

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PEMAKAIAN
LISTRIK PRABAYAR PADA PT.PLN (PERSERO) UPJ BLEGA
BANGKALAN**

SKRIPSI



Oleh

**NADIFATUL LAILIYAH
NIM. 11510083**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2017**

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA
PEMAKAIAN LISTRIK PRABAYAR PADA PT. PLN
(PERSERO) UPJ BLEGA BANGKALAN**

Diusulkan Kepada:
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang
untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh

**NADIFATUL LAILIYAH
NIM. 11510083**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM
MALANG
2017**

LEMBAR PERSETUJUAN

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PEMAKAIAN
LISTRIK PRABAYAR PADA PT. PLN (PERSERO) UPJ
BLEGA BANGKALAN**

Oleh

NADIFATUL LAILIYAH
NIM : 11510083

Telah disetujui pada tanggal 2 Maret 2017

Dosen Pembimbing,



Irmayanti Hasan, ST., MM
NIP.19770506 200312 2 001

Mengetahui :

Ketua Jurusan,



Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
NIP 19750707 200501 1 005

LEMBAR PENGESAHAN

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PEMAKAIAN LISTRIK PRABAYAR PADA PT. PLN (PERSERO) UPJ BLEGA BANGKALAN

SKRIPSI

Oleh

NADIFATULLAILIYAH
NIM 11510083

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji dan Dinyatakan Diterima Sebagai
Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)
Pada 19 April 2017

Susunan Dewan Penguji

1. Ketua Penguji
Ahmad Muis, S.Ag., M.S.I
NIDT. 197111110 20160801 1 043 :
2. Penguji Utama
H. Slamet, SE., MM., Ph.D
NIP. 19660412 199803 1 003 :
3. Sekretaris/ Pembimbing
Irmayanti Hasan, ST., MM
NIP. 19770506 200312 2 001 :

Tanda Tangan

()

()

()



Disahkan Oleh:
Ketua Jurusan,

Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
NIP 19750707 200501 1 005

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Nadifatul Lailiyah
NIM : 11510083
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Manajemen

menyatakan bahwa "Skripsi" yang saya buat untuk memenuhi pernyataan kelulusan pada Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PEMAKAIAN LISTRIK BRABAYAR PADA PT. PLN (PERSERO) UPJ BLEGA BANGKALAN adalah hasil karya saya sendiri, bukan "duplikasi"

dari karya orang lain. Selanjutnya apabila di kemudian hari ada "klaim" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 10 April 2017

Hormat saya,



6000
DUA RIBU RUPIAH

Nadifatul Lailiyah

NIM 11510083

SURAT PERNYATAAN

Nama	: Nadifatul Lailiyah
NIM	: 11510083
Jurusan/ Prodi	: Manajemen
Fakultas	: Ekonomi
Judul Skripsi	: ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAPKEPUASAN PELANGGAN PADA PEMAKAIAN LISTRIK PRABAYAR PADAPT. PLN (PERSERO) UPJ BLEGA BANGAKALAN

Mengizinkan jika karya ilmiah saya (skripsi) dipublikasikan melalui website perpustakaan UIN Maulana Malik Ibrahim Malang meliputi abstrak saja.

Demikian pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

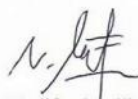
Malang, 10 April 2017

Dosen Pembimbing



Irmayanti Hasan, ST.,MM
NIP.19770506 200312 2 001

Mahasiswa



Nadifatul Lailiyah
NIM : 11510083

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini kupersembahkan kepada :

- ❖ *Kedua orang tuaku yang selalu menjadi malaiikat yang terlihat dalam hidupku.*
- ❖ *Cacak ku dan adik-adik ku tante isa yang selalu memantik semangat dalam diri dan jiwaku.*
- ❖ *Imam syafii yang selalu menemani dan selalu memberi semangat dan do'a.*
- ❖ *Sahabatku ifah, Rani, Kiky, iluk dan teman-teman satu bimbingan yang selalu ada di saat suka maupun dukaku.*
- ❖ *Dosen pembimbing yang selalu sabar dalam membimbing, mendidik dan mengajarku.*
- ❖ *Dosen-dosen FE yang telah banyak memberikanku ilmu.*
- ❖ *Teman-teman Matematika yang selama ini selalu bersama-sama.*

MOTTO

وَلِكُلِّ ۞ دَرَجَاتٍ ۞ مِّمَّا عَمِلُوا ۞ وَمَا رَبُّكَ بِغَفِلٍ ۞ عَمَّا يَعْمَلُونَ ۞ ۱۳۲

“Dan masing-masing orang memperoleh derajat-derajat (t (seimbang) dengan apa yang dikerjakannya. Dan Tuhanmu tidak lengah dari apa yang mereka kerjakan” (QS. Al-an’am :132).

“Setumpal apapun pedang jika diasahkan akan menjadi tajam “ (pepatah).



KATA PENGANTAR

Segala puji syukur kehadirat Allah SWT, karena atas rahmat dan hidayah-Nya penelitian ini terselesaikan dengan judul “Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pemakaian Listrik Prabayar Pada PT. PLN (persero) UPJ Blega Bangkalan.

Shalawat dan salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Agung Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari kegelapan menuju jalan kebaikan, yakni Din al-Islam.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan proposal skripsi ini tidak akan berhasil dengan baik tanpa adanya bimbingan dan sumbangan pemikiran dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terimakasih kepada:

1. Bapak Prof. Mudjia Rahardjo, M.Si. Selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Salim Al-Idrus, MM. M.Ag. selaku Dekan fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. H Misbahul Munir, Lc. M.Ei, selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Irmayanti Hasan, ST.,MM selaku Dosen Pembimbing.
5. selaku Dosen Penguji Skripsi
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
7. Ibu, Bapak, Kakak dan dik dan seluruh keluarga yang senantiasa memberikan doa dan dukungan secara moril dan spiritual.
8. Teman-teman seperjuangan di Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.
9. Dan seluruh pihak yang terkait secara langsung maupun tidak langsung yang tidak bisa saya ucapkan satu persatu.

Akhirnya, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu penulis

mengharap kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi seluruh pihak. Amin ya robbal alamin

Malang, 10 April 2017

Penulis



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL DEPAN	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN	vi
HALAMAN MOTTO	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
ABSTRAK (Bahasa Indonesia, Bahasa Inggris, Bahasa Arab).....	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan	6
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Kegunaan penelitian.....	7
BAB II KAJIAN PUSTAKA	8
2.1. Hasil Penelitian	8
2.2. Kajian Teori	12
2.2.1. Definisi Pemasaran	12
2.2.2. Konsep Pemasaran	13
2.3. Kualitas Pelayanan	13
2.3.1. Pengertian Pelayanan	13
2.3.2. Pengertian Kualitas Pelayanan	14
2.4. Kepuasan	26
2.4.1. Pengertian Kepuasan	26

2.4.2. Faktor-faktor Tingkat Kepuasan.....	28
2.4.3. Mengukur Kepuasan.....	29
2.5. Kerangka Konseptual	33
2.7. Hipotesis	35
BAB III METODE PENELITIAN.....	36
3.1. Jenis Dan Pendekatan Penelitian.....	36
3.2. Lokasi Penelitian.....	36
3.3. Populasi Dan Sampel	36
3.3.1. Populasi	36
3.3.1. Sampel.....	37
3.4. Teknik Pengambilan Sampel.....	37
3.5. Data Dan Jenis Data.....	38
3.6. Teknik Pengambilan Data.....	38
3.7. Definisi Operasional Variabel.....	39
3.8. Uji dan Reliabilitas.....	43
3.8.1. Validitas	43
3.8.2. Reliabilitas	43
3.9. Uji Regresi Linier Berganda	44
3.10. Asumsi	45
3.10.1. Uji Multikolinearitas	45
3.10.2. Uji Normalitas	46
3.10.4. Uji Linieritas	46
3.10. Uji Persial (<i>t-test</i>)	47
3.11. Uji Simultan (F)	47
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	49
4.1. Paparan Data-data Hasil Penelitian.....	49
4.1.1. Sejarah PT. PLN (persero) Bangkalan.....	49
4.2. Pembahasan Data Hasil Penelitian.....	50
4.2.1 Karakter Responden.....	50

4.2.1.1. Usia Responden.....	50
4.2.1.2. Jenis Kelamin Responden	51
4.2.1.3. Frekuensi Jawaban Responden	52
4.3. Uji instrumen Penelitian.....	63
4.3.1. Uji Validitas	63
4.3.2. Uji Reliabilitas	65
4.4. Asumsi-asumsi Klasik Regresi	66
4.4.1. Multikolinearitas	66
4.4.2. Linieritas	68
4.4.3. Normalitas	70
4.5. Analisa Regresi Linier Berganda	71
4.5.1. Persamaan Regresi	72
4.5.2. Penguji Hipotesis	74
4.5.2.1. Hipotesis (F test)	74
4.6. Pembahasan.....	76
4.6.1. Analisis dan Interpretasi Secara Simultan.....	76
4.6.2. Analisis dan Interpretasi Secara Parsial	81
BAB V PENUTUP	85
5.1 Kesimpulan	85
5.2. Saran.....	85
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Peneliti Terdahulu dan Penelitian sekarang	10
Tabel 2.2. Perbedaan dan Persamaan.....	12
Tabel 2.3. Kelebihan dan Kelemahan Listrik.....	31
Tabel 3.1. Definisi Operasional Indikator Variabel	40
Tabel 3.2. Skala Pengukuran.....	42
Tabel 4.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
Tabel 4.2. Karakteristik Responden Berdasarkan jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.3. Distribusi fisik Variabel Bukti Fisik (X_1)	52
Tabel 4.4. Distribusi Frekuensi Variabel Kehandalan (X_2)	54
Tabel 4.5. Distribusi Frekuensi Variabel Daya tanggap (X_3)	57
Tabel 4.6. Distribusi Frekuensi Variabel Jaminan (X_4)	59
Tabel 4.7. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan (Y)	61
Tabel 4.8. Uji Validitas Variabel	64
Tabel 4.9. Uji Reliabilitas	65
Tabel 4.10. Uji Multikolinearitas	66
Tabel 4.11. Uji Linier.....	68
Tabel 4.12. Uji Normalitas.....	71
Tabel 4.13. Uji Regresi Persamaan	72
Tabel 4.14. Uji t	73
Tabel 4.15. Uji F.....	76

ABSTRAK

Lailiyah Nadifatul, 2017, SKRIPSI, Judul: Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pemakaian Listrik Prabayar Pada PT. PLN (Persero) Upj Blega Bangkalan.

Pembimbing : Irmayanti Hasan, ST., MM

Kata Kunci : Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan.

Banyaknya persaingan mewajibkan perusahaan memberikan kualitas yang terbaik agar konsumen menjadi puas dan loyal terhadap produk perusahaan tersebut. Sehingga perusahaan terus melakukan strategi untuk meningkatkan kualitas untuk kepuasan konsumen. Begitu pula dengan PT. PLN (persero) UPJ Blega-Bangkalan melakukan inovasi dari listrik prabayar ke listrik pascabayar.

Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui dimensi dalam kualitas pelayanan kepuasan terhadap pemakaian listrik prabayar yang meliputi *tangible, reliability, responsiveness, assurance*, berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan terhadap pemakaian listrik prabayar cabang Kabupaten Blega secara parsial dan simultan. Analisis menggunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda, uji f, dan uji t.

Dari hasil analisis koefisien determinasi menghasilkan 58,67%. Artinya kepuasan konsumen pemakai jasa listrik prabayar dipengaruhi sebesar 58,67 % oleh kualitas pelayanan sedangkan sisanya 41,33 % di pengaruhi oleh variabel lain yang tidak diukur oleh penulis. Berdasarkan pengujian hipotesis yang dilakukan, ternyata $t_{hitung} = 11,79 > t_{tabel} = 1,633$ yang berarti terdapat hubungan yang positif antara kualitas pelayanan dengan kepuasan konsumen dari hasil penelitian tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas pelayanan dapat pengaruh yang baik kepada kepuasan pelanggan pada PT. PLN (persero) UPJ Blega-Bangkalan.

ABSTRACT

Lailiyah Nadifatul, 2017, THESIS, Title: Quality Analysis of Service to Customer Satisfaction on the Usage of Electrical Prepaid in PT. PLN (persero) UPJ Blega Bangkalan.

Supervisor : Irmayanti Hasan, ST., MM

Keywords : Service Quality, Customer Satisfaction.

The amount of competition requires companies to provide the best quality for consumers to be satisfied and loyal to the company's products. So, the company continues to implement strategies to improve quality for customer satisfaction. Similarly, PT. PLN (Persero) UPJ Blega-Bangkalan innovated from prepaid electricity to postpaid electricity.

The purpose of this research is to know dimension in service quality of satisfaction to electricity usage of prepaid which include tangible, reliability, responsiveness, assurance, and influence to customer satisfaction to electricity usage of prepaid in Blega Regency partially and simultaneously. The analysis uses validity test, reliability test, classical assumption test, multiple linear regression analysis, f test, and t test.

From result of the analysis, analysis coefficient determination yields 58,67%. This means that consumer satisfaction users of prepaid electricity services is influenced by 58.67% by the quality of service while the remaining 41.33% influenced by other variables that are not measured by the writer. Based on the hypothesis testing performed, it turns $t = 11.79 > t \text{ table} = 1.633$ which means there is a positive relationship between service quality and customer satisfaction. From the results of this study, it can be concluded that the quality of service can affect the satisfaction of the good customer at PT. PLN (Persero)UPJ Blega-Bangkalan.

الخلاصة

نظيفة اليلية 2017. البحث. الموضوع : تأثير كيفية الاستحقاق على مسهلك زبالعمال مدينة بنكلان
المشرف : ايرمايانتي الماجستير
كلمة الرئيسية : كيفية الاستحقاق، تاغل، ريبالتي، ويسفو نسفنس، اسورانج، ايفاطي اقتناع المستهلك.

يهدف هذا البحث الى تعريف "هل مقياس في كيفية استحقاق غرافي (Grapari) هو، تاغل (Tangible)، ريبالتي (reability) ريسفو نسفنس (responsiviness)، اسورانج (assurance) ايفاطي (empathy) يؤثر على الاقتناع في على مسهلك زبالعمال مدينة بنكلان
السكاني في هذا البحث هو المستهلكون على مسهلك زبالعمال مدينة بنكلان.
بتجميع مائة المستجيبين. هذا لتعريف استجابة المستجيبين من كل متغيرات.
الطريقة التي تستخدم في هذا البحث هو الإختبار الصلاحية، الإختبار المصادقية، الإختبار الافتراض التقليدي، تحليل تراجع طولي مضاعفة، الإختبار "ف" و الإختبار "ت" ودرجة الحتمية.
من هذا البحث صحيحا، ومتغيراته موثوقا. وفي الإختبار الافتراض التقليدي على حسب التراجع الحر ملتقائير تاس (multakonieritas)، لاتوجد هينراسكاداستيسنا) وتقسيم طبيعيا.
والحاصل من تحليل معامل تحقيقي 58,67 % أي إكتفاء المستهلك الذي استعمل كفاءة الكهرباء المدفوعات مقدما 58,67 % لحسن خدمة فيها و على الباقي منه 41,33 % تأثرت فيه المتغير الأخر الذي يضبطه هنا الكاتب و بناء على اختبار فرضية التي افتعل بها الكاتب محصول = 11,79 % < t قائمة = 1,633 تدل على وجود اتصال يتجاوب بين حسن خدمة و اكتفاء المستهلك. و الـ حاصل من هذا البحث أن حسن خدمة يؤثر في اكتفاء المستهلك في . شريكة محدودة. شريكة الكهرباء دولة (شريكة) أو فاجي بالغا بنكلان.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada era globalisasi sekarang ini, menurut perusahaan untuk meningkatkan pelayanan secara profesional sesuai dengan bidang masing-masingnya. Perusahaan teknologi dan harus informasi yang sangat cepat mendorong perusahaan untuk menghasilkan produk atau layanan yang dapat memenuhi keinginan konsumen. Sehingga konsumen merasa puas dengan yang dapat dilakukan perusahaan dalam memenuhi kebutuhan keinginan konsumen. Salah satunya memberikan kesan atau citra yang lain dalam hal produk maupun pelayanan kepada konsumen.

Kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan berkaitan erat. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjadi ikatan yang kuat dengan perusahaan. Ikatan seperti ini dalam jangka panjang memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka, dengan demikian perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan atau meniadakan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan. Kotler dalam Tjiptono, 2006: 146) menjelaskan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja (atau hasil) yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya. Jika kenyataan kurang dari yang diharapkan, maka layanan dikatakan

tidak bermutu. Apabila kenyataan sama dengan harapan maka layanan tersebut memuaskan.

Perusahaan yang gagal memuaskan pelayanannya akan menghadapi masalah yang kompleks. Umumnya konsumen yang tidak puas akan menyampaikan pengalaman buruknya kepada orang lain dan bisa dibayangkan betapa besarnya kerugian dari kegagalan memuaskan konsumen. Oleh karena itu setiap perusahaan jasa wajib merencanakan, mengorganisasikan, mengimplementasikan, dan mengendalikan sistem kualitas sedemikian rupa, sehingga pelayanan dapat memuaskan para konsumennya. Penilainya akan kualitas layanan oleh (Lupiyodi, 2001:148), ada lima dimensi kualitas yaitu *tangibles* (bukti langsung), *reliability* (kehandalan), *responsiveness* (daya tanggap), *assurance* (jaminan), *empaty* (empati).

Pada dasarnya kelima dimensi kualitas pelayanan tersebut merupakan suatu bentuk penilaian konsumen terhadap tingkat pelayanan yang diterima (*perceived services*) dengan tingkat pelayanan yang diharapkan (*expected services*). Bagi perusahaan kuncinya adalah menyesuaikan atau melebihi harapan mutu jasa yang diinginkan konsumen. Menurut Christoper Loveloch (2005:102) kepuasan adalah sevaluasi paska konsumsi untuk memilih beberapa alternatif dalam rangka memenuhi harapan.

Jika pelayanan dilakukan pada pelanggan, maka pelanggan merasa puas dan bila jasa pelayanan berada dibawah tingkat yang diharapkan, pelanggan merasa kurang atau tidak puas. Pelanggan yang puas terhadap kualitas atau pelayanan yang diberikan dengan sendirinya akan diceritakan ke lain sebagai

komplek tidak puas. Oleh karena itu PLN memberikan pengukuran kepuasan akan pelayanan yang diberikan oleh PLN (persero). Sedangkan menurut Kristianto (2011:31) kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Dan kepuasan konsumen diperoleh jika kinerja suatu produk dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen, dan konsumen akan merasa tidak puas jika kinerja suatu produk kurang dari yang diharapkan konsumen.

PT. PLN (persero) Cabang Blega, merupakan badan usaha milik Negara (BUMN) yang melayani kepentingan umum dan bergerak di bidang pelayanan pembayaran rekening listrik. Pelayanan pasang baru dan perubahan daya, pelayanan keluhan pelanggan mengenai pembaca meter, dan sebagainya. Dengan listrik pintar, setiap pelanggan bisa mengendalikan sendiri pengguna listriknya sesuai kebutuhan dan kemampuannya. Seperti halnya pulsa isi ulang pada telepon seluler, maka pada listrik pintar. Pelanggan juga terlebih dahulu membeli pulsa (voker/token listrik isi ulang) yang terdiri dari 20 ribu nomor yang bisa diperoleh melakukan gerai ATM sejumlah BANK atau melalui loket-loket pembayaran tagihan listrik online.

Dalam mewujudkan kepuasan pelanggan terhadap pemakaian listrik prabayar banyak hal yang perlu diperhatikan oleh PLN (persero) Blega Bangkalan, melayani pelanggan terhadap listrik prabayar PT. PLN juga terus menyediakan pelayanan yang sesuai dengan asas-asas yang diinginkan pelanggan.

Tingkat kepentingan kepuasan pasca pembelian menunjukkan bahwa penjual atau penyedia harus mengajukan klaim produk atau jasa yang benar-

bener menggambarkan mutu produk atau jasa yang sebenarnya. Suatu perusahaan dapat mengambil langkah-langkah untuk meminimalkan tingkat ketidakpuasan pasca pembelian dengan memberikan kepuasan yang lebih tinggi baik dari produk jasa maupun pelayanan yang diberikan, Dian PM (2010:4) Pelayanan dan kepuasan konsumen merupakan satu kesatuan yang sulit untuk dipisahkan. Kepuasan pelanggan konsumen menurut Oliver dalam Irawan dan dalam Rudi Hartono (2008:1) adalah hasil dari penilaian pelanggan bahwa produk atau jasa pelayanan telah memberikan tingkat kenikmatan dimana tingkat pemenuhan ini bisa lebih atau kurang.

Kualitas pelayanan yang ada di PT. PLN (persero) Khususnya Blega, konsumen lebih merasa pelayanannya sangat memuaskan karena mampu melayani secara cepat dan tepat, selain itu mampu berkomunikasi dengan pelanggan dan berusaha dan berusaha memahami kebutuhan pelanggan dan mampu memberikan kepercayaan kepada pelanggan.

Peningkatan pelayanan merupakan salah satu strategi pemasaran yang ditekankan sebagai upaya untuk memberikan kepuasan terhadap pelanggan atau pengguna jasa. Untuk menciptakan layanan yang baik dan bermutu, sebuah perusahaan yang menyediakan layanan jasa harus mampu memberikan pelayanan yang terbaik yang mampu diterima atau dirasakan pelanggan atau pengguna jasa. Semakin tinggi dan semakin baik pelayanan yang dirasakan, tentu akan semakin memberikan kepuasan tersendiri bagi pengguna jasa.

Program listrik pintar (prabayar) adalah suatu program yang ditawarkan PLN kepada pelanggannya agar dapat mengendalikan pemakaian listriknya sesuai

dengan kebutuhan dan bagi pelanggan pasang baru maupun yang migrasi dari pasca bayar dapat dengan mudah mengajukan pemasangan listrik prabayar cukup dengan menghubungi kantor PLN terdekat, melengkapi surat-surat permohonan, dan jika hasil survey lokasi tidak ada masalah, maka dengan segera PLN dapat melakukan pemasangan.

Manfaat dari program listrik prabayar ini yaitu pelanggan dengan mudah dapat memantau pemakaian listriknya setiap saat, pelanggan dapat mendipsikan diri sendiri untuk menggunakan listrik sesuai dengan anggaran belanja, selain itu pelanggan dengan mudah dapat mengendalikan pemakaian dan biaya listriknya sehingga terhindar dari pemborosan, pelanggan juga perlu terikat dengan jadwal pembayaran listrik bulanan pada KWH dapat ditambah berapa saja dan kapan control penggunaan listrik, merupakan perilaku hemat energy dan juga adanya privacy (tidak perlu mencatat meter/bulan).

Alasan PT.PLN (persero) menggantikan program listrik pasca bayar menjadi listrik prabayar karena program listrik prabayar merupakan program yang mempermudah pelanggan dalam pengontrolan penggunaan listrik. Kualitas produk listrik prabayarpun menjadi hal yang penting untuk menarik minat pelanggan pelanggan untuk menggunakan ataupun beralih ke program listrik ini. Kualitas produk listrik prabayar sendiri menjadi salah satu faktor penentuan untuk menghadapi keinginan pelanggan dalam hal ini memberikan kepuasan terhadap pelanggan.

Dengan adanya pertimbangan antara pemakaian listrik prabayar maka kajian ini akan menarik untuk diteliti lebih lanjut dengan judul “ **ANALISIS**

PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PEMAKAIAN LISTRIK PRABAYAR PADA PT. PLN (Persero) UPJ BLEGA-BANGKALAN”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka permasalahan yang dapat diambil dari penelitian ini adalah:

1. Apakah kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible* (X1), *reliability*(X2), *responsive* (X3) *assurance* (X4) dan *empaty*(X5) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pemakaian listrik pada PT. PLN (persero) UPJ Blega-Bangkalan?
2. Variabel mana yang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.PLN (persero) UPJ Blega-Bangkalan?

1.3 Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan dalam rangka penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui kualitas pelayanan yang terdiri dari *Tangible* (X1), *reliability* (X2), *responsive* (X3) *assurance* (X4) dan *empaty*(X5) berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan (Y) pemakaian listrik pada PT. PLN (persero) UPJ Blega-Bangkalan.
2. Untuk mengetahui Variabelyang berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.PLN (persero) UPJ Blega-Bangkalan.

1.4 Manfaat Penelitian

Hasil dari penelitian ini memiliki manfaat yaitu:

1. Mengembangkan ilmu manajemen, khususnya dalam pengembangan kepuasan pelanggan terhadap pemakaian.
2. Memberikan informasi yang akurat bagi yang pembentukan konsep ilmu manajemen yang berkaitan dengan kepuasan pelanggan terhadap pemakaian.
3. Memberikan kepuasan pelanggan terhadap pemakaian, yang dapat digunakan untuk sebagai rujukan dan peningkatan kualitas kepuasan bagi pelanggan.

1.4 Kegunaan Peneliti

Sejalan dengan tujuan penelitian seperti yang telah dilaksanakan di atas, adalah hasil peneliti ini harap mempunyai kegunaan sebagai berikut:

1. Kegunaan Akademik

Penelitian ini harap berguna untuk membawa wawasan dan memperdalam pengetahuan untuk refensi bagi peneliti di bidang kepuasan pelanggan.

2. Kegunaan praktis

Penelitian ini praktis untuk berlangsung mengetahui keadaan nyata di lapangan, (pihak lokasi peneliti).

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Hasil Penelitian

Rahmulyo (2008) Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien puskesmas Depok 1 di Sleman. Variabel yang digunakan Keterandalan, tanggap, empati, jaminan dan nyata yang dilakukan bersama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan puskesmas.

Firmansyah (2010), Melakukan peneliti tentang “Analisis Pelayanan Jasa Terhadap Kepuasan Nasabah di PT. Taspen cabang Malang. Shidiq (X1), amanah (X2), fathanah (X3), Tabligh (X4), Bukti langsung (X5), *Empati* (X6), dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat (Y). dalam penelitian ini penelitian menggunakan metode *accidental sampling*.

Andika (2012), Melakukan penelitian tentang “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pembelian Pada Enje Mart Pondok Pesantren NurulJadidPaitonProbolinggo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis menggunakan Bukti langsung (X1), Keandalan (X2), Daya tangkap (X3), jaminan (X4), Empati (X5). Dan kepuasan pelanggan sebagai variabel terikat, dalam penelitian ini menggunakan metode *Dependent Variable*.

Retnaningrum (2005), Melakukan penelitian tentang “Analisis faktor kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Rumah sakit Bersalin Dr. Agus Dalranto Ponorogo menggunakan variabel bukti langsung (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), empat (X5), dan kepuasan pelanggan sebagai terikat (Y). dalam penelitian ini penelitian menggunakan *metode explanatory research*, alat analisis regresi linier berganda dan regresi persial untuk mengetahui perbedaan dalam tiap-tiap item kepuasan pelanggan. Hasil dalam penelitian ini adalah variabel kepuasan pelanggan mempunyai hubungan dan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan (Y), sedangkan variabel yang paling dominan adalah variabel jaminan (X4).

Table 2.1
Peneliti Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Alat analisis	Hasil
1	Anjar Rahmulyo (2008)	Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pasien Puskesmas Depok di Sleman.	Pengaruh kKualitas Pelayanan Kepuasan pelanggan keterandalan tanggap Ekonomi empati Jaminan.	Variabel dari dimensi kualitas pelayanan keterandalan cepat tanggap empati jaminan dan nyata yang dilakukan bersama-sama memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan puskesmas.
2	MukhamadFirmansyah (2010)	- Analisis Pelayanan Jasa - mengguMenggunakan lima variabel	Regresi	Secara simultan fathanah (X1), shidiq (X2), tabligh (X3), amanah (X4), bukti langsung (X5), empati (X5). Serta yang di dominan hanya variable shidiq (X3).
3	Andika (2012)	Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pembelian Pada Enje Mart Pondok Pesantren NurulJadidPaintonPropolinggo	Regresi berganda	Secara simultan Bukti langsung (X1) kehandalan (X2), daya tangkap (X3), jaminan (X4), empati (X5), serta yang di dominan

					variable terikat (Y).
4	Linda Retnaningrum (2005)	Dwi	Analisis Factor kualitas pelayanan yang mempengaruhi kepuasan pelanggan pada Rumah sakit Bersalin DR. Agus Dalranto Ponorogo	<ol style="list-style-type: none"> 1. <i>Variabel</i> 2. <i>Reabilitas</i> 3. <i>Analisis factor</i> 	Kualitas Jasa secara simultan berpengaruh, serta yang dominan hanya variable daya tanggap.



Tabel 2.2

Persamaan dan Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Persamaan	Perbedaan
1.	Anjar Rahmulyo (2008), meneliti tentang kualitas pelayanan jasa pasien Pukesmas Depok di sleman	Objek penelitian Menggunakan empat variabel (X) keterandalan, tanggap, empati, dan jaminan.
2.	Mukhamad Firmansah (2010), meneliti tentang pelayanan jas pada PT. Taspen	Objek penelitian Hasil uji dominan yaitu variabel sidig
3.	Andika (2012), meneliti tentang Pelayanan Terhadap Kepuasan Pembelian Pada Enje Mart Pondok Pesantren NurulJadidPaintonPropolingg o	Objek penelitian Menggunakan lima variabel (X) Bukti langsung, kehandalan, daya tangkap, jaminan, empati
4.	- Linda Dwi Retnaningrum (2005) meneliti kualitas pelayanan pada Rumah sakit Bersalin DR. Agus Dalranto Ponorogo	- Hasil dominan yaitu variabel <i>tanggibel</i> - Objek penelitian.

2.2.KajianTeoritis

2.2.1. Definisi Pemasaran

Proses sosial yang di dalamnya individu dan kelompok menciptakan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan dan serta secara bebas mempertukarkan produk yang bernilai dengan pihak lain (Kotler,2005:6).

2.2.2. Konsep Pemasaran

Pemasaran mengandung arti yang luas karena membahas masalah yang terdapat dalam perusahaan dan hubungan dengan perbedaan dan jasa. Pemasaran adalah sebuah proses kemasyarakatan dimana individu dan kelompok memperoleh apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan menciptakan, menawarkan, dan secara bebas mempertukarkan produk dan jasa yang bernilai dengan orang lain (Kotler dan Keller, 2005:5).

2.3. Kualitas Pelayanan

2.3.1. Pengertian Pelayanan

Faktor utama yang membedakan perusahaan-perusahaan jasa adalah kualitas pelayanan. Para pelanggan semakin banyak dalam permintaan dan semakin menuntut standar yang lebih tinggi. Banyak perusahaan jasa besar telah terjaga dari kebutuhan untuk memperbaiki layanan pelanggan guna bersaing dalam lingkungan jasa yang sangat kompetitif saat ini. (Arief, 2007:179)

Pelayanan (*Service*) menurut (Lovelock, 2002:5) didefinisikan sebagai kegiatan ekonomi yang menciptakan dan memberikan manfaat bagi pelanggan pada waktu dan tepat tertentu, sebagai hasil dan tindakan mewujudkan perubahan yang diinginkan dalam diri atau atas nama penerima jasa tersebut. Sedangkan pengertian pelayanan menurut (Kotler, 2003:85) yaitu setiap tindakan atau kegiatan yang dapat

ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain pada dasarnya berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun.

Karakteristik tersebut dapat menjadi dasar pemberian pelayanan terbaik. Pengertian lebih luas disampaikan Daviddow dan Uttal dalam (Sutopo dan Suryanto, 2003:9) bahwa pelayanan merupakan usaha apa saja yang mempertinggi kepuasan pelanggan.

Jadi pelayanan dapat didefinisikan sebagai usaha atau tindakan yang menciptakan tawaran yang tidak berwujud untuk memberikan manfaat dalam hal memenuhi kebutuhan dengan mewujudkan perubahan yang diinginkan.

2.3.2. Pengertian Kualitas Pelayanan

Berbeda dengan produk penilaian kualitas jasa terjadi sama proses penyampai jasa tersebut. Setiap kontak yang terjadi antara penyedia jasa dengan konsumen merupakan gambaran mengenai satu “*moment of truth*” yaitu suatu peluang untuk memuaskan atau tidak memuaskan konsumen. Pada prinsipnya kualitas jasa berfokus pada upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan, serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Dengan kata lain terdapat dua faktor utama yakni jasa yang diharapkan (*expected service*) dan jasa yang dipersepsikan (*perceived service*).

Modernitas dengan kemajuan teknologi akan mengakibatkan persaingan yang sangat baik ketat untuk memperoleh dan mempertahankan pelanggan. Kualitas pelayanan menjadi suatu keharusan yang harus dilakukan perusahaan supaya mampu bertahan dan tetap mendapatkan kepercayaan pelanggan. Pola konsumen dan gaya

hidup pelanggan menurut perusahaan mampu memberikan pelayanan yang berkualitas dapat ditentukan dengan pendekatan *service quality* yang telah dikembangkan oleh Parasuraman, Berry dan Zenthaml (dalam Lupiyoadi, 2009:181).

Service Quality adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas layanan yang mereka terima. *Service quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas layanan yang benar-benar mereka terima dengan layanan sesungguhnya yang mereka harapkan. Kualitas pelayanan menjadi hal utama yang diperhatikan serius oleh perusahaan, yang melibatkan seluruh sumber daya yang dimiliki perusahaan.

Definisi mutu jasa berpusat pada pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaian untuk mengimbangi harapan pelanggan. Menurut Wyckof (dalam Wisnalmawati, 2005:155) kualitas jasa adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan untuk memenuhi keinginan pelanggan. Apabila jasa yang diterima sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah dari pada yang diharapkan, maka kualitas jasa dianggap buruk (Tjiptono, 2005:121).

Mengacu pada pengertian kualitas layanan tersebut maka konsep kualitas layanan adalah suatu daya tanggap dan realitas dari jasa yang diberikan perusahaan. Kualitas pelayanan harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan menurut Kotler (dalam Wisnalmawati, 2005:156). Hal ini

berarti bahwa kualitas yang baik bukanlah berdasarkan persepsi penyediaan jasa, melainkan berdasarkan persepsi pelanggan.

Kualitas layanan mengacu pada penilaian pelanggan tentang inti pelayanan, yaitu si pemberi pelayanan itu sendiri atau keseluruhan organisasi pelayanan, sebagai besar masyarakat sekarang mulai menampakkan tuntutan terhadap pelayanan prima, bukan lagi sekedar membutuhkan produk yang bermutu tetapi lebih senang menikmati kenyamanan pelayanan (dalam NanangTasunar, 2006:44). Oleh karena itu dalam merumuskan strategi dan program pelayanan, organisasi harus berorientasi pada kepentingan pelanggan dan sangat memperhatikan dimensi kualitasnya (Suratno dan Purnama, 2004:74).

Dimensi kualitas layanan

Secara teoritis ada beberapa faktor penentu yang menjadi acuan dalam melihat dimensi kualitas pelayanan terdapat lima dimensi kualitas pelayanan menurut Parasuraman (dalam Lupiyoadi, 2006:182), yaitu sebagai berikut:

1. Keandalan (*Reliability*) memiliki dua aspek utama yaitu konsistensi kinerja (*performance*) dan sifat dapat dipercaya (*dependability*).
2. Keresponsifan (*Responsiveness*) berkenaan dengan kesediaan dan kemampuan para karyawan untuk membantu para pelanggan dan merespon permintaan mereka, serta menginformasikan kapan jasa akan diberikan dan kemudian memberikan jasa secara cepat.

3. Jaminan (*Assurance*) yakni perilaku para karyawan mampu menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan tersebut dapat menciptakan rasa aman bagi para pelanggannya.
4. Empati (*Empathy*) berarti perusahaan memahami masalah para pelanggannya dan bertindak demi keinginan pelanggan, serta memberikan perhatian personal kepada para pelanggan dan memiliki jam operasi yang nyaman.
5. Berwujud (*Tangible*) berkenaan dengan daya tarik fasilitas fisik, perlengkapan, dan material yang digunakan perusahaan, serta penampilan karyawan.

Sedangkan menurut Sunarto (2006:244) mengidentifikasi ada tujuh dimensi dasar dari kualitas yaitu :

1. Kinerja

Yaitu tingkat absolut kinerja barang atau jasa pada atribut kunci yang diidentifikasi para pelanggan.

2. Interaksi Pegawai

Yaitu seperti keramahan, sikap hormat, dan empati ditunjukkan oleh masyarakat yang memberikan jasa atau barang.

3. Keandalan

Yaitu konsistensi kinerja barang, jasa.

4. Daya Tahan

Yaitu rentan kehidupan produk dan kekuatan umum.

5. Ketepatan Waktu dan Kenyamanan

Yaitu seberapa cepat produk diserahkan atau diperbaiki, seberapa cepat produk informasi atau jasa diberikan.

6. Estetika

Yaitu lebih pada penampilan fisik barang atau jasa dan daya tarik penyajian jasa.

7. Kesadaran akan merek

Yaitu dampak positif atau negative tambahan atas kualitas yang tampak, yang mengenal merek atau nama atas evaluasi pelanggan.

Garvin dalam Tjiptono dan Chandra (2005:113) mengembangkan delapan

Dimensi kulaitasyaitu :

1. Kinerja (*performance*) yaitu mengenai karakteristik operasi pokok dari produk inti. Misalnya bentuk dan kesamaan yang bagus akan lebih menarik pelanggan.
2. Ciri-ciri atau keistimewaan tambahan (*features*), yaitu karakteristik sekunder atau pelengkap.
3. Keandalan (*reliability*), yaitu kemungkinan kecil akan mengalami kerusakan atau gagal dipakai.
4. Kesesuaian dengan spesifikasi (*conformace to specifications*). Yaitu sejauh mana karakteristik desain dan operasi memenuhi standar-standar yang telah ditetapkan sebelumnya. Seperti halnya produk atau jasa yang diterima pelanggan harus sesuai bentuk sampai jenisnya dengan kesepakatan bersama.
5. Daya tahan (*durabiliy*)

Yaitu Pelayanan merupakan salah satu faktor yang berpengaruh di dalam kelangsungan dikerja PT. PLN. Ukuran sukses kerja dalam perspektif islam tidak semata dilihat dari selesainya pekerjaan yang ditunaikan, tapi dilihat juga dari kesempurnaan dan kebaikan itu sendiri. Allah berfirman dalam surat Qs. Al-imron 159 sebagai berikut :

وَأَسْتَغْفِرَ عَنْهُمْ فَاعْفُ حَوْلَكَ مِنْ لَّا نَفْضُوا الْقَلْبَ غَلِيظًا فَظًّا كُنْتَ وَلَوْ لَهُمْ لِنْتَ اللَّهُ مِنْ رَحْمَةٍ فِيمَا
 ۞الْمُتَوَكِّلِينَ تُحِبُّ اللَّهُ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ فَتَوَكَّلْ عَزَمْتَ فَإِذَا الْأَمْرُ فِي وَشَاوَرَهُمْ هُمْ

Artinya :

“Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246]. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

Dalam ayat tersebut jelas dikatakan menyukai sesuatu yang dikerjakan dengan baik dan seoptimal, hal ini harus dilakukan oleh para pegawai PLN yaitu menjalankan pekerjaan dengan semaksimal mungkin sehingga dapat memberikan kepuasan pelanggan yang baik.

Kualitas pelayanan adalah sebuah konsep yang menitikberatkan pada pemenuhan harapan pelanggan. Pelanggan yang cenderung mencari kepuasan senantiasa akan menilai setiap jasa pelayanan yang diterimanya dari sebuah perusahaan.

Dalam islam kualitas pelayanan menjadi sesuatu keharusan. Pelayanan yang berkualitas adalah pelayan yang mampu mempertahankan hubungan yang baik dengan pelanggan melalui sikap ramah dan kepedulian yang tinggi terhadap

pelanggan. Sebagaimana disebut dalam Al-Qur'an Surat Qs. Al-Imron 159 sebagai berikut:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ وَلَوْ كُنْتَ فَظًا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya :

“ Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.”

Sedangkan dalam islam mengajarkan bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun pelayanan/ jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain.

Seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqarah ayat 267:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ مِنَ الْأَرْضِ وَلَا تَيَمَّمُوا
الْحَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِآخِذِيهِ إِلَّا أَنْ تُغْمِضُوا فِيهِ ۗ وَعَلَّمُوا أَنَّ اللَّهَ عَنِ حَمِيدٍ ﴿٢٦٧﴾

Artinya:

“ Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.

Salah satu dimensi kualitas pelayanan adalah *tangibles* (bukti fisik langsung) yang berupa fasilitas fisik meliputi gedung, mesin meteran sarana prasarana lainnya. Menurut mazhab mainstream (dalam Adiwarman Karim 2003:49) menjelaskan

perbedaan ekonomi islam dan konvensional terletak dalam menyelesaikan masalah. Dilema sumber daya yang terbatas bersus keinginan yang tak terbatas memaksa manusia untuk melakukan pilihan-pilihan atas keinginannya. Dalam ekonomi konvensional, pilihan didasarkan atas selera pribadi masing-masing. Manusia boleh mempertimbangkan tuntunan agama, boleh juga mengabaikan.

Sedangkan dalam ekonomi islam, keputusan pilihan ini tidak dapat dilakukan semaunya saja, semua perilaku harus di pandu oleh Allah lewat Al-Qur'an dan hadist. Fasilitas islam dan konvensional juga tidak mengalami perbedaan yang signifikan, perbedaannya hanya terletak pada proses penggunaannya yang mana ketika pelaku bisnis memberikan pelayanan dalam bentuk fisik hendaknya tidak menonjolkan kemewahan. Sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an surat At-Takaatsur ayat 1-5.

Yaitu :

أَلْهَنُكُمْ التَّكَاثُرُ ۖ حَتَّىٰ زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ ۗ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ﴿١﴾ ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ﴿٢﴾ كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ الْيَقِينِ ﴿٣﴾

Artinya:

1. Bermegah-megahan telah melalaikan kamu 2. sampai kamu masuk ke dalam kubur. 3. janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu) 4. dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui. 5. janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin,

Fasilitas yang diberikan dalam melakukan pelayanan akan terlihat semua tanpa adanya *reliability* (kehandalan) dari pelaku bisnis. Kehandalan dalam pelayanan dapat dilihat dari ketepatan dalam memenuhi janji secara akurat dan

percaya. Allah sangat menganjurkan setiap umatnya untuk selalu menepati janji yang telah ditetapkan seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an surat An-nahl ayat 91 yaitu:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ﴿٩١﴾

Artinya:

dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamutelah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.

Ayat diatas menjelaskan bahwa setiap manusia diwajibkan menepati janji yang telah di tetapkan, demikian juga langsung maupun jani-jani dalam bentuk promosi, semuanya harus ditepati dan sesuai dengan kenyataan. Penawaran ketika promosi atau iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan berarti menginkari janji yang ditetapkan dan hal ini telah mengandung unsur penipuan yang akan merugikan konsumen. Pelanggan lebih royal pada perusahaan yang selalu menepati janji dari pada perusahaan yang banyak menawarkan promosi mewah tapi tidak sesuai dengan kenyataan.

Kualitas pelayanan juga dapat dilihat dari *responsiveness* (daya tanggap) karyawan, yang mana karyawan memiliki kemauan dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat kepada pelanggan. Sebagaimana dalam firman Allah SWT dalam Al-Qu'an Maidah ayat 1 :

يَتَأَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَوْفُوا بِالْعُقُودِ ۗ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَيْمَاتُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ غَيْرَ
مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ تَحَكُّمٌ مَا يُرِيدُ ﴿٥١﴾

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu[388]. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.

Profionalisme dan kompetensi terhadap sebuah pekerjaan adalah dua hal yang saling berkaitan, namun kadang ada individu yang memaksa diri mengerjakan yang bukan bidangnya (sesuatu yang dikuasai dengan baik) sehingga yang terjadi adalah kerugian, baik dari waktu pelaksanaan pekerjaan maupun kerugian materil.

Adanya *assurance* (jaminan) juga dapat menunjukkan nilai plus tersendiri bagi perusahaan terhadap pelayanan yang memberikan. Jaminan ini dapat ditunjukkan melalui pengetahuan, kesopanan, rasa aman, rasa percaya, bebas dari bahaya dan resiko yang dapat diberikan karyawan kepada pelanggan. Adiwarmanto Karim (2003:73) menjelaskan bahwa baik buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses gagalnya bisnis yang di jalankan. Al-Qur'an surat Ali imroan ayat 159:

فَبِمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ
عَنَّهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ ۗ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿٥١﴾

Artinya:

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246].

kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

Berdasarkan ayat diatas, jelas bahwa setiap manusia dituntunkan untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan yang mana konsumen banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemah lembutannya maka konsumen akan berpindah ke perusahaan lain. Pelaku bisnis dalam memberikan pelayanan harus menghilangkan jahuh-jahuh sikap keras dan harus memiliki sifat pemaaf kepada pelanggan agar pelanggan terhindar dari rasa takut, tidak percaya, dan perasaan adanya bahaya dari pelanggan yang diterima.

Selain empat diatas, kualitas pelayanan juga dapat dilihat dari faktor *empaty* (empati) yang dapat diberikan oleh karyawan kepada pelanggan/konsumen. Sikap empati ditunjukkan melalui kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan. Dalam islam sikap empati merupakan wujud dari kemauan karyawan untuk memberikan kemudahan pada pelanggan dengan senang hati dalam melakukan transaksi, disaat pelanggan mengalami kesulitan maka karyawan siap membantu.

Dalam mewujudkan nilai-nilai ibadah dalam bekerja yang dilakukan oleh setiap insan, diperlukan adab dan etika yang meringkainya, sehingga nilai-nilai luhur tersebut tidak hilang sirna sia-sia. Sebagaimana firman allah dalam surat ad-Dzariyyat ayat 56:

وَمَا خَلَقْتُ الْجِنَّ وَالْإِنْسَ إِلَّا لِيَعْبُدُونِ ﴿٥٦﴾

Artinya:

dan aku tidak menciptakan jin dan manusia melainkan supaya mereka mengabdikan kepada-Ku.

Ayat diatas menjelaskan bahwa Allah menciptakan manusia, tidak lain agar kita beribadah kepadanya dan tidak menyekutukannya dengan sesuatu pun. Dalam hal ini dapat dikatakan bahwa semua aktivitas hidup manusia merupakan aktifitas penghambatan Allah. Begitu juga dalam aktivitas ekonomi yang dilakukan harus dalam kerangka kepatuhan terhadap segala ketentuan Allah SWT.

Adapun dalam salah satu hasistnya Rasulullah SWT memerintahkan kepada kita agar berusaha untuk menjadi manusia yang bermanfaat bagi sesama, bahkan beliau menjadikan “bermanfaat bagi sesama” sebagai parameter baik tidak tidaknya kualitas imam seseorang. Hal ini beliau sampaikan dalam sebuah hadist yang diriwayatkan sahabat Jabir bin abdillah:

خير الناس انفعهم للناس

Artinya :

“Sebaik-baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi sesamanya.”

Hadist berikutnya adalah tentang standar layanan yang “harus” diberikan kepada sesama. Beliau Rasulullah SAW bersabda *dalam* hadist yang diriwayatkan oleh sahabat Anas bin Malik RA:

لا يؤمن احدكم حتى يحب لا خية ما يحب لنفسه

Artinya:

“tidak sempurna imam seseorang sampai dia mencintai saudaranya seperti dia mencintai dirinya sendiri”.

Inti hadist ini adalah “perlakukan saudara anda seperti anda memperlakukan diri anda sendiri” kita pasti ingin di perlakukan dengan baik, kita pasti ingin dilayani dengan baik, kita pasti ingin dilayani dengan cepat, maka aplikasi keinginan anda ketika anda melayani orang lain. (<https://binrohrij.wordpress.com>)

2.4. Kepuasan

2.4.1. Pengertian Kepuasan

Kata kepuasan (*satisfaction*) berasal dari bahasa latin “*satis*” (artinya cukup baik, memadai) dan “*facio*” (melakukan atau membuat). Kepuasan bias di artikan sebagai “upaya pemenuhan sesuatu” atau “ membuat sesuatu memadai”. Menurut (Tjiptono, 2005:195) “*The consumer’s fulfillment response*”. Yaitu penilaian bahwa fitur produk atau jasa, atau produk/jasa itu sendiri, memberikan tingkat pemenuhan berkaitan dengan dengan konsumsi yang menyenangkan, termasuk tingkat *under fulfillment* dan *over fulfillment*.

Disamping itu menurut Tjiptono, dan Diana, (1995:101) pada hakikatnya tujuan bisnis adalah untuk menciptakan dan mempertahankan para pelanggan. Dalam pendekatan TQM, kualitas ditentukan oleh pelanggan. Oleh karena itu hanya dengan memahami proses dan pelanggan maka organisasi dapat menyadari dan menghargai makna kualitas. Adapun yang dilakukan manajemen tidak akan gunanya bila akhirnya tidak menghasilkan peningkatan kepuasan pelanggan. Adanya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya (Tjiptono, 1994.) .

1. Hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis
2. Memberikan dasar yang baik bagi loyalitas pelanggan

3. Dapat mendorong terciptanya dari mulut kemulut (*word-of-mouth*) yang menguntungkan bagi perusahaan
4. Reputasi perusahaan menjadi baik dimata pelanggan
5. Laba yang diperoleh dapat meningkat

Karena pelanggan adalah orang yang menerima hasil pekerjaan seseorang atau suatu organisasi, maka hanya merekalah yang dapat menentukan kualitasnya seperti apa dan hanya mereka yang dapat menyampaikan apa dan bagaimana kebutuhan mereka.

Secara definisi bahwa pada dasarnya pengertian kepuasan konsumen mencakup perbedaan antara harapan dan kinerja atau hasil yang dirasakan. Kepuasan konsumen diperoleh jika kinerja suatu produk dapat memenuhi atau melebihi harapan konsumen, dan konsumen akan merasa tidak puas jika kinerja suatu produk kurang dari yang diharapkan konsumen (Kristianto, 2011:31).

Disini dapat tergambar pentingnya kualitas produk listrik pintar (prabayar) untuk para pelanggan pada PT.PLN (persero).Kualitas produk yang dapat diberikan yakni dengan memberikan keuntungan baik itu keuntungan prabayar bagi perusahaan. Manfaat yang diperoleh pelanggan pengguna system prabayar adalah:

1. Pelanggan secara mandiri lebih mudah mengendalikan pemakaian listriknya.
2. Pelanggan dapat mengatur pemakaian sesuai dengan anggaran yang dimiliki.
3. Pelanggan terhindar dari kesalahan pencatatan kedudukanangka meter.
4. Pelanggan dapat melakukan pembelian stroom isi ulang dapat dilakukan kapan saja.

5. Calon pelanggan baru tidak perlu menyediakan uang jaminanlangganan (UJL) atau Uang Muka Tagihan Listrik (UMTL) dan
6. Privasi pelanggan terjaga, tidak terganggu.
7. Konflik dengan pelanggan yang biasanya terjadi pada saat eksekusi tusbung bisa dihindari.

2.4.2.Faktor-faktor Tingkat Kepuasan

Menurut Lupiyoadi, 2008:181. Terdapat lima faktor utama yang harus diperhatikan oleh perusahaan dalam menentukan tingkat kepuasan pembeli yaitu sebagai berikutnya:

1. Kualitas produk

Pembeli akan merasa puas bila hasil evaluasi mereka menunjukkan bahwa produk yang mereka tawarkan berkualitas.Konsumen rasional selalu menuntut produk yang berkualitas untuk setiap pengorbanan yang dilakukan untuk memperoleh produk tersebut. Dalam hal ini kualitas produk yang baik akan memberikan nilai tambah dibenak konsumen.

2. Kualitas pelayanan

Kualitas pelayanan terutama dibidang jasa,pembeli akan merasa puas bila mereka mendapatkan pelayanan yang baik atau sesuai dengan yang diharapkan. Pembeli yang puas akanmenunjukkan kemungkinan untuk kembali member produk yang sama. Pembeli yang puas cenderung akan memberikan persepsi terhadap produk perusahaan.

3. Emosional

Pembeli akan merasa bangga dan mendapatkan keyakinan bahwa orang yang lain akan kagum terhadap produk dengan merek tertentu yang cenderung mempunyai tingkat kepuasan yang lebih tinggi kepuasan yang diperoleh bukan kualitas dari produk tetapi nilai sosial atau *selfesteem* yang membuat pembelian menjadikan puas terhadap merek tertentu.

4. Harga

Produk yang mempunyai kualitas yang sama tetapi menepati yang relative murah akan memberikan nilai yang lebih tinggi kepada pembeli.

5. Biaya

Pembeli tidak perlu mengeluarkan biaya tambahan atau tidak perlu membuang waktu untuk mendapatkansuatu produk atau jasa cenderung puas terhadap produk atau jasa itu.

2.4.3. Mengukur Kepuasan pelanggan

Mengukur kepuasan pelanggan sangat bermanfaat bagi perusahaan dalam rangka mengevaluasi posisi perusahaan saat ini dibandingkan dengan pesaing dan pengguna akhir, serta menemukan bagian mana yang membutuhkan peningkatan. Menurut Kotler (dalam Manullang, 2008:31), untuk mengetahui tingkat kepuasan pelanggan ada empat metode pengukuran yang perlu diperhatikan oleh perusahaan, yaitu : system keluhan dan saran, survey kepuasan pelanggan, *ghost shopping* dan *lost customer analisys*.

1. Sistem keluhan dan saran pelanggan. Setiap perusahaan yang berorientasi terhadap pelanggan memberikan kesempatan yang seluas luasnya kepada pelanggan untuk menyampaikan saran, pendapat dan keluhan. Adapun metode yang digunakan bias berupa kotak saran ataupun dengan menyediakan saluran telepon khusus.
2. Survey kepuasan pelanggan. Umumnya banyak penelitian mengenai kepuasan pelanggan dilakukan dengan metode survey, baik untuk mengukur kepuasan pelanggan dapat dilakukan dengan cara :
 - 1) Pengukuran dapat dilakukan secara langsung dengan pertanyaan seperti ungkapan puas saudara terhadap pelayanan.
 - 2) Responden diminta untuk menuliskan masalah masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan dan juga diminta untuk menuliskan perbaikan perbaikan yang mereka sarankan.
 - 3) Responden diberi pertanyaan mengenai seberapa besar mengharapkan atribut tertentu dan seberapa besar mereka rasakan.
 - 4) Responden dapat meranking berbagai elemen elemen dan penawaran berdasarkan derajat penting setiap elemen seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing masing elemen.
3. *Ghot shopping*. Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang berperan sebagai pembeli yang bermanfaat produk atau jasa perusahaan dan pesaing, sehingga dapat diprediksi tingkat kepuasan pelanggan atas produk tersebut.

4. *Lost customer*. Dalam metode analisis. Metode ini perusahaan menghadapi para pelanggan yang telah beralih ke perusahaan lain. Hal ini ditunjukkan untuk memperoleh informasi penyebab terjadinya peralihan pelanggan kepada perusahaan lain, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan evaluasi selanjutnya

Secara definisi listrik Prabayar bisa disebutkan dengan listrik pintar. Dimana penghuni dapat mengendalikan pemakaian listrik sendiri. Alat *bergainser* pun tidak lagi berbentuk analog, melainkan digital yang dapat anda gunakan untuk memasukan kode pengisian listrik. (Sumber <http://www.pengertian.prabayar>).

Sistemnya dibuat seperti membeli pulsa Prabayar telepon genggam agar dapat memudahkan anda. Kelebihan lain listrik Prabayar ini, anda tidak perlu khawatir biaya keterlambatan yang menghantui, dan tidak perlu cemas terkaitnya harga *voucer stroom* (listrik pintar). Sebab harga bervariasi sesuai dengan kemampuan dan kebutuhan anda (daya listrik anda). Mulai dari Rp. 20.000- 2 juta. Lalu apabila anda kenaikan Tarif Daya Listrik (TDL), pada listrik Prabayar tidak akan berpengaruh. Maksudnya, KWH yang telah masuk ke meter Prabayar tidak ikut naik. Kelebihan dan kelemahannya adalah:

Tabel 2.3.
Kelebihan Dan Kelemahan Listrik Prabayar

Kelebihan	Kelemahan
<ul style="list-style-type: none"> - Pemakai listrik lebih terkendali - Tanpa ada saksi denda pemutusan - Tanpa dikenakan denda keterlambatan 	<ul style="list-style-type: none"> - Anda harus mengingatkan terakhir membeli pulsa listrik - Bisa mati sewaktu-waktu karena pulsa habis - Anda dituntut untuk telaten

<ul style="list-style-type: none"> - Tanpa ada pencatatan meter - Pembelian sesuaikan kemampuan - Tidak ada batas masa aktif (aktif selama kwh masih tersisa) - Privasi tidak terganggu - Tidak dikenakan biaya beban bulanan 	<p>menyimpan struk token pembayaran.</p>
--	--

Sumber : <http://www.pengertian.prabayar>

Dalam persktifislam kepuasan pelanggandijelaskan bahwa salah satu prinsip muamalah adalah pelayanan.Muamalahislam sangat memperhatikan yang baik kepada pelanggan. Orang yang beriman diperintahkan untuk bermurah hati, simpati, sopan, dan bersahabat dalam melakukan *dealing* dalam berbisnis .

Al-Qur'an telah merintahkan dengan perintah yang sangat ekspresif agar kaum muslimin bersifat simpati, lembut dan sopan yang baik dan sopan manakala iaberbicara dengan orang lain. Allah berfirman dalam Tafsir Al-Qu'an Surat al-Baqarah : 83 yang berbunyi:

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا وَذِي الْقُرْبَىٰ
وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا
مِّنْكُمْ وَأَنتُمْ مُّعْرِضُونَ ﴿٨٣﴾

Artinya:

dan (ingatlah), ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapa, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling.

Ayat tersebut menjelaskan betapa Allah sangat menganjurkan kepada manusia untuk selalu berkata dengan baik juga dengan sikap baik yang baik pula semisal memberikan senyuman. Hal ini agar lawan bicara kita akan terasa nyaman. Dengan perasaan nyaman itulah pelanggan akan terasa terlayani dengan baik dan akan merasa puas. Perasaan puas yang dirasakan oleh pelanggan akan mempunyai dampak yang positif bagi perusahaan itu sendiri karena dengan pelayanan yang baik itu, pelanggan akan memiliki rasa loyaltitas yang tinggi terhadap pelayanan perusahaan tersebut.

Disini tersirat betapa Allah sangat menganjurkan kepadanya untuk memberikan pelayanan yang baik dalam makna ucapan maupun dalam cara melayani komplain dari pelanggan. Juga tidak akan mengikuti cara-cara syetan yang cenderung pada perselisihan. Karena itu suatu perusahaan akan diterima secara positif oleh konsumen jika didukung dengan pelayanan yang memadai (M, Syakir sula, 2004 :461). Kualitas pelayanan ini sangat diharapkan oleh pelanggan karena pelanggan akan merasa puas dengan apa yang diharapkan dan akan membentuk faktor emosional yang kuat di antara kedua belah pihak.

Dari sini dapat disimpulkan bahwa menurut islam melayani dapat diraih manakala sebuah perusahaan yang melayanin pelanggan dengan cara memberikan pelayanan yang baik dalam makna ucapan cara dalam melayani *complain* dari pelanggan.

2.5.Kerangka Konseptual

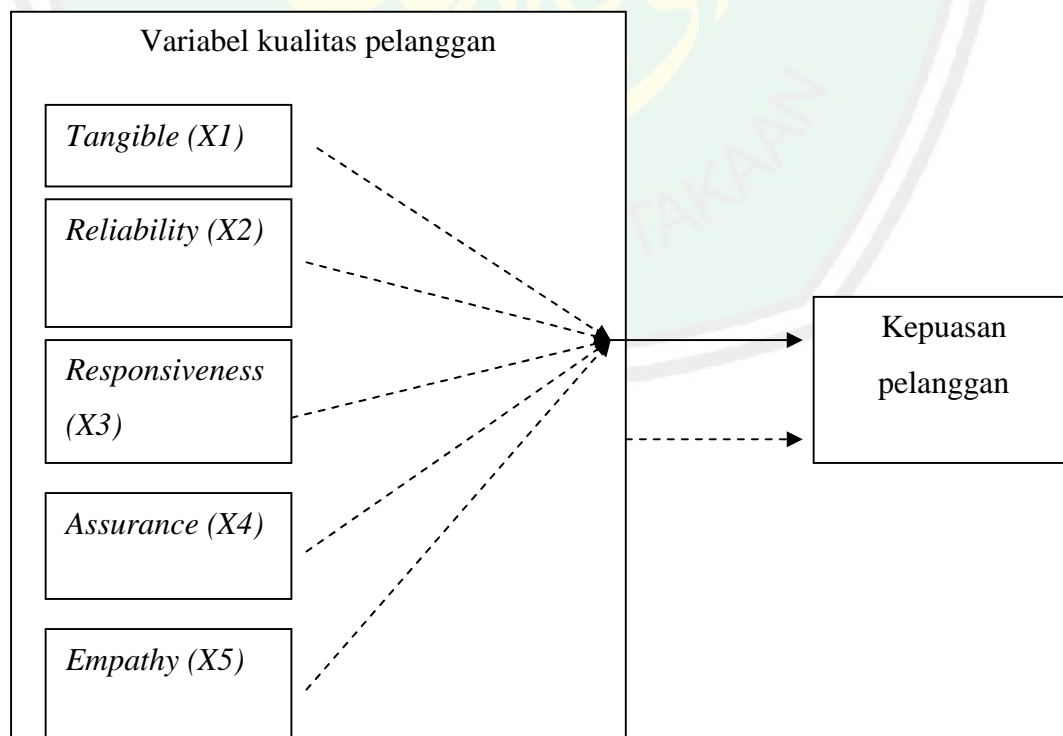
Peranan pelayanan konsumen dalam usahanya untuk dapat memenuhi kepuasan konsumen sangatlah penting.Upaya yang minimal adalah dapat

memberikan citra yang baik kepada konsumen. Kualitas yang disediakan oleh perusahaan jasa merupakan cermin konsumen yang akan menimbang apakah pelayanan yang ditawarkan sesuai dengan kehendaknya.

Dalam hal ini evaluasi perlu dilakukan oleh perusahaan apakah mereka telah berhasil memberikan apa yang diharapkan konsumen atau belum. Karena telah berhasil memuaskan konsumen dan hal ini merupakan suatu usaha yang penting demi kelangsungan hidup perusahaan yang telah terjadi bidang usaha ini.

Philip Kotler (2008:52) menyatakan kualitas pelayanan dipengaruhi oleh unsur yaitu : *reliability, responsiveness, assurance, empathy, dan tangible*. Berdasarkan hal tersebut perusahaan perlu memperoleh tanggapan konsumen terhadap persepsi dan harapan konsumen atas unsur kualitas jasa

Gambar 2.6
Kerangka Berfikir



—————→ : pengaruh simultan

-----→ : pengaruh parsial

2.6. Hipotesis

Berdasarkan landasan teori dan penelitian terdahulu maka disusun hipotesis sebagai berikut :

1. Kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap kepuasan pelanggan terhadap PT. PLN (persero) UPJ Blega-Bangkalan.
2. Kualitas pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap kepuasan pelanggan PT. PLN (persero) UPJ Blega-Bangkalan.
3. Variabel *reliability* (X2) berpengaruh dominan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN (persero) UPJ Blega-Bangkalan.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Rancangan peneliti yang dilakukan adalah kuantitatif yaitu pendekatan penelitian yang bersifat obyektif, mencakup mengumpulkan dan analisis data kuantitatif serta menggunakan metode pengujian statistik (Sumarwan, 2005:18). Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui analisis kepuasan pelanggan dalam pemakaian. Sedangkan metode penelitian yang dilakukan adalah metode angket.

3.2. Lokasi Penelitian

Dalam peneliti ini dilakukan di PT. PLN (persero) Cabang Blega-Bangkalan. Untuk mempersempit ruang lingkup obyek penelitian pada pelanggan PT. PLN (persero) Cabang Blega-Bangkalan yang beralamat di jln: Raya Blega, Blega-Bangkalan Jawa Timur. Alasan penelitian dilakukan di Kota Blega karena peneliti ingin melihat kepuasan pemakaian listrik Prabayar dari layanan didapat pelanggan.

3.3. Populasi dan sampel

3.3.1. Populasi

Menurut Sugiyono (2007:55) ” Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti dan kemudian ditarik kesimpulannya”.

Di dalam penelitian ini yang menjadi populasi adalah seluruh Pengguna jasa layanan bagian penyelenggaraan kepuasan dan pemakaian listrik.

3.3.2. Sampel

Sampel penelitian ini yaitu para pemakai listrik yang terbesar di Blega. Menurut Malhotra (2009), besarnya jumlah sampel yang di ambil dapat ditentukan dengan caramengalihkanjumlah variabel dengan 5,5X jumlah variabel. Jika variabel yang diamati berjumlah 34, maka sampel minimal 170 (5X34).Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah responden, karena jumlah sebanyak 34.

3.4. Teknik Pengambilan Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang dijadikan sebagai peneliti karena keberadaanya merupakan bagian dari populasi, maka sampel memiliki ciri-ciri yang dimiliki oleh populasinya. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *porpusive sampling*. Dalam teknik *purposive sampling*. Seseorang atau sesuatu diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang atau sesuatu tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi peneliti.

Dalam ini, respondennya adalah pengguna pemakaian listrik prabayar dengan berdasarnya pertimbangan tersebut, maka jumlah responden yang akan diambil sebagai sampel sebanyak 170 orang.

3.5. Data dan Jenis Data

Data dan jenis data yang digunakan dalam untuk penelitian yang terdiri dari data primer dan data sekunder yaitu :

Data primer

Data primer adalah data data yang digunakan dalam penelitian kepada manajer dan kepada divisi-divisi mengenai kepuasan pelayanan konsumen, dan kuisisioner, mengadakan wawancara serta melakukan observasi dan setelah data diperoleh dari lapangan maka langsung diolah.

Hasan (2002:82) mendefinisikan data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung di lapangan oleh orang yang melakukan penelitian atau yang bersangkutan yang memerlukannya. Data primer ini, disebut juga data asli atau data baru. mendefinisikan data yang diperoleh atau dikumpulkan oleh orang yang melakukan penelitian dari sumber-sumber yang telah ada. Data ini, biasanya diperoleh dari perpustakaan atau dari laporan-laporan peneliti terdahulu. Data sekunder disebut juga data tersedia.

3.6. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini membahas tentang analisis kepuasan pelanggan terhadap pemakaian maka penelitian ini dilakukan dengan cara:

1. Mendatangi calon responden guna untuk meminta izin dan kesediaan calon responden untuk mengisi kuesioner.
2. Memberikan kuesioner kepada responden yang tersedia dijadikan sampel penelitian untuk mengisi kuesioner.

3. Mengumpulkan data yang sudah didapatkan kuesioner responden guna pengelola data.

3.7. Definisi Operasional Variabel

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, lalu ditarik kesimpulan (sugiyono, 2011:38). Adapun variabel dalam penelitian ini yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas atau variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi perusahaan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel bebas.

Variabel dalam penelitian :

1. Variabel bebas (x) :
 - 1) Bukti fisik (*Tangible*) Bentuk fisik dari jasa, yaitu fasilitas yang disediakan untuk perusahaan seperti kenyamanan ruangan, kebersihan toilet dan penampilan karyawan yang rapi.
 - 2) Keandalan (*Reliability*) *Reliability* merupakan konsistensi kerja dan kemampuan untuk dipercaya. Hal ini berarti PLN (persero) UPJ Blega-Bangkalan memberikan pelayanan dengan tepat waktu dan memenuhi janjinya seperti pemakaian listrik yang di pakai oleh pemakai.
 - 3) Daya tanggap (*Responsiveness*) *Responsiveness* merupakan kesiapan karyawan untuk memberikan pelayanan jasa yang dibutuhkan pelanggan. Ketanggapan saat terjadi masalah, keberadaan petugas keamanan untuk membantu pelanggan.

4) Jaminan (*Assurance*) Assurance perilaku para karyawan mampu menimbulkan kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan dan perusahaan tersebut dapat membangun rasa aman bagi pelanggannya. Jaminan kepuasan pelanggan percaya dengan pemakai yang digunakan telah layak beroperasi.

5) Empati (*Empaty*) Perusahaan memahami masalah pelanggannya dan melakukan keinginan pelanggan serta memberikan perhatian personal para pelanggan

2. Variabel terikat (Y)

Kepuasan pelanggan merupakan hasil evaluasi atas kesesuaian antara harapan yang diinginkan dengan pelanggan pada PT. PLN (persero) cabang Blega. Kepuasan pelanggan dapat dikatakan sebagai rasa senang dari pelanggan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pihak PLN. Dalam penelitian kepuasan pelanggan merupakan variabel terikat (Y) yaitu variabel yang dipengaruhi.

Table 3.1
Definisi Operasional dan Indikator Variabel

Konsep	Variabel	Indikator
Kualitas Pelayanan (X)	1. <i>Tangible / bukti</i> (X1)	1. Pelanggan lebih mudah membeli setrum isi ulang. (X _{1.1}) 2. Pelanggan tidak dikenakan biaya beban bulanan. (X _{1.2}) 3. Pelanggan tidak dikenakan denda keterlambatan. (X _{1.3}) 4. Tidak ada saksi pemutusan. (X _{1.4}) 5. Tidak ada petugas pencatat meter yang datang ke rumah sehingga privasi tidak terganggu. (X _{1.5}) 6. Privasi pelanggan tidak akan terganggu oleh PLN (X _{1.6}) 7. Tidak ada batas masa aktif selama KWH tidak terganggu (X _{1.7}) 8. Mesin elektronikpun akan memberikan

		tanda berupa bunyi alarm ketika sisa pulsa sudah minim.(X _{1.8})
2. <i>Reliability</i> / keandalan (X2)		<p>9. Pelanggan dapat mengendalikan pemakaian listrik untuk menghindari keborosan.(X_{2.1})</p> <p>10. Pelanggan dengan mudah dapat memantau pemakaian listriknya setiap saat.(X_{2.2})</p> <p>11. Pelanggan dapat menyesuaikan biaya pemakaian listrik dengan anggaran belanja.(X_{2.3})</p> <p>12. Kenyamanan pemakaian listrik Prabayar yang di rasakan. (X_{2.4})</p> <p>13. Jaringan luas pembelian listrik isi ulang bisa beli di loket, online, indomaret dll (X_{2.5})</p> <p>14. Pelanggan lebih mudah menghitung tariff KWH listrik Prabayar. (X_{2.6})</p> <p>15. Pelanggan lebih efisien dan praktis menggunakan token Prabayar dalam menghemat waktu. (X_{2.7})</p>
3. <i>Responsiveness</i> / daya tanggap(X3)		<p>16. Transaksi pembelian token Prabayar bisa menggunakan aplikasi. (X_{3.1})</p> <p>17. Pembelian token bisa dengan mudah diisi secara langsung. (X_{3.2})</p> <p>18. Transaksi pengisian listrik Prabayar bisa dilakukan dimana saja. (X_{3.3})</p> <p>19. Transaksi bisa menggunakan HP. (X_{3.4})</p> <p>20. Pelanggan bisa mengisi nominal kebutuhan yang yang tersedia mulai dari 20.000 samapai 1.000.000. (X_{3.5})</p> <p>21. Kemudahan PLN dihubungkan melalui telpon.(X_{3.6})</p> <p>22. Transaksi meter KWH otomatis dengan nilai nominal (X_{3.7})</p> <p>23. Transaksi pembayaran token Prabayar dapat melalui ATM (X_{3.8})</p>
4. <i>Assurance</i> / jaminan (X4)		<p>24. Kerahasiaan anda akan dijamin jika ada pencurian listrik. (X_{4.1})</p> <p>25. Lebih cepat dalam permintaan pemasangan listrik Prabayar. (X_{4.2})</p> <p>26. Transaksi yang dilakukan secepat yang di janjikan. (X_{4.3})</p> <p>27. Transaksi pengisian pulsa listrik Prabayar dapat dilakukan 2X atau lebih dengan no</p>

		<p>pelanggan dannominal yang sama tanpa menunggu 1X24 jam. (X_{4.4})</p> <p>28. PLN memberikan privasi token pelanggan lebih terjamin. (X_{4.5})</p> <p>29. Pengisian token online lebih terjamin (X_{4.6})</p> <p>30. Pelanggan bisa mendapatkan struk pembayaran saat melakukan transaksi untuk keamanan. (X_{4.7})</p>
Kepuasan (Y)	Kepuasan Pelanggan	<p>31. Saya puas dengan pelayanan bukti fisik PLN (Y₁)</p> <p>32. Saya puas dengan kehandalan PLN (Y₂)</p> <p>33. Saya puas dengan jaminan PLN (Y₃)</p> <p>34. Saya puas dengan kepedulian PLN (Y₄)</p>

Menurut (Sugiyono, 2011:94) skala Likert digunakan untuk mengukur sikap pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena social telah ditetapkan oleh peneliti yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. Penelitian menggunakan metode skala Likert (*Likerts's Summated Ratings*). Pengukuran dengan mendapatkan seorang responden dengan beberapa pertanyaan dan kemudian diminta untuk memberikan jawaban, adapun pilihan jawaban sebagai berikut :

Tabel 3.2
Skala Pengukuran

No	Keterangan	Uraian	Nilai
1.	SS	Sangat puas	5
2.	S	Puas	4
3.	CS	Cukup puas	3
4.	TS	Tidak puas	2

5.	STS	Sangat tidak puas	1
----	-----	-------------------	---

Sumber : sumber yang di olah peneliti, 2016

3.8. Uji Validitas dan Reliabilitas

3.8.1 Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan atau kesahihan sesuai instrument. Suatu instrument yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi dan mampu mengukur apa yang diinginkan dan dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Menurut (Arikunto, 2006:168). Validitas diuji dengan cara menghitung antara skor masing-masing pertanyaan dengan menggunakan rumus *korelasi Product Moment*. Valid tidak satu item instrument dapat diketahui dengan membandingkan indeks korelasi produk moment pearson dengan 0,3 jika nilai r nya lebih besar dari 0,3, maka instrument dikatakan valid, jika lebih kecil dari 0,3, tidak dikatakan valid. Rumus untuk menghitung *korelasi Product moment* adalah sebagai berikut :

$$r_{xy} = \frac{N\Sigma xy - (\Sigma x)(\Sigma y)}{\sqrt{\{N\Sigma x^2 - (\Sigma x)^2\}\{N\Sigma y^2 - (\Sigma y)^2\}}}$$

Keterangan :

n = Banyaknya responden

x = Variabel pertama

y = Variabel kedua

xy = Skor hasil kali variabel pertama dan kedua.

3.8.2. Reliabilitas

Reliabilitas dapat dipercaya dan digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrument tersebut sudah baik. Dan berpendapat bahwa hasil penelitian

dikatakan reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Alpha* (Arikunto,1998:193).

$$r_{11} = \left[\frac{k}{(k-1)} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_1^2} \right]$$

Keterangan :

R11 = reliabilitas instrumen

K = banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

σ_b^2 = jumlah varians butir

σ_1^2 = varians total

Rumusan *alpha* digunakan untuk mencari reliabilitas instrument yang skornya bukan 1 dan 0, misalnya angket atau soal bentuk uraian.

3.9.Uji Regresi linier Berganda

Regresi berganda digunakan oleh peneliti, yang bermaksud meramalkan bagaimana keadaan (naik turunnya) variable dependen (kriterium), bila dua atau lebih variable independen sebagai predictor dimanipulasi (naik turunkan nilainya). Menurut Sugiyono (1997:234).

$$Y = a + b_1x_1 + b_2x_2 + b_3x_3 + b_4x_4 + e$$

Keterangan :

Y = keputusan pelanggan.

a = bilangan konstan

b = koefisien regresi

x_1 = Variabel bukti fisik

x_2 = Variabel kehandalan

x_3 = Variabel daya tanggap

x_4 = Variabel jaminan

E = standar error

2.10. Uji Asumsi

2.10.1. Uji Multikolinearitas

Salah satu asumsi model regresi linier adalah tidak adanya korelasi yang sempurna atau korelasi yang tidak sempurna tetapi relative sangat tinggi antara variabel-variabel bebas.

1. Dilakukan uji simultan (uji f) signifikan, kemudian dilakukan uji parsial (uji t) semua variabel bebas juga signifikan. Hal ini menunjukkan tidak ada masalah multikolinearitas.
2. Besarnya VIF (*variance inflation factor*) dan tolerance Pedoman suatu model regresi yang bebas multiko adalah
 1. Mempunyai nilai VIF disekitar angka 1 dan tidak melebihi 10
 2. Mempunyai angka torence mendekati 1 dimana torence $1/VIF$
3. Besaran kolerasi antar variabel independen (bebas)

Pedoman suatu model regresi yang bebas dari multiko adalah koefisien korelasi antar variabel independen haruslah lemah, yaitu dikatakan korelasi rendah $<0,05$ dan kerelasi tinggi $>0,05$.

1. Mengeluarkan salah satu diantara variabel variabel yang mempunyai hubungan kuat. Penghilangan variabel-variabel yang diketahui menyebabkan terjadinya masalah multikolinearitas adalah cara yang paling mudah, akan tetapi ini memiliki konsekuensi terjadinya bias spesifikasi model (*specification error*). Apalagi kalau variabel bebasnya 2 variabel, maka akan menyebabkan bias spesifikasi model dari semula model regresi beranda menjadi model regresi sederhana.

2. Menambah data baru

Multikolinearitas merupakan suatu gejala yang terjadi pada sampel, boleh jadi untuk sampel lain dengan variabel-variabel yang sama gejala multikonearitas sangat kecil. Oleh karenanya dengan megubah sampel, yaitu dengan menambah jumlah elemen sampel dapat mengatasi masalah ini.

2.10.2. Uji normalitas

Uji normalitas adalah penguji dalam sebuah model regresi, variabel *dependent*, Variabel *indepentatau* keduanya mempunyai distribusi normal atau tidak Santoso (dalam Supriyanto dan Mahfudz 2010:256). Menurut sugiyono (2005:199), penggunaan statik parametik mensyaratkan bahwa data setiap variabel yang akan dianalisis normal. Teknik yang digunakan dalam penelitian untuk penguji normalitas data adalah dengan *One Sample Kolmogorov-Smirnov Test* dengan menggunakan SPSS 16.0 Statistik parametik dengan tingkat data interval dan berdistribusi normal menggunakan tingkat korelasi pada rumus *Pearson Productmoments Corelation*.

Sedangkan apabila data tidak distribusi normal digunakan rumus *Rank Spearman Corelation*. Dasar pengambilan keputusan dengan melihat signifikansi a 5% dengan ketentuan.

1. Probabilitas $> 0,05$, maka data berdistribusi normal
2. Probabilitas $< 0,05$, maka data berdistribusi tidak normal

2.10.3. Linieritas

Dilakukan untuk mengetahui model yang dibuktikan merupakan model linear atau tidak. Uji linearitas dilakukan dengan menggunakan *curve estimate*, yaitu

gambaran hubungan linear antara variabel X dengan variabel Y. jika nilai signifikan $f > 0,05$, maka variabel X tersebut memiliki hubungan linear dengan Y (Sulhan 2011:24)

2.11. Uji Parsial (*t-test*)

Uji koefisien regresi (uji t) mengasumsikan pada saat melakukan saat variabel bebas, tidak menjadi perubahan pada variabel lainnya. Di dalam uji t dapat digunakan hipotesis sebagai berikut :

$H_0 : \beta_i = 0$, artinya variabel bebas ke I berpengaruh terhadap variabel terikat.

$H_a : \beta_i \neq 0$, artinya variabel bebas ke I tidak berpengaruh ke variabel terikat.

Di mana H_0 menunjukkan hipotesis nol, sedangkan H_a menunjukkan hipotesis alternatif β_i menunjukkan koefisien variabel bebas ke i di dalam hipotesis nol, besarnya regresi dinyatakan nol yang berarti tidak ada hubungan pengaruh dengan signifikansi variabel bebas ke I dengan terikat. Rumus bilangan t sebagai berikut :

$$t_{hitung} = \frac{\beta_i}{Se_{\beta_i}}$$

Di mana :

β_i = koefisien regresi variabel bebas ke i

Se_{β_i} = standard variabel bebas ke i

2.12. Uji Simultan (F)

Uji F untuk mengetahui apakah semua variabel kepuasan pelayanan pelanggan {bukti fisik (X1)}, {kehandalan (X2)}, {daya tanggap (X3)},

{jaminan(x4)}, {Empaty (X5)}, yaitu mempunyai pengaruh yang bersama-bersama (simultan) secara signifikasi terhadap variable terikat yaitu kepuasan pelanggan (Y).



BAB IV

PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

4.1 Paparan Data Dan Hasil Penelitian

4.1.1 Sejarah PT. PLN (Persero) Blega Madura

Berawal di akhir abad ke 19, perkembangan ketenagalistrikan di Indonesia mulai ditingkatkan saat beberapa perusahaan asal Belanda yang bergerak di bidang pabrik gula dan pabrik teh mendirikan pembangkit listrik untuk keperluan sendiri. Antara tahun 1942-1945 terjadi peralihan pengelolaan perusahaan-perusahaan Belanda tersebut oleh Jepang, setelah Belanda menyerah kepada pasukan tentara Jepang di awal Perang Dunia II. Proses peralihan kekuasaan kembali terjadi di akhir Perang Dunia II pada Agustus 1945, saat Jepang menyerah kepada Sekutu.

Kesempatan ini dimanfaatkan oleh para pemuda dan buruh listrik melalui delegasi Buruh/Pegawai Listrik dan Gas yang bersama-sama dengan Pimpinan KNI Pusat berinisiatif menghadap Presiden Soekarno untuk menyerahkan perusahaan-perusahaan tersebut kepada Pemerintah Republik Indonesia. Pada 27 Oktober 1945, Presiden Soekarno membentuk Jawatan Listrik dan Gas di bawah Departemen Pekerjaan Umum dan Tenaga dengan kapasitas pembangkit tenaga listrik sebesar 157,5 MW.

Pada tanggal 1 Januari 1961, Jawatan Listrik dan Gas diubah menjadi BPU-PLN (Badan Pimpinan Umum Perusahaan Listrik Negara) yang bergerak di bidang listrik, gas dan kokas yang dibubarkan pada tanggal 1 Januari 1965. Pada saat yang sama, 2 (dua) perusahaan negara yaitu Perusahaan Listrik Negara (PLN) sebagai pengelola tenaga listrik milik negara dan Perusahaan Gas Negara (PGN) sebagai pengelola gas diresmikan. Pada tahun 1972, sesuai dengan Peraturan Pemerintah No.17, status Perusahaan Listrik Negara (PLN) ditetapkan sebagai Perusahaan Umum Listrik Negara dan sebagai Pemegang Kuasa Usaha Ketenagalistrikan (PKUK) dengan tugas menyediakan tenaga listrik bagi kepentingan umum. Seiring dengan kebijakan Pemerintah yang memberikan kesempatan kepada sektor swasta untuk bergerak dalam bisnis penyediaan listrik, maka sejak tahun 1994 status PLN beralih dari Perusahaan Umum menjadi Perusahaan Perseroan (Persero) dan juga sebagai PKUK dalam menyediakan listrik bagi kepentingan umum hingga sekarang.

4.2. Pembahasan Data Hasil Penelitian

4.2.1. Karakteristik Responden

Dari hasil penyebaran kuesioner kepada konsumen atau pemakaian jasa listrik yang berjumlah 170 responden ditempat, maka dapat diperoleh gambaran karakteristik responden dan jenis kelamin responden. Gambaran karakteristik responden secara rinci adalah sebagai berikut:

4.2.1.1. Usia Responden

Data karakteristik responden berdasarkan usia dapat dilihat pada tabel 4.1 berikut :

Tabel 4.1
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

	Usia	Jumlah Responden senioritas)	Persentase (%)
1.	28 tahun – 30 tahun	21	12,3
2.	31 tahun – 41 tahun	82	48,2
3.	42 tahun – 52 tahun	60	35,3
4.	>52 tahun	7	4,1
	Jumlah	170	100

Sumber : Data primer di olah 2016

Berdasarkan tabel 4.1 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang berusia dari 28 tahun sampai 30 tahun sebanyak 21 senioritas atau 12,3%, usia lebih dari 31 tahun sampai 41 tahun sebanyak 82 senioritas atau 48,2%, usia lebih dari 42 tahun sampai 52 tahun sebanyak 60 senioritas atau 35,3% usia lebih dari 52 tahun sebanyak senioritas atau 4,1%.

4.2.1.2. Jenis Kelamin Responden

Data Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada tabel

4.2.berikut:

Tabel 4.2.
Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

	Perempuan	Laki-laki	Jumlah

Sumber : data primer diolah 2016

Berdasarkan tabel 4.2 di atas, dapat diketahui bahwa responden yang memiliki jenis kelamin laki-laki sebanyak 116 responden atau 68,2%, sedangkan perempuan sebanyak 54 atau 31,8%. Berdasarkan data tersebut, maka responden

yang paling banyak adalah responden dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 116 orang 68,2%.

4.2.1.3. Frekuensi Jawaban Responden

Deskripsi distribusi item ini digunakan untuk mengetahui frekuensi dan variasi jawaban responden terhadap item-item pertanyaan yang diajukan dalam kuesioner. Jawaban-jawaban tersebut selengkapnya dijelaskan sebagai berikut:

1. Distribusi Frekuensi Variabel Bukti fisik (X1).

Pada variabel bukti fisik terdapat delapan pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawabkan. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.3 berikut:

Tabel 4.3
Distribusi frekuensi Variabel Bukti Fisik (X1)

Ite	5		4		3		2		1		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X _{1.1}	155	91	15	9	0	0	0	0	0	0	170
X _{1.2}	163	95	7	9	0	0	0	0	0	0	170
X _{1.3}	156	91	14	8	0	0	0	0	0	0	170
X _{1.4}	17	10	153	9	0	0	0	0	0	0	170
X _{1.5}	17	10	153	9	0	0	0	0	0	0	170
X _{1.6}	7	4	19	11	144	84	0	0	0	0	170
X _{1.7}	10	5	148	87	12	7	0	0	0	0	170
X _{1.8}	105	61	46	27	9	5	0	0	0	0	170

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Pada tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dari 170 responden, untuk item pertanyaan yaitu “Setrum isi ulang” terdapat 155 responden atau 91% yang menyatakan sangat setuju, yang menyatakan setuju sebanyak 15 responden

atau 9%, yang menjawab cukup setuju 0 atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 0 responden atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%.

Untuk indikator kedua “Beban bulanan” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 163 responden atau 95% yang menyatakan setuju sebanyak 7 responden atau 9%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 0 atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 0 atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 atau 0%

Untuk indikator ketiga “Denda keterlambatan” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 156 responden atau 91% yang menyatakan setuju sebanyak 14 responden atau 8%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 0 atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 0 atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 atau 0%

Untuk indikator keempat “Saksi pemutus” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 17 responden atau 10% yang menyatakan setuju sebanyak 153 responden atau 9%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 0 atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 0 atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 atau 0%

Untuk indikator kelima “Petugas catat meter” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 17 responden atau 10% yang menyatakan setuju sebanyak 153 responden atau 9%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 0 atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 0 atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 atau 0%

Untuk indikator keenam “Privasi pelanggan” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 7 responden atau 4% yang menyatakan setuju sebanyak 19 responden atau 11%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 144 responden atau 84%, yang menyatakan tidak setuju 0 atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 atau 0%

Untuk indikator ketujuh “KWH tidak terganggu” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 10 responden atau 5% yang menyatakan setuju sebanyak 148 responden atau 87%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 12 responden atau 7%, yang menyatakan tidak setuju 0 atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 atau 0%

Untuk indikator kedelapan “Mesin elektronik” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 105 responden atau 61% yang menyatakan setuju sebanyak 46 responden atau 27%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 9 responden atau 5%, yang menyatakan tidak setuju 0 atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 atau 0%

2. Distribusi frekuensi Variabel Keandalan (X₂)

Pada variable keandalan terdapat 7 item pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada tabel 4.4 berikut:

Tabel 4.4
Distribusi Frekuensi Variabel Keandalan X₂.

Item	5		4		3		2		1		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X _{2.1}	156	91	5	29	6	35	3	17	0	0	170
X _{2.2}	155	91	14	82	1	0,58	0	0	0	0	170
X _{2.3}	157	92	13	76	0	0	0	0	0	0	170

X _{2.4}	11	64	157	92	2	11	0	0	0	0	170
X _{2.5}	149	87	18	10	3	17	0	0	0	0	170
X _{2.6}	18	10	149	87	3	17	0	0	0	0	170
X _{2.7}	138	81	30	17	2	11	0	0	0	0	170

Sumber: data primer diolah 2017

Pada tabel 4.4. dapat diketahui bahwa dari 170 responden, untuk item pertanyaan yaitu “Keandalan mengendalikan pemakaian listrik” terdapat 156 responden atau 91% yang menyatakan sangat setuju, yang menyatakan setuju sebanyak 5 responden atau 29%, yang menjawab cukup setuju 3 responden atau 17%, yang menyatakan tidak setuju 0 responden atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%.

Untuk indikator kedua “Mudah dapat memantau pemakaian” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 155 responden atau 91% yang menyatakan setuju sebanyak 14 responden atau 84%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 1 responden atau 0,58%, yang menyatakan tidak setuju 0 atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 atau 0%

Untuk indikator ketiga “Dapat menyesuaikan biaya” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 157 responden atau 92% yang menyatakan setuju sebanyak 13 responden atau 76%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 0 atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 0 atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 atau 0%

Untuk indikator keempat “Kenyamanan pemakaian” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 11 responden atau 64% yang menyatakan setuju sebanyak 157 responden atau 92%, dan yang menjawab

cukup setuju sebanyak 2 responden atau 11%, yang menyatakan tidak setuju 0 atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 atau 0%

Untuk indikator kelima “Jaringan pembelian luas” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 149 responden atau 87% yang menyatakan setuju sebanyak 18 responden atau 10%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 3 responden atau 17%, yang menyatakan tidak setuju 0 atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 atau 0%

Untuk indikator keenam “Lebih mudah menghitung KWH” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 18 responden atau 10% yang menyatakan setuju sebanyak 149 responden atau 87%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 3 responden atau 17%, yang menyatakan tidak setuju 0 atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 atau 0%

Untuk indikator ketujuh “Lebih efisien dan praktis menggunakan token” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 138 responden atau 81% yang menyatakan setuju sebanyak 30 responden atau 17%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 2 responden atau 11%, yang menyatakan tidak setuju 0 atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 atau 0%

3. Distribusi Frekuensi Variabel Daya tanggap (X3)

Pada variabel daya tanggap terdapat delapan item pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.5 berikut:

Tabel 4.5
Distribusi frekuensi Variabel Daya tanggap (X3)

Ite	5		4		3		2		1		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X _{3.1}	15	88	152	89	3	17	0	0	0	0	170
X _{3.2}	166	97	8	47	0	0	0	0	0	0	170
X _{3.3}	17	10	151	88	2	11	0	0	0	0	170
X _{3.4}	151	88	19	11	0	0	0	0	0	0	170
X _{3.5}	153	90	16	94	1	0,58	0	0	0	0	170
X _{3.6}	14	08	153	90	3	17	0	0	0	0	170
X _{3.7}	13	76	20	11	137	80	0	0	0	0	170
X _{3.8}	11	64	31	18	128	75	0	0	0	0	170

Sumber: Data Primer Diolah, 2017

Pada tabel 4.3 dapat diketahui bahwa dari 170 responden, untuk item pertanyaan yaitu “Daya tanggap Token prabayar bisa menggunakan aplikasi” terdapat 15 responden atau 88% yang menyatakan sangat setuju, yang menyatakan setuju sebanyak 158 responden atau 89%, yang menjawab cukup setuju 3 responden atau 17%, yang menyatakan tidak setuju 0 responden atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 atau 0%.

Untuk indikator kedua “Token bisa dengan mudah di isi” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 166 responden atau 97% yang menyatakan setuju sebanyak 8 responden atau 47%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 0 atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 atau 0%

Untuk indikator ketiga “Transaksi bisa di lakukan di mana saja” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 17 responden atau 10% yang menyatakan setuju sebanyak 151 responden atau 88%, dan yang

menjawan cukup setuju sebanyak 2 responden atau 11%, yang menyatakan tidak setuju 0 atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 atau 0%

Untuk indikator keempat “Transaksi HP” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 151 responden atau 88% yang menyatakan setuju sebanyak 19 responden atau 11%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 0 responden atau 0%, yang menyatakan tidak setuju 0 atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 atau 0%

Untuk indikator kelima “Bisa mengisi nominal dari 20.000-1.000,000” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 153 responden atau 90% yang menyatakan setuju sebanyak 16 responden atau 94%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 1 responden atau 0,58%, yang menyatakan tidak setuju 0 atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 atau 0%

Untuk indikator keenam “Kemudahan PLN di hubungin” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 responden atau 08% yang menyatakan setuju sebanyak 153 responden atau 90%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 3 responden atau 17%, yang menyatakan tidak setuju 0 atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 atau 0%

Untuk indikator ketujuh “KWH otomatis” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 13 responden atau 76% yang menyatakan setuju sebanyak 20 responden atau 11%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 137responden atau 80%, yang menyatakan tidak setuju 0 atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 atau 0%

Untuk indikator kedelapan “Transaksi pemabayaran bisa melalui ATM” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 11 responden atau 64% yang menyatakan setuju sebanayak 31 responden atau 18%, dan yang menjawan cukup setuju sebanyak 128responden atau 75%, yang menyatakan tidak setuju 0 atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 atau 0%

4. Distribusi Frekuensi Variabel jaminan (X4)

Pada variabel jaminan terhadap tujuh item pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk menjawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.6 berikut;

Tabel 4.6
Distribusi Frekuensi Variabel Jaminan(X4).

Item	5		4		3		2		1		Tota
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
X _{4.1}	4	23	16	94	92	54	30	17	28	16	170
X _{4.2}	9	52	122	71	36	21	2	11	1	0,58	170
X _{4.3}	12	70	120	70	38	22	0	0	0	0	170
X _{4.4}	12	70	153	90	4	23	1	0,05	0	0	170
X _{4.5}	15	88	95	55	60	35	0	0	0	0	170
X _{4.6}	14	82	34	20	75	44	48	28	0	0	170
X _{4.7}	20	11	45	26	104	61	1	0,05	0	0	170

Sumber: data primer diolah 2017

Pada tabel 4.4. dapat diketahui bahwa dari 170 responden, untuk item pertanyaan yanitu “Jaminan Kerahasian di jamin” terdapat 4 responden atau 23% yang menyatakan sangat setuju, yang menyatakan setuju sebanyak 16 responden atau 94%, yang menjawab cukup setuju 92 responden atau 5%, yang menyatakan tidak setuju 30 responden atau 17%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 28 responden atau 16%.

Untuk indikator kedua “Permintaan pasang listrik” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 9 responden atau 52% yang menyatakan setuju sebanyak 122 responden atau 71%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 36 responden atau 21%, yang menyatakan tidak setuju 2 responden atau 11%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 1 responden atau 0,58%

Untuk indikator ketiga “Secepat yang dijanjikan” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 12 responden atau 70% yang menyatakan setuju sebanyak 120 responden atau 70%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 38 responden atau 22%, yang menyatakan tidak setuju 0 responden atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%

Untuk indikator keempat “Dapat dilakukan 2X pengisian” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 12 responden atau 70% yang menyatakan setuju sebanyak 153 responden atau 90%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 4 responden atau 23%, yang menyatakan tidak setuju 1 responden atau 0,05%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%

Untuk indikator kelima “Pemberian privasi token” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 15 responden atau 88% yang menyatakan setuju sebanyak 95 responden atau 55%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 60 responden atau 35%, yang menyatakan tidak

setuju 1 responden atau 0,05%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%

Untuk indikator keenam “token online” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 14 responden atau 8% yang menyatakan setuju sebanyak 34 responden atau 20%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 75 responden atau 44%, yang menyatakan tidak setuju 48 responden atau 28%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%

Untuk indikator ketujuh “Mendapatkan struk pembayaran” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 20 responden atau 12% yang menyatakan setuju sebanyak 45 responden atau 26%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 75 responden atau 44%, yang menyatakan tidak setuju 1 responden atau 0,05%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%

5. Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan (Y)

Pada variabel kepuasan terdapat empat pertanyaan yang diberikan kepada responden untuk dijawab. Jawaban responden dapat dilihat pada Tabel 4.7 berikut:

Tabel 4.7
Distribusi Frekuensi Variabel Kepuasan (Y)

Ite	5		4		3		2		1		Total
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
Y ₁	44	25	120	70	6	35	0	0	0	0	170
Y ₂	47	27	117	68	6	35	0	0	0	0	170
Y ₃	53	31	115	67	2	11	0	0	0	0	170
Y ₄	51	30	116	68	3	17	0	0	0	0	170

Sumber: data primer diolah 2017

Pada tabel 4.4. dapat diketahui bahwa dari 170 responden, untuk item pertanyaan yaitu “Bukti fisik” terdapat 44 responden atau 25% yang menyatakan sangat setuju, yang menyatakan setuju sebanyak 120 responden atau 70%, yang menjawab cukup setuju 63 responden atau 35%, yang menyatakan tidak setuju 0 responden atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%.

Untuk indikator kedua “Kehandalan” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 47 responden atau 27% yang menyatakan setuju sebanyak 117 responden atau 68%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 6 responden atau 3%, yang menyatakan tidak setuju 0 responden atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%

Untuk indikator ketiga “Daya tanggap” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 53 responden atau 31% yang menyatakan setuju sebanyak 115 responden atau 67%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 2 responden atau 1%, yang menyatakan tidak setuju 0 responden atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%

Untuk indikator keempat “Jaminan” bahwa responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 51 responden atau 30% yang menyatakan setuju sebanyak 116 responden atau 68%, dan yang menjawab cukup setuju sebanyak 3 responden atau 1%, yang menyatakan tidak setuju

0 responden atau 0%, dan yang menyatakan sangat tidak setuju 0 responden atau 0%

4.3. Uji Instrumen Penelitian

Kuesioner dalam penelitian digunakan sebagai alat analisa. Oleh karena itu dalam analisa yang dilakukan lebih bertumpu pada skor responden pada tiap tiap amatan. Sedangkan benar tidaknya skor responsi tersebut tergantung pada pengumpulan data. Intrumen pengumpulan data yang baik harus memenuhi 2 persyaratan penting yaitu valid dan reliabel.

4.3.1. Uji Validitas

Pengujian validitas sangat diperlukan dalam satu penelitian, khususnya yang menggunakan kuesioner dalam memperoleh data. Pengujian validitas dimaksudkan untuk mengetahui keabsahan menyangkut pemahaman mengenai keabsahan antara konsep dan kenyataan empiris. Uji validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalitan dan kesesahan suatu intrumen. Sebuah intrumen dikatakan valid apabila mengukur apa yang diinginkan diukur atau dapat mengungkapkan data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya validitas instrumen menunjukkan sejauh mana terkumpul tidak menyimpan dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Pengujian validitas dapat dilakukan dengan cara mengkorelasikan masing-masing faktor atau variabel dengan total faktor atau variabel tersebut dengan menggunakan korelasi (r) product moment.

Tabel 4. 8
Uji validitas Variabel

Sumber : Data primer diolah 2017

Item	hitung	sig	terangan
X1.1	,366	,000	Valid
X1.2	,215	,000	Valid
X1.3	,345	,000	Valid
X1.4	,360	,000	Valid
X1.5	,211	,000	Valid
X1.6	,411	,000	Valid
X1.7	,689	,000	Valid
X1.8	,492	,000	Valid
X2.1	,851	,000	Valid
X2.2	,797	,000	Valid
X2.3	,830	,000	Valid
X2.4	,166	,000	Valid
X2.5	,567	,000	Valid
X2.6	,403	,000	Valid
X2.7	,731	,000	Valid
X3.1	,319	,000	Valid
X3.2	,017	,000	Valid
X3.3	,283	,000	Valid
X3.4	,008	,000	Valid
X3.5	,076	,000	Valid
X3.6	,235	,000	Valid
X3.7	,916	,000	Valid
X3.8	,419	,000	Valid
X4.1	,847	,000	Valid
X4.2	,825	,000	Valid
X4.3	,902	,000	Valid
X4.4	,265	,000	Valid
X4.5	,776	,000	Valid
X4.6	,862	,000	Valid
X4.7	,853	,000	Valid
Y ₁	,832	,000	Valid
Y ₂	,825	,000	Valid
Y ₃	,831	,000	Valid
Y ₄	,879	,000	Valid

Dari Tabel 4.8 di atas dapat dilihat bahwa nilai signifikan lebih kecil dari 0,03 ($\alpha = 0,03$) yang berarti tiap-tiap indikator variabel

adalah valid, sehingga dapat disimpulkan bahwa indikator tersebut dapat digunakan mengukur variabel penelitian.

4.3.2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan tingkat kemantapan, ketajaman dan ketetapan suatu alat ukur atau uji yang digunakan mengetahui sejauh mana pengukuran relatif konsisten apabila dilakukan pengukuran ulang. Uji ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana jawaban seseorang konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Arikunto menjelaskan tentang reliabilitas sebagai berikut:

“Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik” (Arikunto,2010).

Teknik pengujian reliabilitas adalah dengan menggunakan nilai koefisien reliabilitas alpha. Kriteria pengambilan keputusannya adalah apabila nilai dari koefisien reliabilitas alpha lebih besar dari 0,6 maka variabel tersebut sudah reliabel (handal)

Tabel 4. 9
Uji Reliabilitas Variabel

	Variabel	Koefisien	Penerangan
1.	Bukti fisik (X ₁)	0,765	Reliabel
2.	Kehandalan (X ₂)	0,742	Reliabel
3.	Daya tanggap (X ₃)	0,711	Reliabel
4.	Jaminan (X ₄)	0,882	Reliabel
5.	Kepuasan (Y)	0,880	Reliabel

Sumber: Data primer diolah 2017

Dari Tabel 4.9 diketahui bahwa nilai alpha cronbach untuk semua variabel lebih besar dari 0,6 dari ketentuan yang telah disebutkan sebelumnya maka semua variabel yang digunakan untuk penelitian sudah reliabel.

4.4. Asumsi –asumsi Klasik Regresi

Asumsi-asumsi klasik ini harus dilakukan pengujiannya untuk memenuhi penggunaan regresi linier berganda. Setelah diadakan perhitungan regresi berganda melalui alat bantu SPSS *for Windows*, diadakan pengujian asumsi klasik regresi. Hasil pengujian disajikan sebagai berikut:

4.4.1. Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ini dilakukan untuk mengetahui bahwa tidak terjadi hubungan yang sangat kuat atau tidak terjadi hubungan linier yang sempurna atau dapat pula dikatakan bahwa antar variabel bebas tidak saling berkaitan. Cara pengujinya adalah dengan membandingkan nilai Tolerance yang didapat dari perhitungan regresi berganda, apabila nilai tolerance $< 0,1$ maka terjadi multikolinieritas. Hasil uji multikolinieritas dapat dilihat pada tabel 4.9

Tabel 4.10
Uji Multikolinieritas
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations	Collinearity Statistics

	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.315	4.184		1.510	.133					
X1	.240	.109	.175	2.205	.029	.191	.169	.167	.913	1.095
X2	.089	.080	.089	1.119	.265	.118	.087	.085	.907	1.102
X3	-.044	.049	-.071	-8.99	.370	-.023	-.070	-.068	.925	1.081
X4	.039	.037	.082	1.033	.303	.060	.080	.078	.915	1.093

a. Dependent Variable: Y

Sumber data diolah

Berdasarkan tabel 4.9 berikut hasil pengujian dari masing-masing variabel bebas:

1. Tolerance untuk bukti fisik adalah 0,913
2. Tolerance untuk kehandalan adalah 0,907
3. Tolerance untuk daya tanggap adalah 0,915
4. Tolerance untuk jaminan adalah 0,915.

Syaratnya VIF harus kurang dari 5 kesimpulannya tidak terjadi multikolinieritas

X1 : 1,095 lebih kecil dari 5 , tidak terjadi multikolinieritas

X2 : 1, 102 lebih kecil dari 5, tidak terjadi multikolinieritas

X3 : 1,081 lebih kecil dari 5, tidak terjadi multikolinieritas

X4 : 1,093 lebih kecil dari 5, tidak terjadi multikolinieritas

Dari hasil pengujian tersebut dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi multikolinieritas antar variabel bebas. Dengan demikian uji asumsi tidak adanya multikolinieritas dapat terpenuhi.

4.4.2. Linieritas

Pengujian linearitas ini perlu dilakukan, untuk mengetahui apakah model di buktikan merupakan model linear atau tidak. Uji linieritas dilakukan dengan menggunakan curve estimation, yaitu gambaran hubungan linier antara variabel X dengan variabel Y. Jika nilai sig $f < 0,05$, maka variabel X tersebut memiliki hubungan linier dengan adapun untuk pengujian asumsi linieritas dengan SPSS hasil di uji linieritas dapat di lihat di tabel 4.1

Tabel 4.11

Uji Linieritas

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: Y

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.036	6.362	1	168	.013	7.920	.262

The independent variable is X1.

Model Summary and Parameter Estimates

Model Summary and Parameter Estimates							
Dependent Variable: Y							
Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.014	2.384	1	168	.124	13.203	.119

Model Summary and Parameter Estimates							
Dependent Variable: Y							
	Model Summary					Parameter Estimates	
Equation	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.014	2.384	1	168	.124	13.203	.119
The independent variable is X2.							

Model Summary and Parameter Estimates							
Dependent Variable: Y							
	Model Summary					Parameter Estimates	
Equation	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.001	.087	1	168	.769	17.526	-.014
The independent variable is X3.							

Model Summary and Parameter Estimates							
Dependent Variable: Y							
	Model Summary					Parameter Estimates	
Equation	R	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.004	.610	1	168	.436	16.336	.028

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: Y

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R					Constant	b1
Linear	.004	.610	1	168	.436	16.336	.028

The independent variable is X4.

Sumber data diolah

Syaratnya sig harus lebih besar dari 0,05

X₁ : 0,013 lebih kecil dari pada 0,05 , X₂ tidak linieritas dengan Y

X₂ : 0,124 lebih besar dari pada 0,05, X₂ linieritas dengan Y

X₃ : 0,769 lebih besar dari pada 0,05, X₃ linieritas dengan Y
X₄ : 0,456 lebih besar dari pada 0,05, X₄ linieritas dengan Y

4.4.3. Normalitas

Uji ini dilakukan untuk mengetahui apakah nilai residual tersebut normal atau tidak. Prosedur uji dilakukan dengan uji Kolmogov-Smirnov, dengan ketentuan sebagai berikut:

H₀ : residual tersebut normal

H₁ : residual tidak tersebut normal

Jika nilai sig (*p-value*) > maka H₀ diterima yang artinya normalitas terpenuhi. Hasil uji normalitas dapat dilihat pada Tabel 4.12

**Tabel 4.12 Hasil Uji Normalitas
One-sample Kolmogov-Smimov Test
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		170
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.66868700
Most Extreme Differences	Absolute	.226
	Positive	.226
	Negative	-.121
Kolmogorov-Smirnov Z		2.945
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000
a. Test distribution is Normal.		

Sumber: data primer diolah

Syaratnya kolmogorov harus lebih besar dari 0,05, kesimpulan data test distribution normal. Nilainya kolmogorov 2.945 lebih besar dari pada 0,05. Maka katentuan H_0 diterima yaitu bahwa asumsi normalitas terpenuhi.

4.5. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi ini digunakan untuk menghitung besarnya pengaruh antara variabel bebas, yaitu bukti fisik (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4), terhadap variabel terlihat yaitu kepuasan (Y).

4.5.1. Presamaan regresi

Persamaan regresi digunakan mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat. Dengan menggunakan bantuan *SPSS for Windows ver 16.0* didapatkan model regresi seperti pada Tabel 4.10

Tabel 4.13
Regresi persamaan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.225 ^a	.051	.028	1.689	1.784

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber: Data primer diolah

$$Y = 6.315 + 0,240 X_1 + 0,89X_2 + 0,044X_3 + 0,039X_4 + e$$

Dari persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

Nilai *Adjusted R Square* (Korfisien Determinasi) menunjukkan nilai sebesar 0,028 atau 2,8% .menunjukkan bahwa kemampuan menjelaskan variabel independent (bukti fisik (X_1), kehandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4) terhadap variabel Y (kepuasan pelanggan) sebesar 2,8% sedangkan sisanya sebesar 97,2% dijelaskan oleh variabel lain di luar 4 variabel bebas tersebut yang tidak dimasukkan dalam model.

Tabel 4.14
Hasil Uji t / Parsial
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	6.315	4.184		1.510	.133					
X1	.240	.109	.175	2.205	.029	.191	.169	.167	.913	1.095
X2	.089	.080	.089	1.119	.265	.118	.087	.085	.907	1.102
X3	-.044	.049	-.071	-.899	.370	-.023	-.070	-.068	.925	1.081
X4	.039	.037	.082	1.033	.303	.060	.080	.078	.915	1.093

a. Dependent Variable: Y

Berdasarkan pada tabel 4.10 didapatkan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 6.315 + 0,240 X_1 + 0,89X_2 + 0,044X_3 + 0,039X_4$$

Dari persamaan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Uji t terhadap variabel bukti fisik (X_1) didapatkan t_{hitung} sebesar 2,205 dengan signifikansi t sebesar 0,029 karena t_{hitung} lebih besar tabel t t_{tabel} ($2,205 > 1,645$) atau signifikansi t lebih kecil dari 5% ($0,029 < 0,05$), maka secara parsial variabel bukti fisik (X_1) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

2. Uji t terhadap variabel kehandalan (X_2) didapatkan t_{hitung} sebesar 1,119 dengan signifikansi t sebesar 0,256 karena t_{hitung} lebih kecil t_{tabel} ($1,119 > 1,645$) atau signifikansi t lebih besar dari 5% ($0,02 < 0,05$), maka secara persial variabel kehandalan (X_2) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).
3. Uji t terhadap variabel daya tanggap (X_3) didapatkan t_{hitung} sebesar 0,899 dengan signifikansi t sebesar 0,370 karena t_{hitung} lebih kecil t_{tabel} ($0,899 < 1,645$) atau signifikansi t lebih besar dari 5% ($0,370 < 0,05$), maka secara persial variabel daya tanggap (X_3) tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).
4. Uji t terhadap variabel jaminan (X_4) didapatkan t_{hitung} sebesar 1,033 dengan signifikansi t sebesar 0,303. Karena t_{hitung} lebih kecil t_{tabel} ($1,033 < 1,645$) atau signifikansi t lebih besar dari 5% ($0,303 > 0,05$), maka secara persial variabel jaminan (X_4) berpengaruh signifikan terhadap variabel kepuasan pelanggan (Y).

4.5.2. Penguji Hipotesis

Pengujian hipotesis merupakan bagian penting dalam penelitian, setelah data terkumpul dan diolah. Kegunaan utamanya adalah untuk menjawab hipotesis yang dibuat oleh peneliti.

4.5.3. Hipotesis (F test)

Digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dan variabel bebas, apakah variabel *tangible* (X_1), *reliability* (X_2), *responseveness* (X_3),

assurance (X_4) dan empathy (X_5). Berpengaruh secara simultan terhadap variabel terikat (Y). Ghozali (dalam Indriaty 2010:72).

Rumus yang dikemukakan Sugiono (dalam Fuadi 2008:48)

$$F_{tes} = \frac{R^2 (k-1)}{(1-R^2) / (N-K)}$$

Keterangan :

F_{test} = ukuran signifikan dari koefisien regresi berganda secara simultan

K = jumlah variabel bebas

R^2 = koefisien determinasi

N = banyak sampel

Hipotesis:

H_0 = tidak berpengaruh

H_a = berpengaruh

Kriteria pengambilan keputusan:

Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 tidak berpengaruh

Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_a berpengaruh

H_0 diterima tidak ada pengaruh signifikan antar variabel bebas dan variabel terikat.

H_a ditolak ada pengaruh signifikan antar variabel bebas dan variabel terikat.

Tahapan pengujian uji F (simultan)

H_0 = variabel kualitas pelayanan tidak pengaruh secara signifikan terhadap kepuasa pelanggan

H_a = variabel kualitas pelayanan ada pengaruh terhadap kepuasan pelanggan

Tabel 4.15
Uji F
ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25.040	4	6.260	2.195	.072 ^a
	Residual	470.583	165	2.852		
	Total	495.624	169			

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

Sumber : Data primer diolah

Uji hipotesis secara simultan (uji F). Dari hasil perhitungan didapatkan nilai F_{hitung} sebesar 2,195 (signifikasi $F = 0,072$). Jadi $F_{hitung} > F_{tabel}$ ($2,195 < 2,17$) atau $sig F > 5\%$ ($0,000 < 0,05$). Artinya bahwa secara bersama-sama variabel bebas yang terdiri dari variabel bukti fisik (X_1), kehandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4) tidak berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).

4.6 Pembahasan

4.1.1. Analisis dan Interpretasi secara simultan

Hasil analisis deskriptis menunjukkan bahwa kualitas kepuasan yang diberikan oleh PT. PLN (persero) UPJ Blega-Bangkalan secara umum sudah baik. Dapat ditunjukkan dari banyak *feedback* positif dari responden atas kepuasan yang

diberikan oleh PT. PLN (persero) dalam menyediakan kepuasan dalam pemakaian. Dari hasil yang diperoleh bahwa variabel penelitian. Dari hasil tersebut selanjutnya diperoleh bahwa variabel kualitas kepuasan menjadi bukti fisik (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hal ini dikarenakan kepuasan yang diberikan oleh PT. PLN (persero) UPJ Blega-Bangkalan yang sangat baik dan dalam pemain atau pemakai jasa dalam PT. PLN (persero) UPJ Blega-Bangkalan. Sesuai dengan pernyataan yang dikemukakan parasuraman, Berry dan Zenthaml (dalam Lupiyodi, 2006:181). *Service Quality* adalah seberapa jauh perbedaan antara harapan dan kenyataan para pelanggan atas kepuasan yang diterima. *Service Quality* dapat diketahui dengan cara membandingkan persepsi pelanggan atas kepuasan yang benar-bener mereka terima dengan kepuasan sesungguhnya yang mereka harapkan.

Pada dasarnya islam memandang fasilitas dalam dalam bisnis tidaklah jauh beda dengan konsep konvensional hanya saja islam sedikit lebih menekankan pada efektivitas dan efisiensi dari fasilitas tersebut, jadi sah sah saja apabila satu perusahaan memberikan fasilitas yang bagus pegawai ataupun konsumennya tapi harus disesuaikan dengan apa yang dijelaskan dalam Al-Qur'an At-Takaatsur ayat 1-5 yaitu:

أَلْهَيْكُمْ التَّكَاثُرُ ۖ حَتَّى زُرْتُمُ الْمَقَابِرَ ۚ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ﴿١﴾
 ثُمَّ كَلَّا سَوْفَ تَعْلَمُونَ ﴿٢﴾ كَلَّا لَوْ تَعْلَمُونَ عِلْمَ الْيَقِينِ ﴿٣﴾

Artinya:

1. Bermegah-megahan telah melalaikan kamu, 2. sampai kamu masuk ke dalam kubur.3. janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui (akibat perbuatanmu itu),4. dan janganlah begitu, kelak kamu akan mengetahui.5. janganlah begitu, jika kamu mengetahui dengan pengetahuan yang yakin,

Jadi sah sah saja apabila Perusahaan PT. PLN Cabang KotaBangkalan dalam memberikan fasilitas bagi konsumen denga ataupun dengan fasilitas berlimpahataupun dengan fasilitas yang seperlunya, tergantung mereka butugnya untuk apa dan seberapa mampu memberikan fasilitas tersebut.

Dalam pelaksanaanya perusahaan PT. PLN Cabang Kota Bangkalan tidak main main dalam memberikan pelayananya kepada konsumen, dan sangat terampil dalam menjalankan tugasnya melayani para konsumen. Mereka sangat cekatan, tidak perlu waktu lama untuk menjawab permasalahan yang di sampaikan oleh konsumen, meraka pula sangat paham betul dalam menjalankan tugasnya dengan baik.

Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Al-Maidah ayat 1.

يٰۤاَيُّهَا الَّذِيْنَ ءَامَنُوْا اَوْفُوْا بِالْعُقُوْدِ ۗ اُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيْمَةُ الْاَنْعَامِ اِلَّا مَا يُتْلٰى عَلَيْكُمْ غَيْرِ مَحْلٰى اَلصَّيْدِ وَاَنْتُمْ حُرْمٌ ۗ اِنَّ اللّٰهَ تَحْكُمُ مَا يُرِيْدُ ﴿١﴾

Artinya:

Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu[388]. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya.

Dari ayat di atas pula kita dapat menyimpan bahwasannya memberikan pelayanan haruslah dengan cepat dan tepat, dikarenakan ayat di atas juga

menjelaskan terkait dengan profesionalisme. Segala sesuatu yang memang sudah tanggung jawabnya haruslah dilakukan dan apa yang dilarang seharusnya pula tidak dilakukan.

Dalam islam memenuhi janji adalah suatu keharusan, dan ini pula yang bisa dikaitkan dengan kehandalan. Bagaimana seseorang ataupun instansi memenuhi apa yang iya sampaikan secara tepat dan benar, di dalam Al-Qur'an surat An-Nahl ayat 91 yang isinya:

وَأَوْفُوا بِعَهْدِ اللَّهِ إِذَا عَاهَدْتُمْ وَلَا تَنْقُضُوا الْأَيْمَانَ بَعْدَ تَوْكِيدِهَا وَقَدْ
 جَعَلْتُمُ اللَّهَ عَلَيْكُمْ كَفِيلًا إِنَّ اللَّهَ يَعْلَمُ مَا تَفْعَلُونَ ﴿٩١﴾

Artinya:

dan tepatilah Perjanjian dengan Allah apabila kamu berjanji dan janganlah kamu membatalkan sumpah-sumpah(mu) itu, sesudah meneguhkannya, sedang kamu telah menjadikan Allah sebagai saksimu (terhadap sumpah-sumpahmu itu). Sesungguhnya Allah mengetahui apa yang kamu perbuat.

Ayat di atas menjelaskan bahwa setiap manusia diwajibkan mencapai janji yang telah ditetapkan, demikian juga dengan pelaku bisnis baik janji yang ditetapkan secara langsung maupun janji-janji dalam bentuk promosi, semuanya harus ditepati dan sesuai dengan kenyataan. Penawaran ketika promosi atau iklan yang tidak sesuai dengan kenyataan berarti telah mengingkari janji yang ditetapkan dan hal ini telah mengandung unsure penipuan yang akan merugikan konsumen.

Dalam islam sikap empati merupakan wujud dari kemauan karyawan untuk memberikan kemudahan pada pelanggan dengan senang hati dalam melakukan transaksi, disaat pelanggan mengalami kesulitan maka karyawan siap membantu. Adapun dalam salah satu hadistnya Rasulullah SAW memerintahkan

kepada kita agar berusaha untuk menjadikan manusia yang bermanfaat bagi sesame, bahkan beliau menjadikan” bermanfaat bagi sesame” sebagai parameter baik tidaknya kualitas iaman seseorang. Hal ini beliau sampaikan dalam sebuah hadis yang diriwayatkan sahabat Jabir bin Abdillah:

خير الناس انفعهم للناس

Artinya:

“sebaik baiknya manusia adalah yang paling bermanfaat bagi sesamanya”.

Jadi berdasarkan penjelasan hadist diatas maka perusahaan mau tidak mau harus melakukan hal tersebut, mengingat mereka telah membawa paham syariah dalam kegiatan perbankannya. Dan dari hasil penelitian pula apa yang dilakukan oleh perusahaan sudah mengadopsi dan mengimplementasikannya.

Berbicara tentang kompetensi dan sopan santun pegawai, penulis rasa hal ini sudah terpenuhi dengan jawaban terkait yang ada pada dimensi *tangibles dan responsiveness di atas*. Al-Qu’an surat Ali imran ayat 159.

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ^ط وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَانْفَضُّوا مِنْ حَوْلِكَ^ط فَاعْفُ عَنْهُمْ^ط وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ^ط وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ^ط فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ^ج إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya:

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

Berdasarkan ayat diatas, jelas bahwa setiap manusia dituntun untuk berlaku lemah lembut agar orang lain merasakan kenyamanan bila berada disampingnya. Apalagi dalam pelayanan yang mana konsumen banyak pilihan, bila pelaku bisnis tidak mampu memberikan rasa aman dengan kelemahan lembutannya maka konsumen akan pindah ke perusahaan lain.

4.1.2. Analisis dan Interpretasi secara parsial

Secara parsial bukti fisik (X1), kehandalan (X2), daya tanggap (X3), jaminan (X4) berpengaruh secara signifikan terhadap kepuasan konsumen (Y), hal ini dapat dilihat pada tabel koefisien melalui pengujian hipotesis dan kemudian dibandingkan dengan t tabel yaitu $N = \text{jumlah sampel} = 170$, dengan $\alpha = 0,05$ sebesar 1,984 maka hasil dari tiap-tiap variabel dapat diketahui variabel mana yang berpengaruh terhadap kepuasan konsumen sebagai berikut:

1. Bukti fisik (X1)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel tampilan fisik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal ini memberikan bukti empiris bahwa bukti fisik dari penyedia jasa yang ditunjukkan dengan interior PT. PLN (persero) dan kepuasan dalam memakai listrik sebagai bentuk akan meningkatkan kepuasan kepada konsumen secara nyata.

2. Kehandalan (X2)

Hasil peneliti menunjukkan bahwa variabel kehandalan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil ini sesuai dengan apa yang dikemukakan Parasuraman, dkk. Dalam (Lupiyodi 2006:80) bahwa kehandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan kepuasan sesuai dengan apa yang telah dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Dalam penelitian Zuhendri 2009 bahwa *reliability* atau kehandalan berpengaruh positif signifikan terhadap kepuasan konsumen.

3. Daya tanggap (X3)

Hasil peneliti menunjukkan bahwa variabel daya tanggap memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen hal ini dengan apa yang diutarakan parsuraman ddk, dalam (Lupiyoadi & hamdi, 2008:82) daya tanggap merupakan kebijakan untuk membantu dan memberikan kepuasan yang cepat dan cepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas dan tidak membiarkan konsumen menunggu terlalu lama.

4. Jaminan(X4)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel jaminan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap kepuasan. Hal ini sesuai dengan apa yang dikemukakan oleh parsuraman ddk dalam (Lupiyodi & Hamdi, 2008:82) jaminam merupakan kemampuan perusahaan bersama karyawan atas pengetahuan produk secara tepat, sifat dapat dipercaya oleh pelanggan.

Kualitas kepuasan dalam pemakaian yang terdiri dari *tangibles*, *reliability*, *assurance*, dan *empaty* telah diterapkan dengan baik. Hal ini ditunjukkan dari penerapan kualitas tersebut sudah sesuai dengan standard an penilaian dari konsumen.

Dalam memenuhi kepuasan pemakaian (listrik Prabayar) selalu mengutamakan kepuasan dan keamanan konsumen. Karena kepuasan dan keamanan konsumen adalah tujuan dari kepuasan konsumen yang diberikan oleh PT. PLN ini. Sesuai dengan ajaran agama islam bila ingin memberikan hasil usaha baik berupa barang maupun kepuasan / jasa hendaknya memberikan yang berkualitas, jangan memberikan yang buruk atau tidak berkualitas kepada orang lain. Seperti dijelaskan dalam Al-Qur'an surat Al-Baqorah ayat 267:

يَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا أَنفِقُوا مِن طَيِّبَاتِ مَا كَسَبْتُمْ وَمِمَّا أَخْرَجْنَا لَكُمْ
 مِنَ الْأَرْضِ ۖ وَلَا تَيَمَّمُوا الْخَبِيثَ مِنْهُ تُنْفِقُونَ وَلَسْتُمْ بِكَافِرِيهِ إِلَّا أَن تَغْمِضُوا
 فِيهِ ۚ وَأَعْلَمُوا أَنَّ اللَّهَ غَنِيٌّ حَمِيدٌ ﴿٢١٧﴾

Artinya :

“ Hai orang-orang yang beriman, nafkahkanlah (di jalan Allah) sebagian dari hasil usahamu yang baik-baik dan sebagian dari apa yang Kami keluarkan dari bumi untuk kamu. dan janganlah kamu memilih yang buruk-buruk lalu kamu menafkahkan daripadanya, Padahal kamu sendiri tidak mau mengambilnya melainkan dengan memincingkan mata terhadapnya. dan ketahuilah, bahwa Allah Maha Kaya lagi Maha Terpuji.

Keperhatian dalam memberi kepuasan diterapkan oleh PT. PLN yang harus diperhatikan oleh para karyawan maupun pegawai lainnya kerana kesopanan, selalu bersifat ramah adalah sebuah standar yang telah diterapkan oleh PT. PLN bertujuan demi kepuasan pelanggan. Sesuai dengan dalam (Adiwarman Karin, 2003:73) menjelaskan bahwa baik buruknya perilaku bisnis para pengusaha menentukan sukses gagalnya bisnis yang dijalankan. Al-Qur'an Surat Ali Imran Ayat 159 menjelaskan:

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لِنْتَ لَهُمْ ۗ وَلَوْ كُنْتَ فَظًّا غَلِيظَ الْقَلْبِ لَأَنفَضُوا مِنْ
 حَوْلِكَ ۗ فَاعْفُ عَنْهُمْ وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ ۗ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى
 اللَّهِ ۚ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Artinya:

“ Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu Berlaku lemah lembut terhadap mereka. Sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu[246]. kemudian apabila kamu telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya.

PT. PLN persero) UPJ Blega-Bangkalan (listrik Prabayar) memberikan kepuasan dan keamanan pelanggan agar pelanggan bisa merasa puas dan bisa memberikan nilai positif kepada perusahaan sesuai dalam (Supranto, 2001:44) istilah kepuasan pelanggan merupakan label yang digunakan oleh pelanggan untuk meringkas suatu himpunan aksi atau tindakan yang terlihat, terkait dengan produk atau jasa.

Dalam Al-Qur'an telah memerintahkan dengan perintah yang sangat ekspresif agar kaum muslimin bersifat simpatik, lembut dan sapaan yang baik dan sopan manakala iya berbicara dengan orang lain. Allah berfirman dalam Tafsir Al-Qu'an Surat Al-Baqorah: 83, yang berbunyi:

وَإِذْ أَخَذْنَا مِيثَاقَ بَنِي إِسْرَائِيلَ لَا تَعْبُدُونَ إِلَّا اللَّهَ وَبِالْوَالِدَيْنِ إِحْسَانًا
وَذِي الْقُرْبَىٰ وَالْيَتَامَىٰ وَالْمَسْكِينِ وَقُولُوا لِلنَّاسِ حُسْنًا وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا
الزَّكَاةَ ثُمَّ تَوَلَّيْتُمْ إِلَّا قَلِيلًا مِّنْكُمْ وَأَنتُمْ مُّعْرِضُونَ ﴿٨٣﴾

Artinya:

dan (ingatlah), ketika Kami mengambil janji dari Bani Israil (yaitu): janganlah kamu menyembah selain Allah, dan berbuat kebaikanlah kepada ibu bapa, kaum kerabat, anak-anak yatim, dan orang-orang miskin, serta ucapkanlah kata-kata yang baik kepada manusia, dirikanlah shalat dan tunaikanlah zakat. kemudian kamu tidak memenuhi janji itu, kecuali sebahagian kecil daripada kamu, dan kamu selalu berpaling.

BAB V

PENUTUP

5.1. KESIMPULAN

Berdasarkan deskripsi pada baik kesimpulan BAB IV hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan dalam penelitian ini yaitu:

1. Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diketahui bahwa dari hasil penelitian bahwa secara bersama-sama variabel bebas yang terdiri dari variabel bukti fisik (X_1), kehandalan (X_2), daya tanggap (X_3), jaminan (X_4) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan (Y).
2. Dari empat Variable *reponseveness* (X_3) adalah variabel yang berpengaruh dominan di antara tiga variabel lain terhadap kepuasan pelanggan / pemakaian listrik prabayar (Y).

5.2. SARAN

1. Dari variable dimensi kualitas pelayanan yang terdiri dari lima variabel *tangible, reliability, responseveness, dan assurance*, yang berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan. Maka hendaknya PT. PLN meningkatkan kualitas kepuasan dalam hal melakukan meningkatkan kepuasan pelanggan.
2. Dari analisis regresi linier berganda terlihat bahwa nilai kepuasan pelanggan dari variabel *empati* (X_5) pengaruh lebih kecil. Hal ini dapat menjadi perhatian khusus untuk pihak PT. PLN untuk melakukan evaluasi terhadap variabel *empati* agar variabel tersebut meningkat.

3. Bagi penelitian selanjutnya yang melakukan penelitian di PT. PLN yang sama disarankan hendaknya mempertimbangkan untuk menambah jumlah sampel, menambah jumlah variabel yang diduga dapat mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan PT. PLN.



DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qua'an al-Karim danterjemah.
- Al Arif, NurRianto. *Dasar-Dasar Pemasran Bank Syari'ah*. Bandung :Alfabeta.
- Arikunto Suharsimi, (2005). *Manajemen Penelitian* Jakarta: PT. RinekaCipta.
- Arikunto, Suharsimi, (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Pratik*, ceatakan ketigabelas, penerbit, Jakarta :RinekaCipta.
- _____, (1998). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Pratik, Edisi revisi IV*. Jakarta : PT. RinekaCipta.
- Fuadi, Yuniar rouf 2008, *PengaruhPengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan keluga pasien rawat inap pada Rumah Sakit Daerah Ngudi waluyo Wligi Di Blitar*. Skripsi. UIN Malang.
- Kristianto, Paulus, (2011).*Spikologi Pemasaran*. : Jakarta Caps.
- Kotler, Philip danA.BSusanto. (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa Di Indonesia, Analisis Perencanaan, Implementasidan Pengendalian* Edisikeempat) .Jakarta :SelembaEmpat.
- Kotler, Philip (2003). *Marketing Management*, 11th Edition.Prentice Hall.Inc. New Jersey. Hal 85
- Kotler, Philip (2003). *Manajemen Pemasaran* (terjemahan jilid II). PT. Indenks, Jakarta
- Kotler, Philip (2005). *Manajemen Pemasaran*. Alihbahasa Benyamin MolanBukukesatu, edisikesebelas. Jakarta: PT.INDEKS
- Karim, Adiwarmar, 2003. *Ekonomi Islam. Suatu Kajian Kontemporer*. Jakarta: GemaInsani press
- Karim, Adiwarmar A (2003). *Bank Islam : Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada.
- Lovelock, (2005). *Manajemen Pemasaran Jasa* (terjemah). Prentice Hall InternasionalInc, New Jersey
- Mowen, John. C.,Minor, Michael. (2002). *Perilaku Konsumen*.Jakarta : PT. Penerbiterlangga.
- Nasir, (199).*MetodePenelitian*. Jakarta:Ghalia Indonesia
- Nanang, Tasunar. (2006). *Kualitas Pelayanan Sebagai Strategi Menciptakan Kepuasan pada pangkalan pendaratan Ikan (Ppi) Merodemak*, Jurnal Sains Pemasaran Indonesia, Vol. V, No.1 Mei 2006, h.41-62

- Nasutin, M. N. (2004) *Tingkat Kepuasan Pengunjung pada Objek Wisata Air terjun Guruh Gemurai Kecamatan Kuantan mudik kabupaten Singing*. Jurnal Sains Pemasaran Indonesia.
- Indriaty, Dewi retno, 2010 *Aanalisis Pengaruh Tingkat Kualitas Palayanan Jasa Puskesmas terhadap Kepuasan Pasien (studi pada puskesmas Gunungpati Semarang*. Thesis : Universitas Diponegoro
- Rambat, Lupiyoadi dan Hamdani, A., (2009). *Manajemen PemasaranJasa*, Jakarta: PT. Salemba Empat.
- Sumarwan, Ujang.(2004). *Perilaku Konsumen*. Bogor Selatan : Ghalia Indonesia.
- Sugiyono.(1997).*Statistik Untuk Penelitian*.Penerbit, CV Alfabeta.
- Sugiyono.(2006). *Statistika Untuk Peneliti*, Cetakan Ke sembilan, Alfabeta, Bandung.
- Sugiyono.(2007). *Metode Penelitian Administrasi*, Alfabeta, Bandung.
- Sutopo dan Suryanto, Adi.(2003).*Pelayanan Prima*. Jakarta: LembagaAdministrasi Negara rebublik Indonesia.
- Sunarto, (2006).*Prinsip-prinsip Pemasaran*, edisikedua,Yogyakarta: UST Press
- Sri Suratno F.G danNursya' Bani Purnama. (2004). *Analisis Tingkat Kepuasan Wajib Pajak Terhadap Kualitas Layanan Kantor Pelayanan Pajak Yogyakarta Dua, Sinergi Kajian Bisnis dan Manajemen*, Vol. 7, No. 1, h.69-87
- Sudarsono, Heri. (2004). *Konsep Ekonomi Islam*. Yogyakarta: Ekonomi
- Tjipto, FandydanCandra Gregorius.(2005). *Service, Quality Satisfaction*.Yogyakarta: CV Andi offset.
- Supranto, (2001).Pengukuran tingkat kepuasan pelanggan untuk menaikkan pangsa pasar. Jakarta; PT. RenikaCipta
- Tjiptono, Fandydan Diana, Anastasia.(1995). *Total Quality Management*. Yogyakarta: Andi.
- Ratnasari., H. Aksa. (2011). *Manajemen Pemasaran Jasa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wisnalmawati,(2005).*Pengaruh Persepsidimensi Kualiatas layanan terhadap niat pembelian ulang*. Jurnal ekonomi dan bisnis, No.3 Jilid 10 2005.
- <http://sarmantaginting02.blogspot.com/2013/04/perilaku-konsumsi-dalam-perspektif.html>

NO	Tangibles								Reliability						Responsiveness								Assurance							Kepuasan						
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4		
1.	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	
2.	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4	4	5	4	4	
3.	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	3	4	3	2	3	5	4	5	4	4		
4.	5	5	5	4	4	3	4	8	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4		
5.	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	1	3	3	4	3	2	3	5	5	5	5	5	
6.	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4		
7.	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	3	4	3	2	3	5	5	5	5	5		
8.	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4		
9.	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4		
10.	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
11.	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	
12.	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	
13.	5	5	5	4	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
14.	4	5	4	5	5	4	3	3	2	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
15.	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	1	3	3	4	3	2	3	5	5	5	5	5	
16.	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
17.	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	
18.	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	
19.	5	5	5	4	4	5	4	3	5	5	5	4	3	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	
20.	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
21.	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	
22.	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	3	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	
23.	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	
24.	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
25.	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
26.	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	
27.	4	5	4	5	5	4	3	2	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	5	5	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
28.	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	
29.	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	3	8	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
30.	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
31.	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	
32.	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	
33.	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
34.	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
35.	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
36.	5	5	5	4	4	3	3	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	3	3	4	3	2	3	4	5	4	4	4	
37.	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	1	3	3	4	3	2	3	5	5	4	5	4	
38.	5	4	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	1	3	3	4	3	2	3	4	5	4	5	4	
39.	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	1	3	3	4	3	2	3	4	3	5	4	5	
40.	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	1	3	3	4	3	2	3	4	5	4	5	4	
41.	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	1	4	4	5	3	2	3	4	4	4	4	4	
42.	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	
43.	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	
44.	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
45.	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5
46.	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
47.	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
48.	4	5	5	4	4	4	3	3	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4

49	5	5	4	5	5	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	
50	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	
51	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4	3	4	3	4	4	
52	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	4	4	3	
53	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	3	3	2	3	2	3	4	4	4	4	
54	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	
55	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
56	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	
57	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
58	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5
59	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	1	3	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	
60	4	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	
61	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	1	3	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	
61	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	3	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	
63	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
64	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
65	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
66	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	5	
67	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
68	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	
69	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
70	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	1	3	3	4	3	2	3	4	5	5	5	4	4	
71	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
72	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
73	4	5	4	5	5	4	3	3	2	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4
74	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	1	3	3	4	3	2	3	4	5	5	5	5	5	
75	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	1	3	3	4	3	2	3	5	4	5	4	5	4	
76	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	
77	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	
78	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
79	5	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
80	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
81	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	
82	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
83	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4
84	4	5	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	5	3	3	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
85	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4
86	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	3	2	3	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4
87	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
88	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	
89	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
90	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	
91	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	
92	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
93	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
94	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	
95	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5
96	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
97	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	3	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
98	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
99	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4

101	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4				
102	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4				
103	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5				
104	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4				
105	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4				
106	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	3	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4				
107	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4				
108	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4			
109	5	5	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4			
110	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4			
111	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	2	4	4	5	4	3	4	4	3	5	4			
112	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	2	3	3	4	3	2	3	4	4	4	4			
113	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	2	4	4	4	3	2	3	4	5	4	5			
114	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	2	4	4	4	3	2	3	5	4	5	4			
115	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	1	3	3	4	3	2	3	4	4	4	4			
116	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	1	3	3	4	3	2	3	4	5	4	4			
117	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	1	3	3	4	3	2	3	5	5	5	5			
118	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	3	4	4	5	4	4	4	4			
119	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	2	4	4	5	4	2	3	4	4	4	5			
120	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	2	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4			
121	5	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	3	3	3	3	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5			
122	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	3	5	4	5	5	4	3	3	1	3	3	4	3	2	4	5	4	5	4			
123	5	5	5	4	4	3	4	5	3	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	5	5	5	5			
124	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	2	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5			
125	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4		
126	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4		
127	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	2	3	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4		
128	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	2	4	4	4	3	2	3	4	3	4	4	4		
129	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4		
130	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4		
131	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	2	3	3	4	3	2	3	3	4	4	4	4		
132	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4	5	4	5	5	5	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5		
133	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	3	1	3	3	4	3	2	3	5	5	5	5		
134	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	
135	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
136	4	4	4	3	3	2	3	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
137	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	
138	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	3	3	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3	3	
139	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	
140	5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	
141	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	
142	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	
143	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	3	3	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
144	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
145	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	3	
146	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	
147	4	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
148	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
149	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
150	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
151	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
152	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5

153	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	
154	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
155	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	
156	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	2	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5
157	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	
158	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5
159	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4
160	5	5	5	4	4	5	3	3	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5
161	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	1	3	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	
162	5	5	5	4	4	3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	1	3	3	4	3	2	3	4	3	5	5	5	
163	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	1	3	3	4	3	2	3	4	5	4	5	
164	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	2	3	3	3	5	3	2	3	4	4	4	4	4	
165	5	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	
166	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	1	3	3	4	3	2	3	5	5	5	5	5		
167	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	1	3	3	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	
168	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	
169	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	
170	5	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	



UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERSITY OF MALANG

LAMPIRAN LAMPIRAN

UJI VALIDITAS

1. X1

Correlations		X1
X1.1	Pearson Correlation	.366**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170
X1.2	Pearson Correlation	.215**
	Sig. (2-tailed)	.005
	N	170
X1.3	Pearson Correlation	.345**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170
X1.4	Pearson Correlation	.360**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170
X1.5	Pearson Correlation	.211**
	Sig. (2-tailed)	.006
	N	170
X1.6	Pearson Correlation	.411**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170
X1.7	Pearson Correlation	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170
X1.8	Pearson Correlation	.492**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170

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

2. X2

Correlations		X2
X2.1	Pearson Correlation	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170
X2.2	Pearson Correlation	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170
X2.3	Pearson Correlation	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170
X2.4	Pearson Correlation	.166*
	Sig. (2-tailed)	.030
	N	170
X2.5	Pearson Correlation	.567**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170
X2.6	Pearson Correlation	.403**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170
X2.7	Pearson Correlation	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170

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

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

3. X3

Correlations

		X3
X3.1	Pearson Correlation	.319**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170
X3.2	Pearson Correlation	.017
	Sig. (2-tailed)	.830
	N	170
X3.3	Pearson Correlation	.283**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170
X3.4	Pearson Correlation	.008
	Sig. (2-tailed)	.916
	N	170
X3.5	Pearson Correlation	-.076
	Sig. (2-tailed)	.323
	N	170
X3.6	Pearson Correlation	.235**
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	170
X3.7	Pearson Correlation	.916**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	168
X3.8	Pearson Correlation	.419**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170

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

4. X4

Correlations

		X4
X4.1	Pearson Correlation	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170
X4.2	Pearson Correlation	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170
X4.3	Pearson Correlation	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170
X4.4	Pearson Correlation	.265**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170
X4.5	Pearson Correlation	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170
X4.6	Pearson Correlation	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170
X4.7	Pearson Correlation	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170

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

5. Y

Correlations

		Y
Y.1	Pearson Correlation	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170
Y.2	Pearson Correlation	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170
Y.3	Pearson Correlation	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	170
Y.4	Pearson Correlation	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	169

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

LAMPIRAN LAMPIRAN

UJI REABILITAS

1. X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.165	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Deleted	Scale Variance if Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Deleted
X1.1	29.95	1.382	.147	.108
X1.2	29.91	1.494	.057	.155
X1.3	29.95	1.400	.132	.117
X1.4	30.76	1.376	.110	.121
X1.5	30.78	1.497	-.057	.212
X1.6	31.59	1.309	-.089	.314
X1.7	30.88	1.063	.477	-.150 ^a
X1.8	30.23	1.184	-.024	.255

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

2. X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.742	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	27.59	1.616	.707	.640
X2.2	27.53	2.168	.714	.666
X2.3	27.52	2.216	.768	.666
X2.4	28.38	2.841	.007	.783
X2.5	27.58	2.304	.374	.731
X2.6	28.35	2.561	.211	.760
X2.7	27.66	1.966	.556	.687

3. X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.111	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
--	----------------------------	--------------------------------	----------------------------------	----------------------------------

X3.1	29.72	6.957	.208	.062
X3.2	28.85	7.437	-.062	.125
X3.3	29.69	7.005	.162	.072
X3.4	28.90	7.488	-.102	.140
X3.5	28.90	7.648	-.190	.163
X3.6	29.73	7.110	.122	.085
X3.7	30.35	1.209	.115	.117
X3.8	30.41	6.303	.166	.023

4. X4

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.882	7

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	22.45	8.155	.736	.865
X4.2	21.28	10.180	.766	.856
X4.3	21.23	9.988	.868	.847
X4.4	21.05	12.654	.170	.906
X4.5	21.32	10.123	.693	.862
X4.6	21.95	8.453	.773	.853
X4.7	21.25	9.761	.795	.850

5. Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.880	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	12.84	1.683	.749	.842
Y.2	12.81	1.714	.685	.867
Y.3	12.77	1.714	.749	.842
Y.4	12.78	1.663	.778	.831

LAMPIRAN-LAMPIRAN

UJI ASUMSI

1. UJI AUTOKORELASI

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.225 ^a	.051	.028	1.689	1.784

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

2. UJI MULTIKOLINIERITAS

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Beta	Zero-order	Partial	Part	Tolerance
1 (Constant)	6.315	4.184		1.510	.133					
X1	.240	.109	.175	2.205	.029	.191	.169	.167	.913	1.095
X2	.089	.080	.089	1.119	.265	.118	.087	.085	.907	1.102
X3	-.044	.049	-.071	-8.999	.370	-.023	-.070	-.068	.925	1.081
X4	.039	.037	.082	1.033	.303	.060	.080	.078	.915	1.093

a. Dependent Variable: Y

3. UJI LINIERITAS

A. X1

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable: Y

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.036	6.362	1	168	.013	7.920	.262

The independent variable is X1.

B. X2

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable:Y

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.014	2.384	1	168	.124	13.203	.119

The independent variable is X2.

C. X3

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable:Y

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.001	.087	1	168	.769	17.526	-.014

The independent variable is X3.

D. X4

Model Summary and Parameter Estimates

Dependent Variable:Y

Equation	Model Summary					Parameter Estimates	
	R Square	F	df1	df2	Sig.	Constant	b1
Linear	.004	.610	1	168	.436	16.336	.028

The independent variable is X4.

4. UJI HETEROKEDASTISITAS

Correlations

			X1	X2	X3	X4	ABS
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.367**	.297**	-.057	.502**
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.457	.000
		N	170	170	170	170	170
	X2	Correlation Coefficient	.367**	1.000	.001	-.137	.317**
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.990	.075	.000
		N	170	170	170	170	170
	X3	Correlation Coefficient	.297**	.001	1.000	.372**	.008
		Sig. (2-tailed)	.000	.990	.	.000	.913
		N	170	170	170	170	170
	X4	Correlation Coefficient	-.057	-.137	.372**	1.000	.008
		Sig. (2-tailed)	.457	.075	.000	.	.913
		N	170	170	170	170	170
	ABS	Correlation Coefficient	.502**	.317**	.008	.008	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.000	.913	.913	.
		N	170	170	170	170	170

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

5. UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized
		R e s i d u a l
N		170
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.66868700
Most Extreme Differences	Absolute	.226
	Positive	.226
	Negative	-.121
Kolmogorov-Smirnov Z		2.945
Asymp. Sig. (2-tailed)		.000
a. Test distribution is Normal.		

LAMPIRAN LAMPIRAN

1. UJI REGRESI BERGANDA

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.225 ^a	.051	.028	1.689	1.784

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

2. UJI SIMULTAN

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25.040	4	6.260	2.195	.072 ^a
	Residual	470.583	165	2.852		
	Total	495.624	169			

a. Predictors: (Constant), X4, X1, X3, X2

b. Dependent Variable: Y

3. UJI PARSIAL

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.315	4.184		1.510	.133					

X1	.240	.109	.175	2.205	.029	.191	.169	.167	.913	1.095
X2	.089	.080	.089	1.119	.265	.118	.087	.085	.907	1.102
X3	-.044	.049	-.071	-.899	.370	-.023	-.070	-.068	.925	1.081
X4	.039	.037	.082	1.033	.303	.060	.080	.078	.915	1.093

a. Dependent Variable: Y

ALANG



MAULANA MALIK IBRAHIM STATE ISLAMIC UNIVERS

DATA RESPONDEN

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Apakah anda pernah menggunakan jasa di PT.PLN (persero)?

Iya

Tidak

A. PEDOMAN PENGISIAN KUESIONER

Untuk menjawab setiap pertanyaan tertutup pada kuesioner yang disediakan, anda cukup memberi tanda check (√) pada salah satu kolom nilai yang dianggap paling mewakili kondisi yang anda rasakan.

Keterangan :

1 :Sangat Tidak Setuju

2 : Tidak Setuju

3 :Cukup Setuju

4 : Setuju

5 : Sangat Setuju

B. PERTANYAAN PENELITIAN

Berikan jawaban terhadap semua pertanyaan dalam kuesioner ini dengan memberikan penilaian tentang sejauhmanapertanyaan itu sesuai dengan realita, berikan tanda check (√) denga rentang nilai 1-5 dalam kotak yang tersedia.

No	Variabel Tangibles (Bukti Fisik) (X1)	Pendapat Responden				
		Item Pertanyaan	1(STS)	2(TS)	3(CS)	4(S)
1	Pelanggan lebih mudah membeli setrum isi ulang.					
2	Pelanggan tidak dikenakan biaya beban bulanan.					
3	Pelanggan tidak dikenakan denda keterlambatan.					
4	Tidak ada saksi pemutusan.					
5	Tidak ada petugas pencatat meter yang datang ke rumah sehingga privasi tidak terganggu.					
6	Privasi pelanggan tidak akan terganggu oleh PLN					
7	Tidak akan ada batas masa aktif selama KWH tidak terganggu					
8	Mesin elektronik akan memberi tanda berupa bunyi alarm ketika sisa pulsa kita sudah minim					

No	Variabel Reliability (Kehandalan) (X2)	Pendapat Responden				
		Item Pertanyaan	1(STS)	2(TS)	3(CS)	
1	Pelanggan dapat mengendalikan pemakaian listrik untuk menghindari keborosan.					
2	Pelanggan dengan mudah dapat memantau pemakaian listriknya setiap saat.					
3	Pelanggan dapat menyesuaikan biaya pemakaian listrik dengan anggaran belanja.					
4	Kenyamanan pemakaian listrik Prabayar yang di rasakan.					
5	Jaringan luas pembelian listrik isi ulang bisa beli di loket, online, indomaret dll.					
6	Pelanggan lebih mudah menghitung tariff KWH listrik Prabayar					
7	Pelanggan lebih efisien dan praktis menggunakan token Prabayar dalam menghemat waktu					

No	Variabel Responsiveness (Daya tanggap) (X3)	Pendapat Responden				
	Item Pertanyaan	1(STS)	2(TS)	3(CS)	4(S)	5(SS)
1	Transaksi pembelian token Prabayar bisa menggunakan aplikasi					
2	Pembelian token bisa dengan mudah diisi secara langsung.					
3	Transaksi pengisian listrik Prabayar bisa dilakukan dimana saja.					
4	Transaksi bisa menggunakan HP.					
5	Pelanggan bisa mengisi nominal kebutuhan yang tersedia mulai dari 20.000 samapai 1.000.000.					
6	Kemudahan PLN dihubungkan melalui telpon					
7	Transaksi meter KWH otomatis sesuai dengan nilai nominal.					
8	Transaksi pemabayaran token Prabayaran dapat melalui ATM					

No	Variabel Assurance (Jaminan) (X4)	Pendapat Responden				
	Item Pertanyaan	1(STS)	2(TS)	3(CS)	4(S)	5(SS)
1	Kerahasiaan anda akan di jamin jika ada pencurian listrik					
2	Lebih cepat dalam permintaan pemasangan listrik Prabayar.					
3	Transaksi yang dilakukan secepat yang di janjikan.					
4	Transaksi pengisian pulsa listrik Prabayar dapat dilakukan 2X atau lebih dengan no pelanggan dan nominal yang sama tanpa menunggu 1X24 jam.					
5	PLN memberikan privasi token pelanggan lebih terjamin					
6	Pengisian token online lebih terjamin.					
7	Pelanggan bisa mendapatkan struk pembayaran saat melakukan transaksi untuk keamanan.					

No	Variabel Kepuasan (Y1), (Y2),(Y3),(Y4).	Pendapat Responden				
	Item Pertanyaan	1(STS)	2(TS)	3(CS)	4(S)	5(SS)
1	Saya puas dengan pelayanan bukti					

	fisik PLN (Y1)					
2	Saya puas dengan kehandalan PLN (Y2)					
3	Saya puas dengan jaminan PLN (Y3)					
4	Saya puas dengan kepedulian PLN (Y4)					

Megetahui
Dosem Pembimbing

Surveyor
Nadifatul Lailiyah

Irmayanti Hasan, ST., MM
NIP. 19770506 200312 2 001

.....



BUKTI KONSULTASI

Nama : Nadifatul Lailiyah
NIM/Jurusan : 11510083/Manajemen
Pembimbing : Irmayanti Hasan, ST.,MM
JudulSkripsi : Analisis Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Pemakaian Listrik Prabayar Pada PT, PLN (persero)UPJ Blega Bangkalan.

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1	14 Januari 2015	Outline	1 <i>[Signature]</i>
2	3 Maret 2015	Proposal	2 <i>[Signature]</i>
3	15 Maret 2016	Revisi & Acc Proposal	3 <i>[Signature]</i>
4	9 Agustus 2016	Seminar Proposal	4 <i>[Signature]</i>
5	14 Agustus 2016	Acc Proposal	5 <i>[Signature]</i>
6	1 Nopember 2016	Skripsi Bab IV	6 <i>[Signature]</i>
7	3 Nopember 2016	Revisi Bab IV	7 <i>[Signature]</i>
8	8 Desember 2016	Bab V	8 <i>[Signature]</i>
9	14 Maret 2017	Abstrak	9 <i>[Signature]</i>
10	25 April 2017	Acc Keseluruhan	10 <i>[Signature]</i>

Malang, 28 Desember 2016

Mengetahui :
Ketua Jurusan,



[Signature]
Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.Ei
NIP 197507072005011005

RIWAYAT HIDUP



Nadifatul Lailiyah, lahir di Bangkalan pada tanggal 16 Januari 1992, biasa dipanggil Nadif, tinggal di Jl. Istana gajaya Blok F2 Kav b7. Kota Malang. Putri kedua dari bapak Lutfiadi dan kholilah.

Pendidikan dasarnya ditempuh di MI Darul Muttaqin kebunsari, Kabupaten Bangkalan dan lulus pada tahun 2005, setelah itu melanjutkan ke MTS PP. Miftahul Ulim Bettet Pamekasan dan lulus pada tahun 2008. Kemudian menempuh pendidikan menengah atas di MA PP. Miftahul Ulum Bettet Pamekasan dan lulus pada tahun 2011 dan pada tahun 2011 dia menempuh kuliah di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang dan mengambil Jurusan Manajemen.