan pemerintah. *Modifikasi* bisa dilakukan untuk memperbaiki kinerja produk dan jasa, sehingga masalah serupa tidak bakal terulang dimasa datang. Sementara kepuasan pelanggan bisa membantu perusahaan dalam memperkokoh posisi bersaing produknya melalui segmentasi.

Banyak pakar yang memberikan definisi tentang kepuasan pelanggan Menurut Kotler dan Armstrong (2011, hal. 10) menyatakan “Kepuasan pelanggan merupakan tindakan dimana anggapan kinerja produk akan sesuai dengan

harapan seorang pembeli. Bila kinerja produk jauh semakin rendah dibandingkan harapan pelanggan, pembelinya merasa puas atau merasa senang”

Sementara itu Menurut Tjiptono (2012, hal. 164) menyatakan “kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang di pilih sekurang-kurangnya memberikan hasil sama atau melampaui harapan pelanggan, sedangkan ke tidak puasan timbul apabila hasil tidak memenuhi harapan” .

Berdasarkan definisi di atas dapat di ambil kesimpulan bahwa kepuasan pelanggan merupakan sikap keseluruhan terhadap suatu barang dan produk setelah perolehan dan pemakaian. Walaupun pengertian kepuasan yang di berikan berbeda-beda, namun secara garis besar kepausan merupakan tujuan bagi perusahaan. Dengan terpenuhinya kepuasan pelanggan maka perusahaan akan terus tumbuh dan berkembang.

2.2 Metode- Metode Pengukuran Kepuasan Pelanggan

Terdapat banyak cara untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan pelanggan terhadap produk dan jasa. Menurut Tjiptono (2012, hal. 148) mengemukakan ada 4 (empat) metode untuk mengukur kepuasan pelanggan:

1. Sistem keluhan dan saran pelanggan

Strategi perusahaan yang berorientasi terhadap pelanggan perlu memberikan kesempatan yang seluas-luasnya bagi pelanggan. Adapun metode yang digunakan biasanya merupakan kotak saran yang bisa dikirim melalui via pos atau menyediakan saluran telepon khusus (*costumer online*). Survey kepuasan pelanggan.

Umumnya banyak penelitian tentang kepuasan pelanggan dilakukan dengan metode survey, baik melalui pos, telepon, maupun dengan wawancara

pribadi. Pengukuran pelanggan dengan metode ini dapat dilakukan dengan cara, diantaranya:

a. *Directly reported satisfaction*

Pengukuran dengan cara ini dilakukan langsung melalui menanyakan beberapa pertanyaan kepada konsumen tentang tingkat kepuasan terhadap suatu produk/jasa.

b. *Derived dissatisfaction*

Merupakan 2 (dua) pertanyaan yang menyangkut 2 (dua) hal utama yakni, besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya kinerja yang mereka rasakan.

c. *Problem analysis*

Pelanggan yang menjadi responden diminta untuk mengungkapkan 2 (dua) hal pokok: pertama, masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

d. *Importance performance analysis*

Responden diminta untuk merangkai beberapa atribut, selain itu responden juga diminta untuk merangkai seberapa baik kinerja dari atribut tertentu.

e. *Ghost shopping*

Metode ini dilakukan dengan cara mempekerjakan beberapa orang untuk berperan sebagai pembeli, memanfaatkan potensi produk, produk perusahaan atau pesaing lalu mereka menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan atau pesaing.

f. *Lost customer analysis*

Dalam metode ini perusahaan berupaya menghubungi para pelanggannya yang telah beralih ke perusahaan lain. Diharapkan dari hal ini akan memperoleh informasi penyebab hak tersebut dan akhirnya perusahaan akan mengevaluasi segala kekuarangan dan memperbaikinya.

2.3 Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan

Menurut Kotler, kepuasan pelanggan (customer) adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dia rasakan dibandingkan dengan harapannya (Kotler, 2009, hal. 52). Kepuasan pelanggan merupakan evaluasi purna beli dimana alternatif yang dipilih sekurang-kurangnya sama atau melampaui harapan pelanggan. Berdasarkan hal di atas pelayanan merupakan hal yang paling penting, karena apabila pelayanan yang diberikan sangat baik otomatis akan menimbulkan kepuasan tersendiri bagi pelanggan.

Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan memiliki hubungan yang sangat erat karena penilaian dari kepuasan pelanggan tergantung pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh Perusahaan yang pada dasarnya mencakup harapan dan hasil yang dirasakan.

B. Kerangka Konseptual.

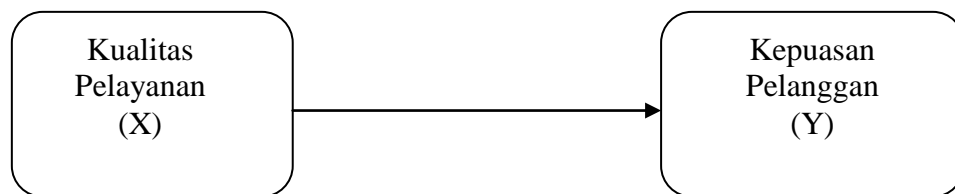
1. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan

Kualitas pelayanan yang baik yang diberikan perusahaan akan mempunyai dampak positif dengan kepuasan pelanggan, sebab pelanggan merasa harapan yang diinginkan dapat di realisasi kan dengan baik oleh perusahaan. Oleh karena

itu jika pelayanan yang diberikan oleh perusahaan memiliki kualitas yang baik maka kepuasan pelanggan dapat dicapai.

Menurut Hasan (2013, hal. 126) menjelaskan bahwa:” kualitas pelayanan dapat meningkatkan penjualan dan meningkatkan penguasaan pasar, dan mengarahkan/memimpin pelanggan kearah kesetiaan.” Menurut Aryani dan Rosinta (2010) menyampaikan bahwa: “ hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang kuat dan positif antara variable kualitas pelayanan KFC terhadap kepuasan pelanggan pada mahasiswa FISIP UI”

Diduga kualitas pelayanan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan di PT. Perusahaan Listrik Negara.



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

C. Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah jawaban sementara yang harus diuji kebenarannya atas suatu penelitian yang dilakukan agar dapat mempermudah dalam menganalisisnya. Dari kerangka konseptual yang diuraikan di atas, maka hipotesis yang ada adalah:

1. Adanya pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan pada PT. Perusahaan Listrik Negara.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan data kuantitatif dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut. Pendekatan yang digunakan assosiatif yaitu pendekatan analisis hubungan atau pengaruh antara variable satu dengan yang lain. Penelitian ini mempunyai tingkatan yang tinggi dibandingkan dengan deskriptif dan komperatif karena dengan penelitian ini dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramal dan mengontrol suatu gejala. Menurut Sugiyono (2012, hal. 14) terdapat beberapa jenis penelitian antara lain: penelitian kuantitatif, adalah penelitian dengan memperoleh data yang berbentuk angka atau data kualitatif yang diangkakan. Penelitian kualitatif dan data kualitatif adalah data yang berbentuk kata, skema dan gambar. Berdasarkan teori tersebut, maka penelitian ini merupakan penelitian deskriptif, kuantitatif data yang diperoleh dari sampel populasi penelitian dianalisis sesuai dengan metode statistik yang digunakan kemudian di interprestasikan. Penelitian ini bertujuan mengetahui hubungan antara variable Kualitas Pelayanan yang mempengaruhi variable Kepuasan Pelanggan pada PT. Perusahaan Listrik Negara.

B. Definisi Operasional

Definisi operasional bertujuan untuk melihat sejauh mana variasi dari suatu faktor berkaitan dengan variasi faktor lainnya. Variable yang terlibat dalam penelitian ini adalah Kualitas Pelayanan sebagai variable independen dan Kepuasan Pelanggan sebagai variable dependen. Definisi operasional variable

yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: yang digunakan pada penelitian ini adalah:

1. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan merupakan beberapa besar manfaat yang dirasakan oleh pelanggan dari pelayanan yang diberikan perusahaan kepada pelanggannya.

Tabel III.1
Indikator Kualitas Pelayanan (X)

Variabel	Indikator	Opsi
Kualitas Pelayanan	1. Reliabilitas	1,2,3,4
	2. Responsivitas	5,6,7,8
	3. Jaminan (assurance)	9,10,11,12
	4. Empati (emphathy)	13,14,15,16
	5. Bukti Fisik (tangibles)	17,18,19,20

2. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan Pelanggan (Y) merupakan perasaan senang atas tindakan yang diberikan dan berharap untuk mencoba kembali.

Tabel III. 2
Indikator Kepuasan Pelanggan (Y)

Variabel	Indikator	Opsi
Kepuasan Pelanggan	1. Bukti Langsung	1,2,3
	2. Kehandalan	4,5,6
	3. Daya Tanggap	7,8,9

	4. Jaminan	10,11,12
	5. Empati	13,14,15

C. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat Penelitian

Penulis melakukan penelitian pada PT. Perusahaan Listrik Negara yang beralamat di Tanjung Pura.

a. Waktu Penelitian

Adapun waktu penelitian ini direncanakan Januari sampai dengan April 2018.

Tabel III.3
Waktu Penelitian

No.	Kegiatan	Januari				Februari				Maret				April				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1	Pra riset/Penelitian		■															
2	Pengajuan Judul			■														
3	Penulisan Proposal			■	■													
4	Seminar Proposal					■												
5	Pengumpulan data						■	■	■	■								
6	Penulisan Skripsi									■	■	■	■					
7	Bimbingan Skripsi													■	■	■	■	
8	Sidang Meja Hijau																	■

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Menurut Sugiyono (2012, hal 57), Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian

ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini populasi adalah konsumen PT. Perusahaan Listrik Negara yang berjumlah 1.245 orang.

2. Sampel

Menurut Sugiyono (2012, hal 166) Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Ukuran sampelnya sebanyak 93 orang dengan menggunakan rumus Slovin.

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

$$n = \frac{1245}{1 + 1245 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1245}{1 + 1245 (0,01)}$$

$$n = \frac{1245}{1 + 12,45}$$

$$n = \frac{1245}{13,45}$$

$$n = 93$$

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden.

Di dalam penelitian ini skala angket yang digunakan adalah skala likert dengan bentuk checklist. Menurut Sugiyono (2012, hal. 132) Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapatan dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, kemudian indikator

variabel, kemudian indicator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan dan pernyataan.

E. Teknik Pengumpulan Data

Adapun tekhnik pengumpulan data yaitu dengan menggunakan penyebaran kuesioner. Kuesioner yang telah dibuat kemudian disebarakan kepada konsumen yang menggunakan jasa PT. Perusahaan Listrik Negara yang menjadi sampel. Kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban responden konsisten saat diajukan pertanyaan yang sama pada waktu yang berbeda.

Guna mendapat data dalam membahas skripsi ini penulis melakukan teknik pengumpulan data dengan cara sebagai berikut:

1. Angket (kuesioner)

Yaitu berupa daftar pertanyaan kepada objek yang diteliti dengan menggunakan *skala likert* dengan bentuk checklist dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 opsi sebagai berikut:

Tabel III.4
Skala Likert

Pertanyaan	Bobot
1. Sangat Setuju (SS)	5
2. Setuju (S)	4
3. Kurang Setuju (KS)	3
4. Tidak Setuju (TS)	2
5. Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Selanjutnya angket yang disusun diuji kelayakannya melalui pengujian validitas dan reliabilitas.

a. Uji Validitas

Uji validitas adalah untuk mengetahui tingkat kevalidan dari instrument (kuisisioner) yang digunakan dalam pengumpulan data. Uji validitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah item-item yang tersaji dalam kuisisioner benar-benar mampu mengungkapkan dengan pasti apa yang akan diteliti.

Untuk mengukur validitas setiap butir pernyataan, maka digunakan teknik korelasi product momen, sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \sum x_i y_i - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

(Sugiyono, 2012, hal. 182)

Dimana:

R_{xy} = besar korelasi antara kedua variabel X dan Y

n = banyaknya pasangan pengamatan

$\sum x$ = jumlah pengamatan X

$\sum y$ = jumlah pengamatan Y

$\sum x^2$ = jumlah kuadrat pengamatan variabel X

$\sum y^2$ = jumlah kuadrat pengamatan variabel Y

$(\sum x)^2$ = kuadrat jumlah pengamatan variabel X

$(\sum y)^2$ = kuadrat jumlah pengamatan variabel Y

$\sum xy$ = jumlah hasil kali variabel X dan Y dengan total skor X atau Y ketentuan apakah ada suatu instrument valid atau tidak adalah melihat dari koefisien korelasinya. Uji signifikan dilakukan membandingkan nilai r hitung

dengan r tabel dan nilai positif maka butir pernyataan atau indikator tersebut dinyatakan valid.

Selanjutnya untuk mengukur valid dan reliabel tidaknya data maka dapat diuji dengan:

a) Uji Validitas

Uji validitas dilakukan dengan mengkorelasikan maasing-masing pernyataan dengan jumlah skor untuk masing-masing variabel. Selanjutnya dalam memberikan interkepuasan pelanggan terhadap koefisien korelasi antar variabel didasarkan pada rumus berikut:

$$r_{xy} = \frac{n \cdot \sum xy - (\sum x_1)(\sum y_1)}{\sqrt{\{n \sum x_i^2 - (\sum x_1)^2\} \{n \sum y_i^2 - (\sum y_1)^2\}}}$$

Sugiyono (2012, hal. 276)

Dimana:

n = banyaknya pasangan pengamatan

$\sum x_i$ = jumlah pengamatan variabel X

$\sum y_i$ = jumlah pengamatan variabel Y

$(\sum x_i^2)$ = jumlah kuadrat pengamatan variabel X

$(\sum y_i^2)$ = jumlah kuadrat pengamatan Variabel Y

$(\sum x_1)^2$ = kuadrat jumlah pengamatan variabel X

$(\sum y_i)^2$ = kuadrat jumlah pengamatan variabel Y

$\sum x_i y_i$ = jumlah hasil kali variabel X dan Y

Penguji validitas tiap butir pertanyaan digunakan analisis item, yaitu mengkorelasi tiap butir pertanyaan dengan skor total yang merupakan jumlah darisetiap skor butir pertanyaan. Menurut Sugiyono (2012, hal. 124) menyatakan bahwa syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau $r = 0,3$.

Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen dinyatakan tidak valid.

Penguji validitas tiap butir pertanyaan digunakan analisis item, yaitu mengkorelasi tiap butir pertanyaan dengan skor total yang merupakan jumlah dari setiap skor butir pertanyaan. Menurut Sugiyono (2012, hal 124) menyatakan bahwa syarat minimum untuk dianggap memenuhi syarat adalah kalau $r = 0,3$. Jadi kalau korelasi antara butir dengan skor total kurang dari 0,3 maka butir dalam instrumen dinyatakan tidak valid. Hasil analisis item ditunjukkan pada tabel berikut:

Tabel III.5
Hasil Analisis Item Pernyataan Variabel X (Kualitas pelayanan)

No. Butir	r_{hitung}	r_{tabel}	Status
1	0,793	0,170	Valid
2	0,534	0,170	Valid
3	0,770	0,170	Valid
4	0,653	0,170	Valid
5	0,577	0,170	Valid
6	0,711	0,170	Valid
7	0,661	0,170	Valid
8	0,603	0,170	Valid
9	0,570	0,170	Valid
10	0,561	0,170	Valid
11	0,672	0,170	Valid
12	0,691	0,170	Valid
13	0,697	0,170	Valid
14	0,546	0,170	Valid
15	0,781	0,170	Valid
16	0,767	0,170	Valid
17	0,626	0,170	Valid
18	0,726	0,170	Valid
19	0,698	0,170	Valid
20	0,448	0,170	Valid

Sumber: Data Penelitian (Diolah)

Dari tabel di atas diketahui nilai validitas untuk masing-masing pernyataan dari perhitungan diperoleh nilai validitas yang lebih tinggi dari r_{tabel} . Karena seluruh pernyataan dinyatakan valid maka instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas pelayanan adalah instrumen yang tepat atau benar. Dengan demikian data yang diperoleh dari instrumen tersebut juga merupakan data yang tepat atau benar untuk bahan analisis data berikut.

Tabel III.6
Hasil Analisis Item Pernyataan Variabel Y (Kepuasan pelanggan)

No. Butir	r _{hitung}	r _{tabel}	Status
1	0,754	0,170	Valid
2	0,547	0,170	Valid
3	0,768	0,170	Valid
4	0,639	0,170	Valid
5	0,583	0,170	Valid
6	0,764	0,170	Valid
7	0,689	0,170	Valid
8	0,604	0,170	Valid
9	0,778	0,170	Valid
10	0,767	0,170	Valid
11	0,692	0,170	Valid
12	0,870	0,170	Valid
13	0,753	0,170	Valid
14	0,557	0,170	Valid
15	0,849	0,170	Valid

f Sumber: Data Penelitian (Diolah)

Dari tabel di atas diketahui nilai validitas untuk masing-masing pernyataan dari perhitungan diperoleh nilai validitas yang lebih tinggi dari r_{tabel} . Karena seluruh pernyataan dinyatakan valid maka instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kepuasan kerja adalah instrumen yang tepat atau benar. Dengan demikian data yang diperoleh dari instrumen tersebut juga merupakan data yang tepat atau benar untuk bahan analisis data berikut.

b. Uji Reabilitas

Reabilitas merupakan adanya ketepatan data yang didapat dari waktu ke waktu. Reabilitas berkenaan dengan tingkat keandalan suatu instrument penelitian tersebut. Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrument atau indicator yang digunakan dapat dipercaya atau handal

sebagai alat ukur variabel. Pengujian reability dilakukan dengan menggunakan Cronback alpha, dikatakan reliable bila hasil alpha >0,6 dengan rumus alpha sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[\frac{\sum ab^2}{\sigma i^2} \right]$$

Diminta:

r = reability instrument

k = banyaknya butir pertanyaan

$\sum \sigma b^2$ = jumlah varian butir pertanyaan

σi^2 = varian total

Kreteria pengujiannya:

Jika nilai koefesien reliabilitas alpha > 0,6 maka reliabilitas cukup baik.

Jika nilai koefisien reliabilitas alpha < 0,6 maka reliabilitas kurang baik.

Selanjutnya butir/item instrumen yang valid di atas diuji reabilitasnya untuk mengetahui apakah seluruh butir/item pernyataan dari tiap variabel sudah menerangkan tentang variabel yang diteliti, pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach Alpha. Instrumen dikatakan reliabel bila hasil Alpha > 0,60 hasilnya seperti ditunjukkan dalam tabel berikut ini:

Tabel III.7
Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Y

Variabel	Nilai Reliabilitas	Status
Kualitas pelayanan (X)	0,757	Reliabel
Kepuasan pelanggan (Y)	0,760	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas diketahui bahwa nilai koefisien dengan interpretasi reliabilitas di atas 0,60. Ini menunjukkan bahwa maka reliabilitas cukup baik.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data kuantitatif, yakni menguji dan menganalisis data dengan perhitungan angka-angka dan kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut.

1. Uji Asumsi Klasik

Model regresi yang digunakan dalam menguji hipotesis haruslah menghindari kemungkinan terjadinya penyimpangan asumsi klasik. Ada beberapa pengujian asumsi klasik tersebut yaitu:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot (Ghozali, 2011, hal. 112). Pada grafik normal plot, dengan asumsi:

1. Apabila data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau histogram nya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Apabila data menyebar jauh dari diagonal dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji multikolinieritas

Uji ini bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Uji multikolinieritas dapat dilihat dari nilai toleransi dan lawannya dan variance inflation factor (VIF), jika nilai tolerance lebih besar dari 0,1 atau nilai lebih kecil dari 0,1, maka dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinieritas pada data yang akan di olah .

c. Uji heterokedastisitas

kriteria yang digunakan adalah jika terdapat pola tertentu seperti titik-titik yang membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar, kemudian menyempit) maka mengindikasikan telah terjadi hetero kedastitas. Sebaliknya jika terdapat pola yang jelas, serta titik-titik menyebar keatas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y maka tidak terjadi *heterokedastitas*.

2. Regresi Linear Berganda

Analisis regresi digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b X$$

Sumber: Sugiyono (2012, hal. 211)

Di mana:

Y = kepuasan pelanggan

a = konstanta

b = besarnya koefisien regresi dari variabel X

X = kualitas pelayanan

3. Uji Parsial (uji t)

Selanjutnya nilai perhitungan koefisien korelasi produk moment (r_{xy}) akan diuji tingkat signifikannya dengan uji t.

$$t = \frac{r_{xy}\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r_{xy})^2}}$$

Sumber: Sugiyono (2012, hal. 184)

Di mana:

r_{xy} = koefisien xy yang ditentukan

n = jumlah sampel

t = nilai t_{hitung}

Uji statistik t pada dasarnya bertujuan untuk menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel independen.

Adapun pengujiannya sebagai berikut:

$H_0 = 0$, artinya variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

$H_0 \neq$ maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.

4. Uji pengaruh serempak (uji)

Uji-f statistic dilakukan untuk mempengaruhi apakah semua variabel bebas secara serempak mempunyai pengaruh yang positif terhadap variabel terikat. Menggunakan rumus statistic sebagai berikut:

$$F_h = \frac{R^2/k}{(1-R^2)(n-k-1)}$$

(Sugiyono, 2012, hal. 191)

Keterangan:

R = koefisien korelasi berganda

K = jumlah variabel indenpenden (bebas)

N = jumlah sampel

R^2 = koefisien korelasi ganda yang yang telah ditemukan

Nilai F_{hitung} yang selanjutnya dibandingkan dengan F_{tabel} dengan bentuk kriteria pengujiannya sebagai berikut:

H_0 = tidak ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

H_a = ada pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan

Keterangan:

F_{hitung} = hasil perhitungan kolerasi kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

F_{tabel} = nilai F dalam tabel berdasarkan n

Kriteria pengujian

- a. Tidak signifikan jika H_a ditolak dan H_0 diterima bila $F_{hitung} < F_{tabel}$
- b. Signifikan jika H_a diterima dan H_0 ditolak bila $F_{hitung} > F_{tabel}$.

5. Koefisien Determinasi (D)

Untuk menguji koefisien determinasi (D) yaitu untuk mengetahui seberapa besar perentase yang dapat dijelaskan X dan variabel Y adalah:

$$D = r^2 \times 100\%$$

Sugoyono, 2010, hal. 184

Dimana:

d = koefisien determinasi

r = koefisien korelasi variabel bebas dengan variabel terikat untuk mengetahui penelitian dalam pengetahuan dan penganalisisan data penelitian dalam pengetahuan dan pengendalisasian data penelitian menggunakan aplikasi SPSS (*Statistical Program For Social*).

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Data

Dalam penelitian ini, penulis menjadikan pengolahan data dalam bentuk angket yang terdiri dari 8 pernyataan untuk variabel X, 8 pernyataan untuk variabel X dan 8 pertanyaan untuk variabel Y, di mana yang menjadi variabel X adalah kualitas pelayanan, yang menjadi variabel Y adalah kepuasan pelanggan. Angket yang diberikan ini diberikan kepada 93 responden sebagai sampel penelitian dengan menggunakan *skala Likert* berbentuk tabel ceklis.

Tabel IV.1
Skala Pengukuran Likert

Pernyataan	Bobot
Sangat setuju	5
Setuju	4
Kurang setuju	3
Tidak setuju	2
Sangat tidak setuju	1

Pada tabel di atas berlaku baik di dalam menghitung variabel X dan X yaitu variabel bebas (terdiri dari variabel kualitas pelayanan, variabel kualitas pelayanan) maupun variabel Y yaitu variabel terikat (kepuasan pelanggan). Dengan demikian skor angket dimulai dari skor 5 sampai 1.

Data-data yang telah diperoleh dari angket akan disajikan dalam bentuk kuantitatif dengan responden sebanyak 93 orang. Adapun dari ke-93 responden tersebut identifikasi datanya disajikan penulis sebagai berikut.

Tabel IV.2
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	32	47.1	47.1	52.9
	Perempuan	36	52.9	52.9	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Sumber: data diolah (2018)

Berdasarkan Tabel IV.2 di atas menunjukkan bahwa dari 93 responden terdapat 32 orang (47,1%) laki-laki, 36 orang (52,9%) perempuan.

Tabel IV.3
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-24 tahun	18	26.5	26.5	26.5
	25-35 tahun	24	35.3	35.3	61.8
	35-50 tahun	26	38.2	38.2	100.0
Total		93	100.0	100.0	

Sumber: data diolah (2018)

Berdasarkan Tabel IV.3 di atas menunjukkan bahwa dari 93 responden terdapat 18 orang (26,5%) yang usianya 17-24 tahun, 24 orang (35,3%) yang usianya 25-35 tahun, serta 26 orang (38,2%) yang usianya 35-50 tahun.

Tabel IV.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	17	25.0	25.0	25.0
	D1-D3	25	35.8	35.8	62.0
	S1-S2	26	38.2	38.2	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

Sumber: data diolah (2018)

Berdasarkan Tabel IV.4 di atas menunjukkan bahwa dari 93 responden terdapat 17 orang (25,0%) yang pendidikannya SMA tahun, 25 orang (35,8%) yang pendidikannya D1-D3 tahun, serta 26 orang (38,2%) yang pendidikannya S1-S2 tahun.

a. Variabel Kepuasan pelanggan (Y)

Adapun hasil tabulasi data responden pada penelitian ini untuk variabel kepuasan pelanggan diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel IV.5
Skor Angket untuk Variabel Kepuasan pelanggan (Y)

No. Per	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	14	20,59%	16	23,53%	11	16,18%	16	23,53%	11	16,18%	93	100%
2	16	23,53%	12	17,65%	10	14,71%	24	35,29%	6	8,82%	93	100%
3	13	19,12%	13	19,12%	9	13,24%	27	39,71%	6	8,82%	93	100%
4	22	32,35%	12	17,65%	11	16,18%	16	23,53%	7	10,29%	93	100%
5	17	25,00%	13	19,12%	16	23,53%	13	19,12%	9	13,24%	93	100%
6	13	19,12%	9	13,24%	16	23,53%	25	36,76%	5	7,35%	93	100%
7	16	23,53%	8	11,76%	14	20,59%	25	36,76%	5	7,35%	93	100%
8	23	33,82%	12	17,65%	11	16,18%	14	20,59%	8	11,76%	93	100%

Sumber: data diolah (2018)

b. Variabel Kualitas pelayanan (X)

Adapun hasil tabulasi data responden pada penelitian ini untuk variabel kualitas pelayanan diperoleh hasil data sebagai berikut:

Tabel IV.6
Skor Angket untuk Variabel Kualitas pelayanan (X)

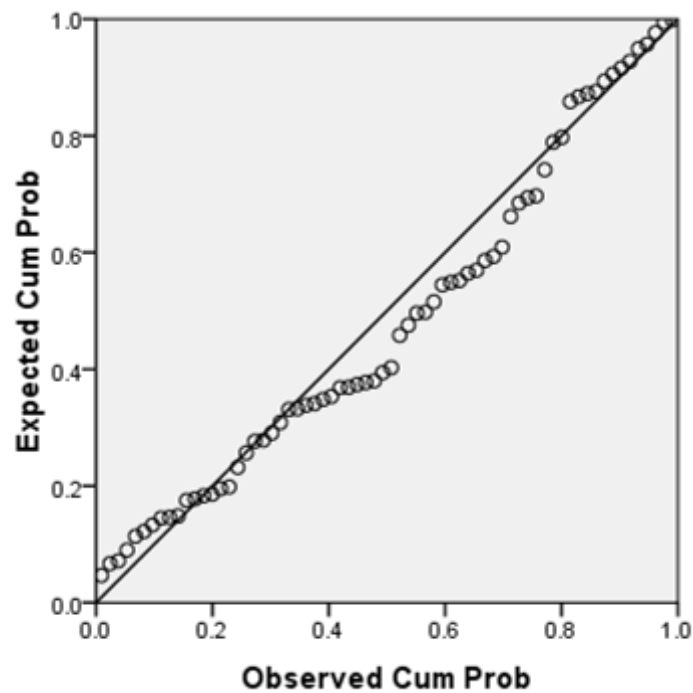
No. Per	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	18	26,47%	12	17,65%	6	8,82%	32	47,06%	0	0,00%	93	100%
2	17	25,00%	16	23,53%	15	22,06%	20	29,41%	0	0,00%	93	100%
3	15	22,06%	10	14,71%	12	17,65%	31	45,59%	0	0,00%	93	100%
4	15	22,06%	8	11,76%	18	26,47%	27	39,71%	0	0,00%	93	100%
5	21	30,88%	4	5,88%	14	20,59%	29	42,65%	0	0,00%	93	100%
6	13	19,12%	9	13,24%	13	19,12%	33	48,53%	0	0,00%	93	100%
7	14	20,59%	13	19,12%	16	23,53%	25	36,76%	0	0,00%	93	100%
8	17	25,00%	13	19,12%	13	19,12%	25	36,76%	0	0,00%	93	100%

Sumber: data diolah (2018)

2. Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data mengikuti atau mendekati distribusi normal.



Gambar IV.1
Grafik Normalitas Data

Kriteria pengujian:

1. Data berdistribusi normal apabila sebaran data mengikuti garis diagonal.
2. Data berdistribusi normal apabila sebaran data mengikuti garis diagonal.

Pada pendekatan grafik, data berdistribusi normal apabila titik mengikuti data di sepanjang garis diagonal.

Uji Kolmogorov-Smirnov

Tabel IV.8
Uji Kolmogorov-Smirnov

		Kualitas pelayanan (X)	Kepuasan pelanggan (Y)
N		93	93
Normal Parameters ^a	Mean	25.8088	27.2500
	Std. Deviation	5.01716	5.20440
Most Extreme Differences	Absolute	.101	.088
	Positive	.101	.078
	Negative	-.073	-.088
Kolmogorov-Smirnov Z		.830	.722
Asymp. Sig. (2-tailed)		.497	.675
a. Test distribution is Normal.			

Dari tabel di atas dapat dilihat bahwa asymp. Sig > 0,05 dengan demikian data berdistribusi normal.

b. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji korelasi antara variabel independen. Jika terjadi korelasi maka ada gejala multikolinearitas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi antara variabel independennya.

Tabel IV.9
Uji Multikolinearitas

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.		
Model		B	Std. Error	Beta				Tolerance
1	(Constant)	8.147	2.453		3.321	.001		
	Kualitas pelayanan	.588	.136	.567	4.312	.000	.453	2.207

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan (Y)

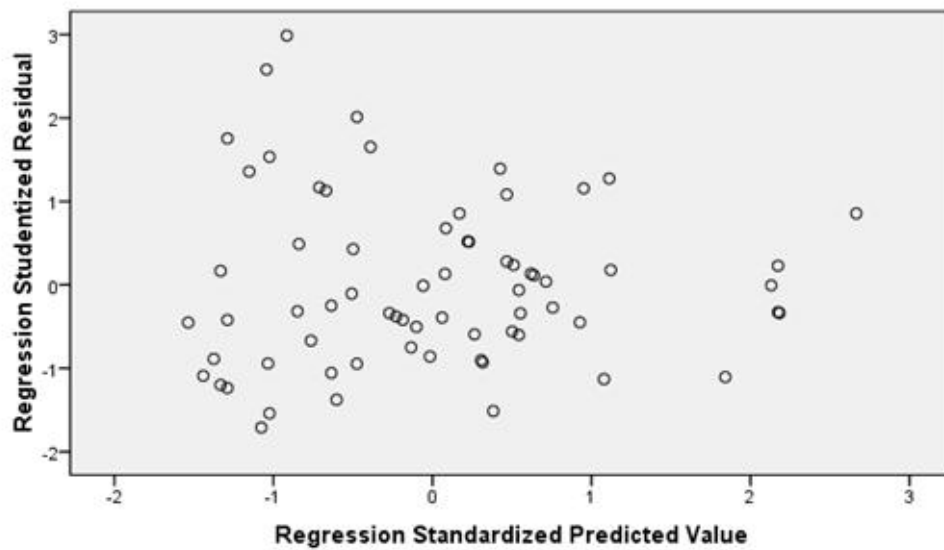
Kriteria pengujian:

1. Adanya multikolinearitas bila nilai Tolerance $< 0,10$ atau nilai VIF > 0 .
2. Tidak adanya multikolinearitas bila nilai Tolerance $> 0,10$ atau nilai VIF < 0 .

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai VIF untuk variabel di atas $> 0,10$ dengan demikian dapat dinyatakan bahwa tidak terjadi multikolinearitas.

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dilakukan dengan menggunakan analisis grafik. Pada analisis grafik, suatu model regresi dianggap tidak mengalami heteroskedastisitas jika titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas dan tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y.



Gambar IV.2
Pengujian Heteroskedastisitas

Gambar di atas memperlihatkan titik-titik menyebar secara acak dan tidak membentuk suatu pola tertentu yang jelas serta tersebar baik di atas maupun di bawah angka nol pada sumbu Y, hal ini berarti tidak terjadi heteroskedastisitas pada model regresi, sehingga model regresi layak dipakai untuk variabel independen maupun variabel bebasnya.

3. Regresi Linier Berganda

Adapun hasil pengolahan data melalui SPSS adalah sebagai berikut:

Tabel IV.10
Hasil Regresi Linier Berganda

Model		Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.147	2.453		3.321	.001		
	Kualitas pelayanan	.588	.136	.567	4.312	.000	.453	2.207

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan (Y)

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS (2018)

Dari tabel di atas, maka model persamaan regresinya adalah:

$$Y = 8,147 + 0,588 X$$

Keterangan:

Y = Kepuasan pelanggan

X = Kualitas pelayanan

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa:

- a. Variabel kualitas pelayanan dan kualitas pelayanan mempunyai arah koefisien yang bertanda positif terhadap kepuasan pelanggan.
- b. Koefisien kualitas pelayanan memberikan nilai sebesar 58,8% yang berarti bahwa semakin baik kualitas pelayanan maka kepuasan pelanggan akan semakin meningkat.

4. Uji Hipotesis

a. Uji t

Uji statistik t pada dasarnya bertujuan untuk meningkatkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Dengan menggunakan program SPSS 16.0.

Tabel IV.11
Ujit t Variabel X terhadap Y

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	8.147	2.453		3.321	.001		
Kualitas pelayanan	.588	.136	.567	4.312	.000	.453	2.207

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan (Y)

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS (2018)

Dari data di atas dan pengolahan SPSS dapat diketahui:

$$t_{hitung} = 4,312$$

$$t_{tabel} = 1,662$$

Kriteria pengambilan keputusan:

- Jika nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak sehingga variabel kualitas pelayanan tidak berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.
- Jika nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima sehingga variabel kualitas pelayanan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.

Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh $t_{hitung} (4,312) > t_{tabel} (1,662)$,

dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_a diterima (H_o ditolak). Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

b. Uji F

Tabel IV.13
Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	892.055	2	446.028	31.421	.000 ^a
	Residual	922.695	90	14.195		
	Total	1814.750	92			

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan (X), Kualitas pelayanan (X)

b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan (Y)

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS (2018)

Dari data di atas dan pengolahan SPSS dapat diketahui:

$$F_{hitung} = 31,421$$

$$F_{tabel} = 3,095$$

Berdasarkan hasil perhitungan di atas dapat diketahui bahwa nilai F_{hitung} adalah 31,421 dengan tingkat signifikan 0,000, sedangkan F_{tabel} 3,095 dengan signifikan 0,05. Dengan demikian $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ yakni $31,421 \geq 3,095$, artinya H_o ditolak sehingga dapat disimpulkan bahwa ada pengaruh signifikan antara kualitas pelayanan dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

5. Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi merupakan besar yang menunjukkan besarnya variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independennya. Dengan kata lain, koefisien determinasi ini digunakan untuk mengukur seberapa jauh variabel-variabel bebas dalam menerangkan variabel terikatnya. Nilai koefisien determinasi ditentukan dengan nilai R square sebagaimana dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel IV.14
Uji Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.701 ^a	.492	.476	3.76767	1.046

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan (X)

b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan (Y)

Sumber: Data diolah dengan menggunakan SPSS (2018)

Dari hasil perhitungan dapat diketahui bahwa koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,492. Hal ini berarti 49,2% variasi variabel kepuasan pelanggan (Y) ditentukan oleh kedua variabel independen yaitu kualitas pelayanan (X) dan kualitas pelayanan (X). Sedangkan sisanya 50,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

B. Pembahasan

Dari hasil pengujian terlihat bahwa semua variabel bebas (kualitas pelayanan dan kualitas pelayanan) mempunyai pengaruh positif terhadap variabel

terikat (kepuasan pelanggan). Hasil rinci analisis dan pengujian tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), artinya bahwa ada pengaruh atau hubungan yang searah antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara nyata.

Menurut Syahfruddin (2011, hal. 59) “kualitas pelayanan merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi dan melebihi harapan. “pelayan yang terbaik kepada pelanggan dan tingkat kualitas dapat tercapai secara konsisten dengan memperbaiki pelayanan dan memberikan perhatian khusus pada standar kinerja pelayanan eksternal. Kualitas pelayanan memang memiliki hubungan yang sangat erat dengan kepuasan pelanggan.

Ini sesuai dengan penelitian terdahulu dari Herianus Peoni (2014) yang menyatakan ada pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian, analisis data dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh positif dan signifikan variabel kualitas pelayanan (X) terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y), artinya bahwa ada pengaruh atau hubungan yang searah antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan secara nyata.
2. Berdasarkan hasil pengujian secara parsial pengaruh antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan diperoleh $t_{hitung} (4,312) > t_{tabel} (1,662)$, dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa H_a diterima (H_o ditolak). Hal ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan.

B. Saran

Dari hasil penelitian, analisis data, pembahasan dan kesimpulan yang telah diambil, maka dapat dikemukakan saran sebagai berikut:

1. Sebaiknya PT. Perusahaan Listrik Negara Tanjung Pura selalu memperhatikan kualitas pelayanan harus ditingkatkan sehingga kepuasan pelanggan semakin meningkat.
2. Sebaiknya PT. Perusahaan Listrik Negara Tanjung Pura memperhatikan kepuasan pelanggan agar pelanggan merasa nyaman berkunjung ke perusahaan tersebut.

2. DAFTAR PUSTAKA

- 3.
4. Basu Swastha dan Irawan. 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- 5.
6. Ferdinand, Agusty Tae. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi II. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- 7.
8. Ghozali, Imam 2011. *Aplikasi Analisis Multivariat dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
9. Hasan. 2013. *Manajemen Sumber Daya Manusia untuk Perusahaan*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- 10.
11. Kotler, Philip dan Armstrong. 2011. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I Edisi Ketigabelas, Jakarta : Penerbit Erlangga
12. Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I Edisi Ketigabelas, Jakarta : Penerbit Erlangga
13. Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Millenium, Jilid 2. Jakarta: PT Prenhallindo.
- 14.
15. Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2013. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta: Salemba Empat.
- 16.
17. Purnama, Lingga. 2010. *Strategic Marketing Plan: Panduan Lengkap dan Praktis Menyusun Rencana Pemasaran yang Strategis dan Efektif*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- 18.
19. Sedarmayanti dan Hidayat, Syarifudin. 2011. *Metodologi Penelitian*. Bandung : Mandar Maju
- 20.
21. Sugiyono (2012) *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D*
- 22.
23. Syafruddin. 2011. *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan terhadap Kepuasan Pelayanan (Studi Kasus pada Nasabah Kospin Jasa Cabang Wonosobo)*.
24. Tantri, Abdullah. 2012. *Pemasaran*. Salemba Empat, Jakarta.
- 25.
26. Tjiptono, Gregorius Chandra (2012). *Pemasaran Strategik*. Edisi II. Yogyakarta: ANDI.

KUESIONER

No. Responden :

Responden yang terhormat

Pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini hanya semata-mata untuk data penelitian dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul “**Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT. Perusahaan Listrik Negara Tanjung Pura**” mengharapkan kesediaan saudara/saudari untuk menjawab pertanyaan dengan baik.

I. Identitas Responden

Nama :

Umur :

Pendidikan :

Kelamin :

II. Isilah kuesioner ini sesuai dengan penilaian anda, dengan memberi tanda (√) pada kolom yang tersedia. Adapun makna tanda dalam kolom adalah sebagai berikut:

Sangat Setuju	(SS)
Setuju	(S)
Kurang Setuju	(KS)
Tidak Setuju	(TS)
Sangat Tidak Setuju	(STS)

Berilah tanda (x) pada jawaban yang paling sesuai menurut pendapat anda

Variabel Kualitas Pelayanan (X)

Reliability		Skala Ukur				
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Karyawan PT. PLN Tanjung Pura memiliki pengetahuan yang baik tentang pelayanan di PT. PLN Tanjung Pura					
2	Karyawan PT. PLN Tanjung Pura tanggap dalam memenuhi permintaan konsumen					
3	Karyawan PT. PLN Tanjung Pura memberikan pelayanan cepat terhadap konsumen					
4	Ketika konsumen mengalami kesulitan karyawan PT. PLN Tanjung Pura selalu tanggap terhadap konsumen					
Responsive		Skala Ukur				
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
5	Karyawan PT. PLN Tanjung Pura memiliki sikap yang ramah dalam melayani konsumen					
6	Karyawan PT. PLN Tanjung Pura selalau menyapa konsumen dan bersikap sopan kepada konsumen					
7	Karyawan PT. PLN Tanjung Pura memahami akan kebutuhan konsumen					
8	Karyawan PT. PLN Tanjung Pura mengutamakan kepentingan konsumen					
Assurance		Skala ukur				
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
9	Karyawan PT. PLN Tanjung Pura selalu menjaga kebersihan dan kenyamanan keruangan					
10	Saya merasa nyaman dan aman berada di tempat tersebut					
11	Karyawan selalu sabar melayani konsumen					

12	Karyawan PT. PLN Tanjung Pura selalu responsif					
----	--	--	--	--	--	--

Emphaty		Skala Ukur				
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
13	Karyawan PT. PLN Tanjung Pura memberikan perhatian secara individual kepada konsumen					
14	Karyawan PT. PLN Tanjung Pura memiliki kesungguhan dalam memenuhi permintaan konsumen					
15	PT. PLN Tanjung Pura memiliki jam buka sesuai dengan keinginan konsumen					
16	Bengkel memiliki garansi apabila tidak fasilitas tidak sesuai dengan harapan konsumen					
Tangible		Skala Ukur				
No.	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
17	PT. PLN Tanjung Pura menyediakan berbagai macam fasilitas yang lengkap					
18	PT. PLN Tanjung Pura memiliki daerah yang strategi					
19	PT. PLN Tanjung Pura memiliki tempat yang nyaman					
20	PT. PLN Tanjung Pura memberikan pelayanan sesuai dengan harga yang ditetapkan					

Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

No.	Pernyataan	Skala Ukur				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	PT. PLN Tanjung Pura membuat layanan keluhan berupa membuat kotak keluhan dan saran					
2.	PT. PLN Tanjung Pura selalu menanggapi saran dan keluhan yang disampaikan konsumen					
3	Tidak semua keluhan dan saran yang disampaikan konsumen selalu dilaksanakan oleh PT. PLN Tanjung Pura					
4	PT. PLN Tanjung Pura selalu memperbaiki apabila terjadi kesalahan dan kekurangan dalam melayani konsumen					
5	Konsumen selalu mengeluh dan memberikan saran apabila PT. PLN Tanjung Pura melakukan kesalahan					
6	Saya merasa puas dengan pelayanan yang dilakukan oleh PT. PLN Tanjung Pura					
7	Saya merasa puas dengan keramahan pada karyawan PT. PLN Tanjung Pura					
8	Konsumen sangat puas dengan fasilitas yang disediakan oleh PT. PLN Tanjung Pura					
9	Saya merasa nyaman dengan kenyamanan yang diberikan oleh PT. PLN Tanjung Pura					
10	Saya merasa puas menggunakan jasa pada PT. PLN Tanjung Pura					
11	PT. PLN Tanjung Pura selalu mengadakan wawancara dengan konsumennya mengenai produk, dan pelayanan					
12	PT. PLN Tanjung Pura selalu menjaga konsumen agar tidak berpindah ke produk lain yang sejenis					
13	PT. PLN Tanjung Pura selalu memberikan perhatian kepada konsumen					
14	PT. PLN Tanjung Pura selalu memperhatikan konsumen yang mengalami kesulitan					

15	PT. PLN Tanjung Pura sangat menghargai setiap konsumen yang bertanya mengenai produknya.					
----	--	--	--	--	--	--

TABULASI DATA

Distribusi Responden untuk Variabel X

No.	Butir Angket																				Skor
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
2	4	3	3	5	3	5	3	3	5	3	5	3	3	5	3	5	5	3	5	3	56
3	3	5	5	3	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	3	5	5	65
4	4	3	5	5	3	5	4	5	5	3	5	3	5	5	4	5	3	5	5	3	64
5	5	3	5	4	5	4	3	5	3	5	4	3	5	3	5	4	3	5	3	5	62
6	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	5	3	3	5	3	5	5	59
7	4	3	4	4	3	4	3	5	5	4	5	4	5	4	5	5	3	4	4	3	62
8	5	3	5	3	3	5	3	5	3	5	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	55
9	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	65
10	5	5	5	5	5	3	5	3	5	3	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	64
11	2	5	2	5	2	2	5	2	5	2	2	5	2	5	2	2	5	2	5	2	48
12	5	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	4	5	3	5	5	5	5	3	5	66
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	45
14	5	5	5	2	5	5	5	2	2	5	2	5	2	2	5	5	5	5	5	5	57
15	5	2	2	2	2	2	5	2	5	2	5	2	5	5	5	3	2	5	2	5	51
16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	5	4	3	3	3	3	3	52
17	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	47
18	2	2	5	2	5	2	5	2	2	5	2	2	5	2	5	5	2	5	2	5	48
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	73
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
21	3	3	3	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	66
22	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	61
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	48
24	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	3	5	62
25	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	3	3	3	5	5	69
26	5	5	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	53
27	5	2	5	5	5	2	5	2	5	2	2	4	2	4	2	2	5	2	5	2	52
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
29	2	2	5	2	2	5	2	2	5	2	2	5	2	2	5	2	5	2	2	5	45
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
31	3	2	3	2	5	3	2	3	2	3	2	5	2	3	5	2	5	2	3	5	45
32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
33	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	57

34	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
36	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	48
37	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	72
38	4	2	5	2	5	2	5	4	5	2	5	4	5	4	5	2	4	2	4	2	4	59
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	74
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
41	3	5	3	5	3	3	3	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	5	3	5	53
42	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57
43	3	5	4	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	65
44	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	65
45	5	5	5	3	5	2	5	3	5	3	5	2	5	2	3	5	2	5	2	3	5	58
46	5	2	5	4	3	4	2	4	4	3	3	5	4	5	3	3	5	4	5	3	5	56
47	5	3	3	5	3	5	3	3	5	3	5	3	3	5	3	5	3	3	5	3	5	57
48	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	3	5	5	5	68
49	5	3	5	5	3	5	3	5	5	3	5	3	5	5	3	5	3	5	5	3	5	63
50	5	3	5	3	5	5	3	5	3	5	4	3	5	3	5	4	3	5	3	5	5	62
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
52	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	54
53	3	3	5	3	3	5	3	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53
54	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	72
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75
56	2	5	2	5	2	2	5	2	5	2	2	5	2	5	2	2	5	2	5	2	5	48
57	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	69
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
59	2	5	2	2	5	2	5	2	2	5	2	5	2	2	5	2	5	2	2	5	2	48
60	2	2	2	2	2	2	5	2	5	2	5	5	5	5	5	2	5	2	5	2	5	51
61	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	67
62	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
63	2	5	2	5	2	2	5	2	5	2	5	5	2	5	5	5	2	5	2	5	2	54
64	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
66	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60
68	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	61
69	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	62
70	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	69
71	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	47
72	4	2	2	5	5	2	5	2	2	2	2	4	2	4	2	2	4	2	4	2	4	45

36	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	45
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	73
38	5	5	5	4	2	4	2	4	2	2	2	2	4	2	2	47	
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	
41	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	47
42	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	68
43	3	3	5	5	4	3	5	4	3	4	5	4	5	4	5	62	
44	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	67	
45	5	5	5	2	3	5	5	5	3	5	2	5	3	5	3	61	
46	3	5	4	5	3	5	2	5	4	3	4	2	4	4	3	56	
47	3	3	3	5	3	5	3	3	5	3	5	3	3	5	3	55	
48	3	3	3	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	5	5	65	
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	3	71	
50	5	5	5	3	5	5	3	5	3	5	5	3	5	3	5	65	
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	
52	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	3	50	
53	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	47	
54	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	72	
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	
56	3	3	3	3	3	3	3	2	5	2	2	5	2	5	2	46	
57	3	3	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	65	
58	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	53	
59	3	3	3	2	5	2	5	2	2	5	2	5	2	2	5	48	
60	5	2	5	2	5	5	2	5	2	5	2	5	5	5	2	57	
61	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	64	
62	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	72	
63	2	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	69	
64	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	51	
65	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	68	
66	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	73	
67	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	64	
68	5	4	3	4	3	4	3	4	3	5	3	4	3	4	3	55	
69	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	64	
70	5	5	3	5	5	5	4	5	3	5	5	4	5	5	5	69	
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	47	
72	2	4	2	4	2	4	2	2	5	5	2	5	2	2	2	45	
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	72	
74	2	5	2	2	5	2	2	5	2	2	5	2	2	5	2	45	

VAR19 Pearson																						
Correlation	.565**	.388**	.373*	.766**	.248	.372*	.444**	.190	.512**	.251	.554**	.407**	.546**	.527**	.468**	.542**	.417**	.428**	1	.068	.698**	
Sig. (2-tailed)	.000	.009	.012	.000	.100	.012	.002	.211	.000	.096	.000	.006	.000	.000	.001	.000	.004	.003		.655	.000	
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	
VAR20 Pearson																						
Correlation	.132	.416**	.251	.164	.497**	.286	.134	.440**	-.042	.315*	.286	.170	.228	.087	.389**	.293	.552**	.298*	.068	1	.448**	
Sig. (2-tailed)	.386	.004	.096	.281	.001	.056	.379	.003	.782	.035	.057	.265	.131	.569	.008	.051	.000	.047	.655		.002	
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	
TOTAL Pearson																						
Correlation	.793**	.534**	.770**	.653**	.577**	.711**	.661**	.603**	.570**	.561**	.672**	.691**	.697**	.546**	.781**	.767**	.626**	.726**	.698**	.448**	1	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002		
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	

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

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

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.757	20

Variabel Y

Correlations

	VAR1	VAR2	VAR3	VAR4	VAR5	VAR6	VAR7	VAR8	VAR9	VAR10	VAR11	VAR12	VAR13	VAR14	VAR15	TOTAL
VAR1 Pearson Correlation	1	.141	.783**	.432**	.393**	.726**	.579**	.488**	.532**	.517**	.486**	.683**	.428**	.476**	.571**	.754**
Sig. (2-tailed)		.356	.000	.003	.008	.000	.000	.001	.000	.000	.001	.000	.003	.001	.000	.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
VAR2 Pearson Correlation	.141	1	.184	.535**	.582**	.271	.436**	.352*	.262	.265	.427**	.935**	.366*	.181	.519**	.547**
Sig. (2-tailed)	.356		.225	.000	.000	.072	.003	.018	.082	.078	.003	.002	.014	.234	.000	.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
VAR3 Pearson Correlation	.783**	.184	1	.265	.391**	.642**	.549**	.486**	.602**	.584**	.498**	.719**	.600**	.367*	.633**	.768**
Sig. (2-tailed)	.000	.225		.079	.008	.000	.000	.001	.000	.000	.001	.000	.000	.013	.000	.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
VAR4 Pearson Correlation	.432**	.535**	.265	1	.182	.468**	.575**	.175	.624**	.591**	.331*	.407**	.535**	.256	.435**	.639**

	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.079		.230	.001	.000	.250	.000	.000	.026	.006	.000	.089	.003	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
VAR5	Pearson Correlation	.393**	.582**	.391**	.182	1	.348*	.489**	.508**	.219	.293	.561**	.487**	.320*	.184	.583**	.583**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000	.008	.230		.019	.001	.000	.149	.105	.000	.001	.032	.226	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
VAR6	Pearson Correlation	.726**	.271	.642**	.468**	.348*	1	.436**	.586**	.617**	.587**	.370*	.678**	.522**	.387**	.572**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.072	.000	.001	.019		.003	.000	.000	.000	.012	.000	.000	.009	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
VAR7	Pearson Correlation	.579**	.436**	.549**	.575**	.489**	.436**	1	.330*	.478**	.477**	.274	.698**	.504**	.173	.558**	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000	.001	.003		.027	.001	.001	.069	.000	.000	.255	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
VAR8	Pearson Correlation	.488**	.352*	.486**	.175	.508**	.586**	.330*	1	.277	.237	.495**	.558**	.427**	.354*	.588**	.604**
	Sig. (2-tailed)	.001	.018	.001	.250	.000	.000	.027		.066	.117	.001	.000	.003	.017	.000	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
VAR9	Pearson Correlation	.532**	.262	.602**	.624**	.219	.617**	.478**	.277	1	.968**	.501**	.642**	.576**	.444**	.512**	.778**

Sig. (2-tailed)	.000	.082	.000	.000	.149	.000	.001	.066		.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
VAR10 Pearson Correlation	.517**	.265	.584**	.591**	.293	.587**	.477**	.237	.968**	1	.493**	.693**	.546**	.433**	.523**	.767**
Sig. (2-tailed)	.000	.078	.000	.000	.105	.000	.001	.117	.000		.001	.000	.000	.003	.000	.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
VAR11 Pearson Correlation	.486**	.427**	.498**	.331*	.561**	.370*	.274	.495**	.501**	.493**	1	.493**	.541**	.493**	.659**	.692**
Sig. (2-tailed)	.001	.003	.001	.026	.000	.012	.069	.001	.000	.001		.002	.000	.002	.000	.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
VAR12 Pearson Correlation	.683**	.935**	.719**	.407**	.487**	.678**	.698**	.558**	.642**	.693**	.493**	1	.609**	.488**	.805**	.870**
Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.006	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.002		.000	.001	.000	.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
VAR13 Pearson Correlation	.428**	.366*	.600**	.535**	.320*	.522**	.504**	.427**	.576**	.546**	.541**	.609**	1	.156	.796**	.753**
Sig. (2-tailed)	.003	.014	.000	.000	.032	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000		.305	.000	.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
VAR14 Pearson Correlation	.476**	.181	.367*	.256	.184	.387**	.173	.354*	.444**	.433**	.493**	.488**	.156	1	.317*	.557**

Sig. (2-tailed)	.001	.234	.013	.089	.226	.009	.255	.017	.002	.003	.002	.001	.305		.034	.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
VAR15 Pearson Correlation	.571**	.519**	.633**	.435**	.583**	.572**	.558**	.588**	.512**	.523**	.659**	.805**	.796**	.317*	1	.849**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.034		.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
TOTAL Pearson Correlation	.754**	.547**	.768**	.639**	.583**	.764**	.689**	.604**	.778**	.767**	.692**	.870**	.753**	.557**	.849**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93

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

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

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
------------------	------------

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.760	20

HASIL SPSS

Regression

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.701 ^a	.492	.476	3.76767	1.046

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan (X)

b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan (Y)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	892.055	2	446.028	31.421	.000 ^a
	Residual	922.695	90	14.195		
	Total	1814.750	92			

a. Predictors: (Constant), Kualitas pelayanan (X), Kualitas pelayanan (X)

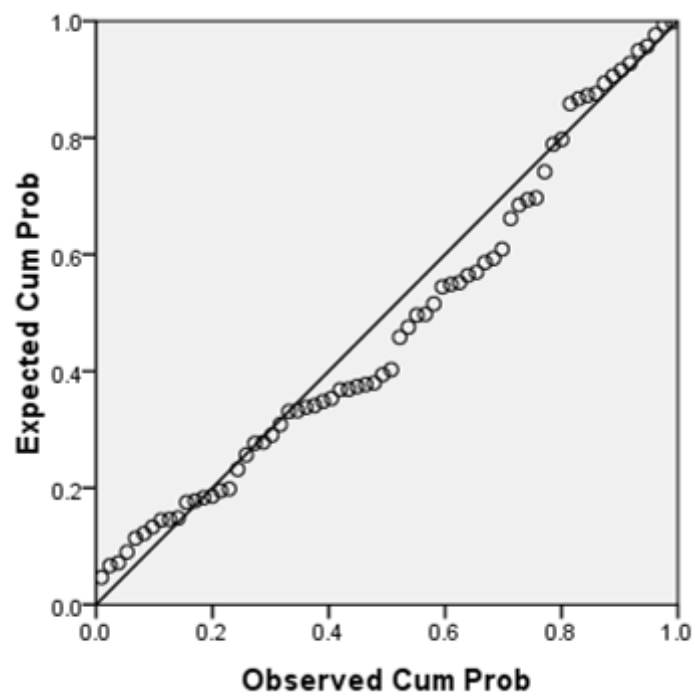
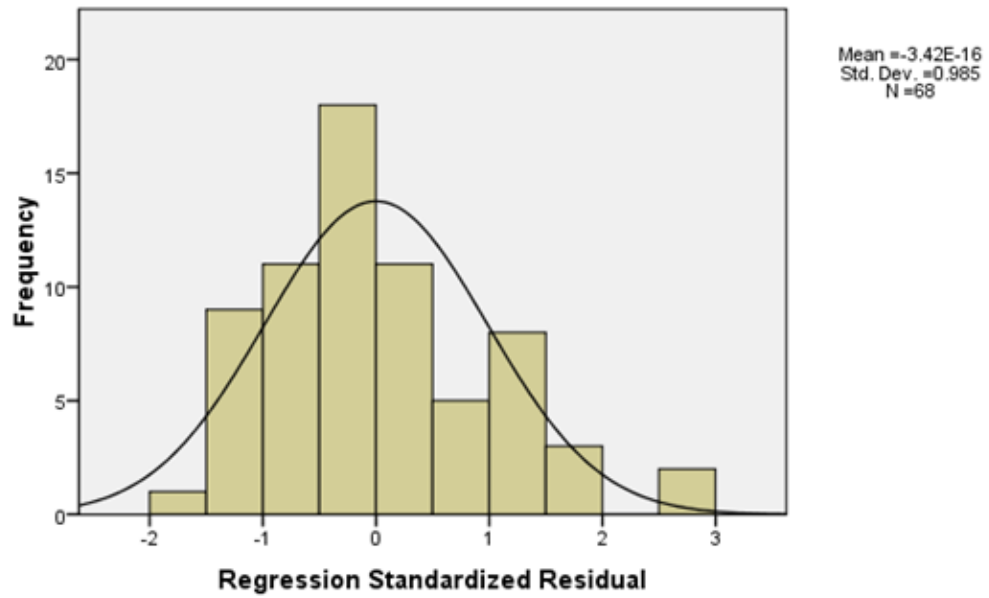
b. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan (Y)

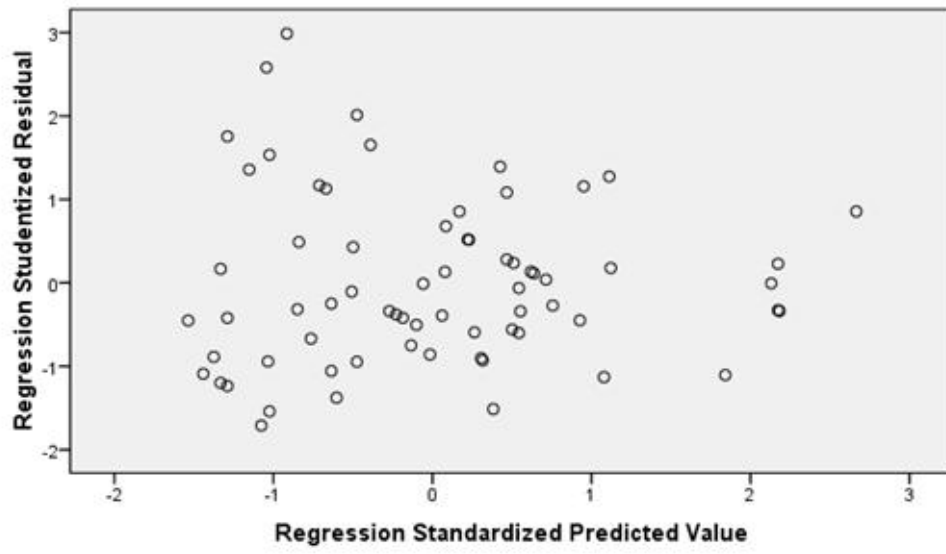
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.147	2.453		3.321	.001		
	Kualitas pelayanan	.588	.136	.567	4.312	.000	.453	2.207

a. Dependent Variable: Kepuasan pelanggan (Y)

Charts





Tabel F

df untuk penyebut	df untuk Pembilang					
	1	2	3	4	5	6
1	161,448	199,500	215,707	224,583	230,162	233,986
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,330
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,687	3,581
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459

28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,318
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286
51	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283
52	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279
53	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275
54	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272
55	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269
56	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266
57	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263
58	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260

59	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257
60	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254
61	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251
62	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249
63	3,993	3,143	2,751	2,518	2,361	2,246
64	3,991	3,140	2,748	2,515	2,358	2,244
65	3,989	3,138	2,746	2,513	2,356	2,242
66	3,986	3,136	2,744	2,511	2,354	2,239
67	3,984	3,134	2,742	2,509	2,352	2,237
68	3,982	3,132	2,740	2,507	2,350	2,235
69	3,980	3,130	2,737	2,505	2,348	2,233
70	3,978	3,128	2,736	2,503	2,346	2,231
71	3,976	3,126	2,734	2,501	2,344	2,229
72	3,974	3,124	2,732	2,499	2,342	2,227
73	3,972	3,122	2,730	2,497	2,340	2,226
74	3,970	3,120	2,728	2,495	2,338	2,224
75	3,968	3,119	2,727	2,494	2,337	2,222
76	3,967	3,117	2,725	2,492	2,335	2,220
77	3,965	3,115	2,723	2,490	2,333	2,219
78	3,963	3,114	2,722	2,489	2,332	2,217
79	3,962	3,112	2,720	2,487	2,330	2,216
80	3,960	3,111	2,719	2,486	2,329	2,214
81	3,959	3,109	2,717	2,484	2,327	2,213
82	3,957	3,108	2,716	2,483	2,326	2,211
83	3,956	3,107	2,715	2,482	2,324	2,210
84	3,955	3,105	2,713	2,480	2,323	2,209
85	3,953	3,104	2,712	2,479	2,322	2,207
86	3,952	3,103	2,711	2,478	2,321	2,206
87	3,951	3,101	2,709	2,476	2,319	2,205
88	3,949	3,100	2,708	2,475	2,318	2,203
89	3,948	3,099	2,707	2,474	2,317	2,202

90	3,947	3,098	2,706	2,473	2,316	2,201
91	3,946	3,097	2,705	2,472	2,315	2,200
92	3,945	3,095	2,704	2,471	2,313	2,199
93	3,943	3,094	2,703	2,470	2,312	2,198
94	3,942	3,093	2,701	2,469	2,311	2,197
95	3,941	3,092	2,700	2,467	2,310	2,196
96	3,940	3,091	2,699	2,466	2,309	2,195
97	3,939	3,090	2,698	2,465	2,308	2,194
98	3,938	3,089	2,697	2,465	2,307	2,193
99	3,937	3,088	2,696	2,464	2,306	2,192
100	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191
∞	3,936	3,087	2,696	2,463	2,305	2,191

Tabel R

dk	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0005
1	0,988	0,997	1,000	1,000	1,000
2	0,900	0,950	0,980	0,990	0,999
3	0,805	0,878	0,934	0,959	0,991
4	0,729	0,811	0,882	0,917	0,974
5	0,669	0,755	0,833	0,875	0,951
6	0,622	0,707	0,789	0,834	0,925
7	0,582	0,666	0,750	0,798	0,898
8	0,549	0,632	0,716	0,765	0,872
9	0,521	0,602	0,685	0,735	0,847
10	0,497	0,576	0,658	0,708	0,823
11	0,476	0,553	0,634	0,684	0,801
12	0,458	0,532	0,612	0,661	0,780
13	0,441	0,514	0,592	0,641	0,760
14	0,426	0,497	0,574	0,623	0,742
15	0,412	0,482	0,558	0,606	0,725
16	0,400	0,468	0,543	0,590	0,708
17	0,389	0,456	0,529	0,575	0,693
18	0,378	0,444	0,516	0,561	0,679
19	0,369	0,433	0,503	0,549	0,665
20	0,360	0,423	0,492	0,537	0,652
21	0,352	0,413	0,482	0,526	0,640
22	0,344	0,404	0,472	0,515	0,629
23	0,337	0,396	0,462	0,505	0,618
24	0,330	0,388	0,453	0,496	0,607
25	0,323	0,381	0,445	0,487	0,597
26	0,317	0,374	0,437	0,479	0,588
27	0,312	0,367	0,430	0,471	0,579
28	0,306	0,361	0,423	0,463	0,570
29	0,301	0,355	0,416	0,456	0,562
30	0,296	0,349	0,409	0,449	0,554
31	0,291	0,344	0,403	0,442	0,547
32	0,287	0,339	0,397	0,436	0,539
33	0,283	0,334	0,392	0,430	0,532
34	0,279	0,329	0,386	0,424	0,525
35	0,275	0,325	0,381	0,418	0,519
36	0,271	0,320	0,376	0,413	0,513
37	0,267	0,316	0,371	0,408	0,507

38	0,264	0,312	0,367	0,403	0,501
39	0,261	0,308	0,362	0,398	0,495
40	0,257	0,304	0,358	0,393	0,490
41	0,254	0,301	0,354	0,389	0,484
42	0,251	0,297	0,350	0,384	0,479
43	0,248	0,294	0,346	0,380	0,474
44	0,246	0,291	0,342	0,376	0,469
45	0,243	0,288	0,338	0,372	0,465
46	0,240	0,285	0,335	0,368	0,460
47	0,238	0,282	0,331	0,365	0,456
48	0,235	0,279	0,328	0,361	0,451
49	0,233	0,276	0,325	0,358	0,447
50	0,231	0,273	0,322	0,354	0,443
51	0,228	0,271	0,319	0,351	0,439
52	0,226	0,268	0,316	0,348	0,435
53	0,224	0,266	0,313	0,345	0,432
54	0,222	0,263	0,310	0,342	0,428
55	0,220	0,261	0,307	0,339	0,424
56	0,218	0,259	0,305	0,336	0,421
57	0,216	0,256	0,302	0,333	0,418
58	0,214	0,254	0,300	0,330	0,414
59	0,213	0,252	0,297	0,327	0,411
60	0,211	0,250	0,295	0,325	0,408
61	0,209	0,248	0,293	0,322	0,405
62	0,208	0,246	0,290	0,320	0,402
63	0,206	0,244	0,288	0,317	0,399
64	0,204	0,242	0,286	0,315	0,396
65	0,203	0,240	0,284	0,313	0,393
66	0,201	0,239	0,282	0,310	0,390
67	0,200	0,237	0,280	0,308	0,388
68	0,198	0,235	0,278	0,306	0,385
69	0,197	0,234	0,276	0,304	0,382
70	0,195	0,232	0,274	0,302	0,380
71	0,194	0,230	0,272	0,300	0,377
72	0,193	0,229	0,270	0,298	0,375
73	0,191	0,227	0,268	0,296	0,372
74	0,190	0,226	0,266	0,294	0,370
75	0,189	0,224	0,265	0,292	0,368
76	0,188	0,223	0,263	0,290	0,366

77	0,186	0,221	0,261	0,288	0,363
78	0,185	0,220	0,260	0,286	0,361
79	0,184	0,219	0,258	0,285	0,359
80	0,183	0,217	0,257	0,283	0,357
81	0,182	0,216	0,255	0,281	0,355
82	0,181	0,215	0,254	0,280	0,353
83	0,180	0,213	0,252	0,278	0,351
84	0,179	0,212	0,251	0,276	0,349
85	0,178	0,211	0,249	0,275	0,347
86	0,177	0,210	0,248	0,273	0,345
87	0,176	0,208	0,246	0,272	0,343
88	0,175	0,207	0,245	0,270	0,341
89	0,174	0,206	0,244	0,269	0,339
90	0,173	0,205	0,242	0,267	0,338
91	0,172	0,204	0,241	0,266	0,336
92	0,171	0,203	0,240	0,265	0,334
93	0,170	0,202	0,238	0,263	0,332
94	0,169	0,201	0,237	0,262	0,331
95	0,168	0,200	0,236	0,260	0,329
96	0,167	0,199	0,235	0,259	0,327
97	0,166	0,198	0,234	0,258	0,326
98	0,165	0,197	0,232	0,257	0,324
99	0,165	0,196	0,231	0,255	0,323
100	0,164	0,195	0,230	0,254	0,321
∞	0,164	0,195	0,230	0,254	0,321

Tabel t

dk	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	0,001	0,0005
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63,657	318,309	636,619
2	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	22,327	31,599
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	10,215	12,924
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	7,173	8,610
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	5,893	6,869
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	5,208	5,959
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	4,785	5,408
8	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	4,501	5,041
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	4,297	4,781
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	4,144	4,587
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	4,025	4,437
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	3,930	4,318
13	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	3,852	4,221
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	3,787	4,140
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	3,733	4,073
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	3,686	4,015
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	3,646	3,965
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	3,610	3,922
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	3,579	3,883
20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	3,552	3,850
21	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	3,527	3,819
22	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	3,505	3,792
23	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	3,485	3,768
24	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	3,467	3,745
25	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	3,450	3,725
26	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	3,435	3,707
27	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	3,421	3,690
28	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	3,408	3,674
29	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	3,396	3,659
30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	3,385	3,646
31	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744	3,375	3,633
32	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738	3,365	3,622
33	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733	3,356	3,611
34	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728	3,348	3,601
35	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724	3,340	3,591
36	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719	3,333	3,582
37	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715	3,326	3,574

38	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712	3,319	3,566
39	1,304	1,685	2,023	2,426	2,708	3,313	3,558
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	3,307	3,551
41	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	3,301	3,544
42	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	3,296	3,538
43	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	3,291	3,532
44	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	3,286	3,526
45	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	3,281	3,520
46	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	3,277	3,515
47	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	3,273	3,510
48	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	3,269	3,505
49	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	3,265	3,500
50	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678	3,261	3,496
51	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676	3,258	3,492
52	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674	3,255	3,488
53	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672	3,251	3,484
54	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670	3,248	3,480
55	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668	3,245	3,476
56	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667	3,242	3,473
57	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665	3,239	3,470
58	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663	3,237	3,466
59	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662	3,234	3,463
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	3,232	3,460
61	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659	3,229	3,457
62	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657	3,227	3,454
63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656	3,225	3,452
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655	3,223	3,449
65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654	3,220	3,447
66	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652	3,218	3,444
67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651	3,216	3,442
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650	3,214	3,439
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649	3,213	3,437
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648	3,211	3,435
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647	3,209	3,433
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646	3,207	3,431
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645	3,206	3,429
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644	3,204	3,427
75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643	3,202	3,425
76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642	3,201	3,423

77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641	3,199	3,421
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640	3,198	3,420
79	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	3,197	3,418
80	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	3,195	3,416
81	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	3,194	3,415
82	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	3,193	3,413
83	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	3,191	3,412
84	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	3,190	3,410
85	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635	3,189	3,409
86	1,291	1,663	1,988	2,37	2,634	3,188	3,407
87	1,291	1,663	1,988	2,37	2,634	3,187	3,406
88	1,291	1,663	1,987	2,369	2,633	3,185	3,405
89	1,291	1,663	1,987	2,369	2,632	3,184	3,403
90	1,291	1,663	1,987	2,368	2,632	3,183	3,402
91	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631	3,182	3,401
92	1,290	1,661	1,985	2,367	2,630	3,181	3,400
93	1,289	1,660	1,984	2,366	2,629	3,180	3,399
94	1,288	1,659	1,983	2,365	2,628	3,179	3,398
95	1,287	1,658	1,982	2,364	2,627	3,178	3,397
96	1,286	1,657	1,981	2,363	2,626	3,177	3,396
97	1,285	1,656	1,980	2,362	2,625	3,176	3,395
98	1,284	1,655	1,979	2,361	2,624	3,175	3,394
99	1,283	1,654	1,978	2,360	2,623	3,174	3,393
100	1,282	1,653	1,977	2,359	2,622	3,173	3,392
∞	1,281	1,652	1,976	2,358	2,621	3,172	3,391