



## **Kualitas Pelayanan Publik Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Bandung Selatan**

Mira Veranita<sup>1\*</sup>, Hani Hatimatunnisani<sup>2</sup>

<sup>12</sup>Program Studi Komputerisasi Akuntansi, Politeknik Piksi Ganesha, Indonesia

\*Email: [mirave2198@gmail.com](mailto:mirave2198@gmail.com)

Doi : [https://doi.org/10.37339/jurnal\\_e-bis.v5i1.580](https://doi.org/10.37339/jurnal_e-bis.v5i1.580)

---

Diterbitkan oleh Politeknik Dharma Patria Kebumen

---

### **Info Artikel**

Diterima :

2021-05-18

Diperbaiki :

2021-05-26

Disetujui :

2021-06-08

### **ABSTRAK**

Tujuan Penelitian ini untuk melihat pengaruh pelayanan publik yang terdiri dari variabel tangibles, empati, keandalan, daya tanggap, dan jaminan terhadap kepuasan pelanggan PT PLN (Persero) Rayon Bandung Selatan secara simultan maupun parsial. Penelitian yang dilakukan adalah penelitian eksplanatori dengan metode survei untuk mengetahui fakta-fakta tentang fenomena yang ada di perusahaan dan mencari informasi yang aktual dan sistematis dengan jumlah responden sebanyak 80 orang yang diambil dengan menggunakan rumus Slovin, baik data primer (hasil kuisisioner) dan data sekunder (dokumen perusahaan, jurnal, buku dan informasi pendukung yang mendukung penelitian). Berdasarkan hasil observasi dan pengolahan data disimpulkan bahwa kualitas pelayanan secara parsial dan simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) Rayon Bandung Selatan.

**Kata Kunci : Pelayanan Publik ; Kepuasan Pelanggan**

### **ABSTRACT**

*The purpose of this study was to see the effect of the influence of public services consisting of tangibles, empathy, reliability, responsiveness, and assurance on customer satisfaction of PT PLN (Persero) Rayon Bandung Selatan simultaneously or partially. The research carried out is an explanatory research with a survey method to find out the facts about the phenomena that exist in the company and to find actual and systematic information with a total of 80 respondents who are taken using the Slovin formula, both primary data (questionnaire results) and secondary data. (company's documents, journals, books and supporting information that support research) The results showed that service quality partially and simultaneously had a positive and significant effect on customer satisfaction at PT PLN (Persero) Rayon Bandung Selatan.*

**Keywords : Public Service; Customer satisfaction**

## 1. PENDAHULUAN

Pelayanan yang baik sangatlah penting untuk mempertahankan pelanggan. Pelayanan yang dilakukan dengan baik dan sesuai dengan kebutuhan adalah harapan masyarakat sebagai pengguna layanan sehingga mewujudkan kepuasan publik sebagai pengguna layanan. Pelayanan publik berkualitas, terukur, mudah, cepat, dan terjangkau merupakan kunci penting dalam membangun hubungan antara pemerintah dan masyarakat, hal ini diungkapkan dalam UU No.25/2009 tentang Pelayanan Publik. (Veranita and Maolani 2018)

Kualitas pelayanan (*service quality*) adalah hal yang krusial dalam menjamin keberlangsungan suatu organisasi pemerintah maupun swasta. (Siregar and Putri 2020). Begitupun PT PLN (Persero) Rayon Bandung Selatan sebagai perusahaan yang memberikan layanan yang berkaitan dengan jaringan listrik di wilayah Bandung Selatan, di antaranya adalah layanan perubahan daya (PD) yang membantu masyarakat yang ingin mengubah, mengurangi atau menambah daya listriknya, selalu berusaha dari tahun ke tahun untuk memperbaiki pelayanan kepada masyarakat (Rahayu and Setyawati 2018).

PT PLN (Persero) adalah satu-satunya BUMN di bidang kelistrikan yang dalam aktivitasnya hendaknya bisa melayani publik dengan baik, sehingga menciptakan kepuasan bagi publik sebagai pelanggan. Saat ini, listrik menjadi kebutuhan masyarakat yang utama, karena selain sebagai penerangan di rumah, listrik juga sebagai sumber energi, penghasil panas, sebagai alat untuk hiburan bagi kegiatan keseharian. Di era yang serba listrik ini, kehidupan masyarakat sangat tergantung pada listrik, bukan hanya sebagai alat penerang tetapi juga sebagai penggerak alat industri, penggerak kantor dan perusahaan, keuangan dan perbankan, pendidikan dan berbagai fasilitas kesehatan.

Berbagai kebutuhan, keinginan dan harapan publik sebagai pelanggan diharapkan dapat dipenuhi oleh PT PLN (Persero) dalam wujud pelayanan yang berkualitas, sehingga kepuasan publik sebagai pelanggan dan serta reputasi baik dari masyarakat dapat dicapai, sejalan dengan UU No.30/2009 tentang ketenagalistrikan.

PT PLN (Persero) memiliki andil penting untuk pencapaian tujuan pembangunan Indonesia. Agar terjamin ketersediaan tenaga listrik, cukup, merata dan berkualitas, PT PLN (Persero) harus memperhatikan peningkatan pelayanan hingga terwujud kepuasan bagi masyarakat pengguna (Siregar and Putri 2020). Apabila pelayanan yang diberikan kepada publik sebagai pelanggan sesuai dengan harapannya akan menghasilkan kepuasan, namun apabila yang terjadi sebaliknya maka pelanggan merasa tidak puas, dan dikhawatirkan akan menyampaikan ketidakpuasannya tersebut kepada orang lain sebagai bentuk keluhan.

Pelayanan PT PLN (Persero) dinilai di bagian TMP (Tingkat Mutu Pelayanan), apabila memenuhi harapan pelanggan, misalnya pegawai yang penuh atensi, sopan dan hormat, mengerti tata cara, prosedur, kebijakan dan peraturan PB (Pemasangan Baru) dan TD (Tambah Daya), mampu memberikan penjelasan dengan baik, maka kepuasan dari publik pengguna layanan tercipta.

TMP ditetapkan melalui Surat Keputusan menteri ESDM No. 159.K/TL.04/DJL.3/2021 tanggal 16 Maret 2021, yang berisi ketetapan besaran tingkat mutu pelayanan. PT PLN (Persero) Rayon Bandung Selatan, menggunakan TMP sebagai salah satu indikator untuk mengukur pelayanan terhadap konsumen yang terdiri dari 13 indikator, dan menjadikannya

sebagai pedoman dalam perbaikan mutu pelayanan serta seberapa jauh keberhasilan PT PML (Persero) Rayon Bandung Selatan dalam mempercepat pelayanan kepada masyarakat sebagai pelanggan.

Berdasarkan observasi awal di lapangan, masih kerap ditemukan keluhan dari masyarakat mengenai pelayanan misalnya kesulitan masyarakat untuk mengajukan penambahan daya listrik karena prosedur yang kurang jelas, antrian pelanggan yang cukup lama, petugas pelayanan yang kurang informatif dan repsonsif, kepastian waktu pelaksanaan juga yang terkait dengan permasalahan biaya. Hal ini yang menarik perhatian penulis untuk mengidentifikasi bagaimana kualitas pelayanan publik dari segi prosedur perubahan daya listrik, dan berapa besar pengaruhnya terhadap kepuasan pelanggan di PT PLN (Persero) Rayon Bandung Selatan.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### 2.1 Pelayanan Publik

Pelayanan Publik (Indriani, Rusmiwari, and Suprojo 2017)(Putra, Pratiwi, and Trisnawati 2015) adalah semua kegiatan yang dilaksanakan oleh penyelenggaraan pelayanan publik sebagai usaha untuk mencukupi kebutuhan publik atau masyarakat sesuai dengan UU RI No.25/2009 tentang Pelayanan Publik. Publik memiliki hak untuk memperoleh pelayanan yang baik dan berkualitas sesuai dengan azas dan tujuan pelayanan, yaitu kepuasan masyarakat.

### 2.2 Kualitas Pelayanan

Menurut Kotler dalam (Putra, Pratiwi, and Trisnawati 2015), Kualitas Pelayanan merupakan pencukupan kebutuhan dan pemenuhan keinginan dari pelanggan dengan tepat dari keseluruhan sifat-sifat yang khas dari produk barang atau jasa tertentu sehingga memenuhi ekspektasi pelanggan.

Dalam konsep administrasi publik, istilah pelayanan adalah standar dari jenis pelayanan pemerintah kepada masyarakat atau perorangan dan berorientasi kepada kepentingan publik.(Putra, Pratiwi, and Trisnawati 2015)menguraikan lima dimensi *ServQual* yang diungkapkan oleh Zeithaml dan Bitner (2000). Kelima dimensi adalah *tangibels, assurance, reliability, responsiveness dan empathy*.

### 2.3 Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan dalam hal ini publik akan terbentuk kalau pelayanan yang diterima oleh publik sudah sesuai atau bahkan melebihi ekspektasi publik atau melampaui standar pelayanan yang telah ditentukan. (Khoirista 2015). Indeks Kepuasan Masyarakat adalah metode yang digunakan untuk mengukur kualitas pelayanan sejalan dengan KepmenPAN No. KEP/25/M.PAN/2/2004, berisi informasi mengenai IKM yang diukur menggunakan pendekatan kualitatif dan kuantitatif berdasarkan pendapat publik saat mereka menerima pelayanan publik dan membandingkan dengan ekspektasi dan kebutuhan.

Lupiyoadi (2001) mengungkapkan terdapat lima faktor utama untuk diperhatikan dalam mencapai kepuasan pelanggan, yaitu: *price, product quality, emotional factor, service quality, convenience dan cost*

### 3. METODE

*Explanatory Research* ini dilakukan dengan metode survey untuk mendapatkan fakta dan data mengenai fenomena pada obyek penelitian melalui keterangan-keterangan aktual dan sistematis.

Penelitian dilakukan dalam kurun Desember 2020-Maret 2021, dan Variabel: *Tangible*( $X_1$ ), *Empathy*( $X_2$ ), *Reability*( $X_3$ ), *Responsiveness*( $X_4$ ) dan *Assurance*( $X_5$ ) dan Kepuasan Pelanggan(Y) di PT PLN (Persero) Rayon Bandung Selatan. Sampel adalah 80 responden diambil menggunakan rumus *Slovin*, dengan data primer (hasil kuesioner) dan data sekunder (dokumen perusahaan, jurnal, buku dan informasi penunjang yang menunjang penelitian)

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Analisis Data

Data yang didapat diolah dengan analisis deskriptif (untuk mengetahui gambaran responden) dan analisis inferensial. Analisis inferensial melalui tahapan Uji Asumsi Klasik yaitu Uji multikolinieritas, uji normalitas, dan uji heteroskedastisitas yang kemudian dilanjutkan menggunakan analisis regresi berganda dengan tujuan untuk mengukur pengaruh tidak langsung maupun langsung diantara variabel penelitian yang digunakan.

Selanjutnya adalah melakukan uji hipotesis menggunakan statistik uji t (parsial) guna menentukan pengaruh tiap variabel bebas kepada variabel terikat yang diukur dan uji F (simultan) guna menyelidiki apakah variabel bebas yang digunakan memberikan pengaruh secara serentak terhadap variabel terikat secara signifikan menurut statistik.

#### 4.2. Hasil dan Pembahasan

Hasil uji statistik deskriptif dan hasil uji statistik inferensial pada pengaruh pelayanan publik terhadap kepuasan pelanggan terhadap 80 orang responden disajikan melalui Tabel 1 dan Tabel 2:

**Tabel 1**  
**Pelanggan PT PLN (Persero) Rayon Bandung Selatan**  
**Berdasarkan Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Pria	47	59%
Wanita	33	41%
Jumlah	80	100%

*Sumber : Hasil Kuesioner (2020)*

Tabel 2 di atas memperlihatkan bahwa responden terdiri dari 59% pria dan 41% wanita

**Tabel 2**  
**Pelanggan PT PLN (Persero) Rayon Bandung Selatan**  
**Berdasarkan Lamanya Berlangganan**

Lama Berlangganan	Jumlah	Persentase
< 3 bulan	10	12.5%
3 - 6 bulan	7	8.75%
7 - 12 bulan	12	15%
> 12 bulan	51	63.75%
Jumlah	80	100%

Sumber : Hasil Kuesioner (2020)

Tabel 2 di atas menunjukkan responden yang berlangganan lebih dari satu tahun adalah responden terbanyak, yaitu 63.75%.

**a. Uji Asumsi Klasik**

**1. Uji Normalitas *Kolmogorov-Smirnov***

**Tabel 3**  
**Uji Normalitas Data**

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.28971464
Most Extreme Differences	Absolute	.071
	Positive	.071
	Negative	-.070
Test Statistic		.071
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

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

Sumber : Output SPSS (2020)

Nilai signifikansi variabel residual lebih dari nilai signifikansi alpha sebesar 0.01, dengan demikian distribusi kekeliruan model regresi berada pada kategori normal.

**2. Uji Multikolinieritas,**

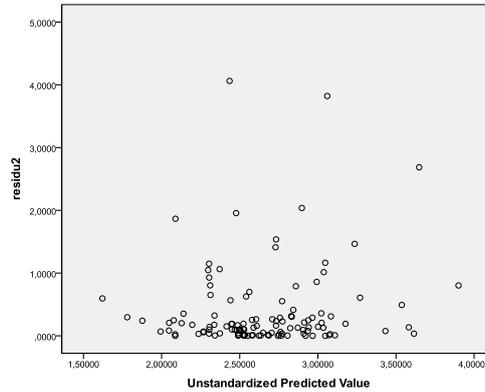
**Tabel 4**  
**Uji Multikolinieritas**

Variabel Bebas	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
<i>Tangible</i>	.304	3.293
<i>Empathy</i>	.432	2.313
<i>Realibility</i>	.293	3.413
<i>Responsiveness</i>	.419	2.387
<i>Assurance</i>	.371	2.840

Sumber : Output SPSS (2020)

Tabel 5 menunjukkan bahwa masing-masing variabel bebas memiliki nilai tolerance lebih dari 0.1 dan nilai VIF kurang dari 10. Hal ini berarti tidak ada multikolinieritas yang terjadi pada variabel bebas dalam model regresi yang dibuat.

### 3. Uji Heteroskedastisitas



**Gambar 1**  
**Uji Heteroskedastisitas**

Sumber : Output SPSS (2020)

Gambar 1 menunjukkan bahwa tidak terdapat pola yang teratur. Masing-masing titik menyebar secara acak, dengan kata lain tidak muncul gejala heteroskedastisitas pada model regresi. Artinya, ada kesamaan variansi pada residual suatu pengamatan ke pengamatan yang lainnya.

Berdasarkan uji asumsi klasik yang diterapkan sebelumnya diketahui bahwa semua asumsi terpenuhi. Hal ini berarti bahwa model regresi layak untuk diaplikasikan dalam memprediksi tingkat kepuasan pelanggan berdasarkan variabel bebas yang terdiri atas: *Tangible*( $X_1$ ), *Empathy*( $X_2$ ), *Reliability*( $X_3$ ), *Responsiveness*( $X_4$ ) dan *Assurance*( $X_5$ )

Selanjutnya, Analisis Regresi Linear berganda diterapkan untuk menguji tingkat hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat, dalam penelitian ini adalah pengaruh kualitas pelayanan yang terdiri atas lima aspek yaitu *Tangible*( $X_1$ ), *Empathy*( $X_2$ ), *Reliability*( $X_3$ ), *Responsiveness*( $X_4$ ) dan *Assurance*( $X_5$ ) terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) di PT PLN (Persero) Rayon Bandung Selatan. Dengan menggunakan Program SPSS hasil pengolahan datanya bisa dilihat pada Tabel 6 berikut:

**Tabel 5**  
**Hasil Analisis Regresi Linier Berganda**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.003	.586		1.711	.091
Tangible	.168	.090	.220	1.877	.064
Empathy	.154	.085	.178	1.812	.074
Reliability	.201	.093	.259	2.162	.034
Responsiveness	.151	.075	.200	2.004	.049
Assurance	.248	.082	.150	3.030	.003

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Output SPSS (2020)

Koefisien regresi dari variabel *Tangible* ( $X_1$ ), *Empathy*, ( $X_2$ ), *Reliability* ( $X_3$ ), *Responsiveness* ( $X_4$ ) dan *Assurance* ( $X_5$ ) mempunyai kecenderungan positif yang signifikan dalam mempengaruhi tingkat kepuasan pelanggan PT PLN (Persero) Rayon Bandung Selatan pada taraf signifikansi alpha 0,1 (10%).

Model persamaan regresinya:

$$Y = 1.003 + 0.168 X_1 + 0.154 X_2 + 0.201 X_3 + 0.151 X_4 + 0.248 X_5 \quad (1)$$

Persamaan Regresi Linier Berganda di atas diuraikan sebagai berikut:

- a. Konstanta, mempunyai nilai sebesar 1.003 artinya jika masing-masing variabel bebas  $X_1$ ,  $X_2$ ,  $X_3$ ,  $X_4$ , dan  $X_5$  memiliki nilai 0 maka variabel Kepuasan pelanggan akan bernilai 1.003
- b. Nilai koefisien variabel  $X_1$  atau *Tangible* adalah sebesar 0.168. Nilai ini menunjukkan bahwa saat variabel bebas lain tidak berubah maka satu poin nilai  $X_1$  akan meningkatkan nilai Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0.168. Nilai koefisien ini positif, dengan demikian hubungan antara variabel *Tangible* ( $X_1$ ) dan Kepuasan Pelanggan (Y) adalah positif. Maksudnya, Semakin meningkat nilai *Tangible* (X), Kepuasan Pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Bandung Selatan (Y) akan meningkat pula.
- c. Nilai koefisien Variabel *Empathy* ( $X_2$ ) adalah: 0.154 artinya jika variabel bebas yang lain tidak mengalami perubahan maka setiap kenaikan nilai variabel *Empathy* ( $X_2$ ) akan berkontribusi terhadap kenaikan nilai Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0.154 poin. Selain itu, nilai koefisien variabel *Empathy* bernilai positif sehingga hubungan antara variabel *Empathy* ( $X_2$ ) dan Kepuasan Pelanggan (Y) juga bersifat positif yaitu semakin meningkat nilai *Empathy* ( $X_2$ ) maka Kepuasan Pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Bandung Selatan (Y) akan meningkat pula.
- d. Koefisien dari Variabel *Reliability* ( $X_3$ ), sebesar 0.201 artinya saat variabel bebas lain tidak mengalami perubahan maka setiap ada kenaikan satu poin pada variabel bebas *Reliability* ( $X_3$ ) akan memberikan kontribusi peningkatan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y) sebesar 0.201 poin. Koefisien variabel ini menunjukkan angka positif yang artinya hubungan antara variabel *Reliability* ( $X_3$ ) dan variabel Kepuasan Pelanggan adalah positif yaitu semakin meningkat nilai *Reliability* ( $X_3$ ) maka Kepuasan Pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Bandung Selatan (Y) akan meningkat pula.
- e. Koefisien dari Variabel *Responsiveness* ( $X_4$ ) adalah 0.151 artinya saat variabel bebas lain tidak mengalami perubahan maka setiap kenaikan satu poin pada variabel *Responsiveness* ( $X_4$ ) maka akan memberikan kontribusi kenaikan pada variabel Kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0.151 poin. Nilai ini bersifat positif sehingga menunjukkan bahwa hubungan antara variabel *Responsiveness* ( $X_4$ ) dengan variabel Kepuasan Pelanggan (Y) adalah positif artinya semakin meningkatnya

nilai Responsiveness ( $X_4$ ) maka akan meningkat pula Kepuasan Pelanggan PT. PLN (Persero) Rayon Bandung Selatan (Y).

- f. Koefisien Variabel Assurance ( $X_5$ ) adalah sebesar 0.248. Hal ini berarti saat variabel independent lain tidak berubah maka setiap ada kenaikan pada variabel Assurance ( $X_5$ ) akan memberikan peningkatan nilai Kepuasan pelanggan (Y) sebesar 0.248. Nilai ini bersifat positif artinya hubungan antara variabel bebas Assurance ( $X_5$ ) dan variabel terikat Kepuasan Pelanggan (Y) juga bersifat positif artinya saat nilai Assurance ( $X_5$ ) meningkat, nilai variabel Kepuasan Pelanggan PT PLN (Persero) Rayon Bandung Selatan juga akan meningkat.

## b. Pengujian Hipotesis

### 1. Uji t (Parsial)

Uji Statistika dengan memakai nilai  $\alpha$  (*alpha*) sebesar 10% (0.1) dilakukan untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel independent terhadap variabel dependen, sehingga perhitungan uji t dapat dilihat melalui nilai signifikansi dengan ketentuan:

- Jika nilai sig. kurang dari 0.1 maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  akan diterima, dengan demikian variabel independen (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y).
- Jika nilai sig. lebih dari 0.1 artinya  $H_0$  diterima dan  $H_a$  akan ditolak, sehingga variabel bebas (X) tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel terikat (Y).

Tabel 6 menunjukkan nilai signifikansi dari setiap variabel bebas yaitu secara berurutan  $X_1$  bernilai 0.064,  $X_2$  bernilai 0.074,  $X_3$  bernilai 0.034,  $X_4$  bernilai 0.049, dan nilai  $X_5$  adalah sebesar 0.003. Semua nilai signifikansi ini kurang dari 0.1 artinya berdasarkan analisis regresi berganda diketahui bahwa variabel *Tangible* ( $X_1$ ), *Empathy* ( $X_2$ ), *Reliability* ( $X_3$ ), *Responsiveness* ( $X_4$ ) dan *Assurance* ( $X_5$ ) secara parsial memberikan pengaruh signifikan terhadap Kepuasan Pelanggan (Y).

### 2. Uji F (simultan)

Uji F ini dilakukan guna menyelidiki apakah seluruh variabel bebas memberikan pengaruh terhadap variabel terikat secara bersama-sama, maka dilakukan Uji statistik F, dengan memakai nilai  $\alpha$  (*alpha*) sebesar 10% (0.1) dan ketentuan yang sama seperti pada uji t. Hasil uji Anova disajikan pada tabel 7 sebagai berikut.

**Tabel 7**  
**Uji Simultan F (Uji Anova)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	207.257	5	41.451	462.596	.000 <sup>b</sup>
Residual	6.631	74	.090		
Total	213.888	79			

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

b. Predictors: (Constant), Assurance, Empathy, Responsiveness, Tangible, Reliability

*Sumber : Output SPSS (2020)*

Tabel 7 menunjukkan bahwa F tabel adalah sebesar 462.596 dan nilai signifikasinya sebesar 0.000. Maka dapat disimpulkan bahwa *Tangible*( $X_1$ ), *Empathy*( $X_2$ ), *Reliability*( $X_3$ ), *Responsiveness*( $X_4$ ) dan *Assurance*( $X_5$ ) secara simultan memberikan pengaruh pada Kepuasan Pelanggan (Y).

## 5. KESIMPULAN

- a. Variabel kualitas Pelayanan yang terdiri atas lima komponen yaitu: *Assurance*, *Tangible*, *Reliability*, *Responsiveness* dan *Empathy*, secara parsial memiliki pengaruh positif serta signifikan pada kepuasan pelanggan.
- b. Observasi yang dilakukan menunjukkan bahwavariabel yang berkaitan dengan bukti fisik(*tangible*),beberapa sarana yang disediakan dirasakan sudah cukup memuaskan, meskipun beberapa responden memberikan masukan mengenai perlunya peningkatan kenyamanan ruang tunggu, kebersihan toilet dan fasilitas parkir serta pemanfaatan teknologi yang lebih baru seperti penggunaan nomor antrian secara digital melalui aplikasi tertentu sehingga pelanggan bisa mendapatkan nomor antrian dan estimasi waktu pelayanan sebelum menuju ke loket.
- c. Berkaitan dengan variabel *Empathy*, berdasarkan hasil observasi pelanggan merasakan perhatian individual dari perusahaan cukup baik, petugas pelayanan ramah dan memahami kebutuhan pelanggan sehingga pelanggan merasa bahwa para petugas bersedia membantu mereka kapanpun dibutuhkan. Namun, perlu diperhatikan perbedaan background sosial-ekonomi dan pendidikan dari publik konsumen juga merupakan satu hal yang perlu jadi perhatian pegawai ketika memberikan pemahaman atau informasi.
- d. Berdasarkan tanggapan responden menyangkut variable *Reliability*yaitu ketepatan waktu, pelanggan masih merasakan bahwa pelayanan yang diberikan masih belum memuaskan, terutama berkaitan dengan kepastian waktu pemasangan instalasi dan aliran listrik kepada pelanggan.
- e. Berkaitan dengan variabel *Responsiveness* berdasarkan hasil wawancara, pelanggan masih merasakan bahwa petugas cukup respon dan cepat tanggap terhadap komplain dan permohonan bantuannya, meskipun dalam kondisi-kondisi tertentu beberapa pelanggan masih merasa para petugas kurang responsive atas masalah yang mereka hadapi.

- f. Kepuasan pelanggan yang berkaitan dengan variabel *Assurance*, pelanggan pada umumnya merasa aman sewaktu melakukan transaksi meskipun beberapa memberikan masukan mengenai perlunya dilakukan sosialisasi mengenai berapa biaya pasti yang harus dikeluarkan oleh pelanggan untuk memperoleh perubahan daya listriknya, sehingga menutup kemungkinan hadirnya calo-calo dalam pengurusan pengajuan perubahan daya listrik baru.
- g. Variabel kualitas layanan yang terdiri atas *Reliability*, *Tangible*, *Assurance*, *Empathy*, dan *Responsiveness* secara simultan memberikan pengaruh positif dan signifikan pada kepuasan pelanggan.
- h. Berdasarkan hasil pengolahan data secara keseluruhan diketahui bahwa kualitas pelayanan perubahan daya listrik pada PT PLN Persero Rayon Bandung selatan berada pada kategori cukup baik.

## REFERENSI

- Indriani, D., S. Rusmiwari, and A. Suprojo. (2017). “Pengaruh Pelayanan Publik Terhadap Kepuasan Masyarakat: Studi Kasus Izin Produksi Pangan Industri Rumah Tangga Di Kantor Badan Penanaman Modal Kota Batu.” *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Tribhuwana Tungadewi* 6(2): 137-188.
- Khoirista, A. (2015). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Survey Pada Pelanggan Fedex Express 8 Surabaya).” *Jurnal Administrasi Bisnis S1 Universitas Brawijaya* 25(2): 86-174.
- Putra, Dhion Gama, Ratih Nur Pratiwi, and Trisnawati. (2015). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Masyarakat.” *Jurnal Administrasi Publik (JAP)* 3(12): 2118–22.
- Rahayu, Suharni, and Sarah Setyawati. (2018). “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN Tegal Kota.” *Jurnal Pemasaran Kompetitif*(1): 138–46.
- Siregar, Widyana Verawaty, and Syarifah Muthia Putri. (2020). “Studi + Konsep Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Di PT. PLN (Persero) Sebagai Perusahaan Penyedia Energi Listrik Monopoli.” *RELE (Rekayasa Elektrikal dan Energi) : Jurnal Teknik Elektro*(1): 33–36.
- M Darmowiyono, W Yuliyanto, KI Purnomo, W Marlina... - *Journal of Physics: Conference Series*, 2021 Application of the Simple Multi Attribute Rating Technique (SMART) Method in the selection of thrush medicine products based on consumers <https://iopscience.iop.org/article/10.1088/1742-6596/1783/1/012015/meta>
- Veranita, Mira, and Dedeng Yusuf Maolani. (2018). “Analisis Kualitas Pelayanan Publik Pada Dinas Pencegahan Dan Penanggulangan Kebakaran Kota Bandung.” *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik* 8(2): 277–90.

<https://journal.uinsgd.ac.id/index.php/jispo/article/view/3957>.

Arikunto, Suharsimi. (2006). “Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Pragmatik”, Jakarta : Rineka Cipta

Dwiyanto, Agus. (2008). “Mewujudkan Good Governace Melalui Pelayanan Publik”. Yogyakarta ; Hadjah mada PressMurdoko., E. Widijo Hari. (2007). “Great Customer Service”. Jakarta: PT Elex Media Komputindo

Pasolong, Harbani. (2007). “TeoriAdministrasi Publik”, Bandung: CV Alfabeta

Lupiyoadi. (2001). “ServiceQuality dalamPemasaran”. Edisi KeduaJilid Empat. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.

Sinambela, LijanPoltak. (2007).”Reformasi Pelayanan Publik:Teori, Kebijakan, dan Implementasi”Jakarta: Bumi Aksara.

Sugiyono.(2009).Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.Bandung : Alfa Beta.

Supranto, J. (1997). Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan. Jakarta: Rineka Cipta.

Surjadi.(2009).“PengembanganKinerja Pelayanan Publik”.Bandung : RefikaAditama.

SK Menteri ESDM No. 159.K/TL.04/DJL.3/2021 Tentang Ketetapan Besaran Tingkat Mutu Pelayanan PT PLN (Persero).

UUD RI No. 30 Tahun 2009 tentang Ketenaglistrikan.

UUNo. 25 Tahun 2009TentangoPelayananPublik