

**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM
PEMBAYARAN REKENING LISTRIK
(Studi Pada Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat)**



SKRIPSI

**Diajukan sebagai salah satu syarat
untuk menyelesaikan Program Sarjana (SI)
pada Program Sarjana Fakultas Ekonomi
Universitas Diponegoro**

Disusun oleh :

**SONYA MAHANANI
NIM : C2A006133**

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS DIPONEGORO
SEMARANG
2010**

PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama Penyusun : SONYA MAHANANI
Nomor Induk Mahasiswa : C2A006133
Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Manajemen
Judul Penelitian Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembayaran Rekening Listrik (Studi Pada Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat)

Dosen Pembimbing : Drs. H. Mustafa Kamal, MM

Semarang, 23 September 2010

Dosen Pembimbing,

(Drs. H. Mustafa Kamal, MM)
NIP. 09510331 19782 1002

PENGESAHAN KELULUSAN UJIAN

Nama Penyusun : SONYA MAHANANI
Nomor Induk Mahasiswa : C2A006133
Fakultas / Jurusan : Ekonomi / Manajemen
Judul Penelitian Skripsi : Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembayaran Rekening Listrik
(Studi Pada Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat)

Telah dinyatakan lulus ujian pada tanggal 28 September 2010

Tim Penguji :

1. Drs. H. Mustafa Kamal, MM (.....)

2. Drs. Susilo Toto Rahardjo, MT (.....)

3. Dra. Yoestini, M.Si (.....)

PERNYATAAN ORISINALITAS SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini saya SONYA MAHANANI, menyatakan bahwa skripsi dengan judul : “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembayaran Rekening Listrik (Studi Pada Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat)” adalah hasil tulisan saya sendiri. Dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat keseluruhan atau sebagian tulisan orang lain yang saya ambil dengan cara menyalin atau meniru dalam bentuk rangkaian kalimat atau simbol yang menunjukkan gagasan atau pendapat atau pemikiran dari penulis lain, yang saya akui seolah-olah sebagai tulisan saya sendiri, dan/atau tidak terdapat bagian atau keseluruhan tulisan yang saya salin, tiru, atau yang saya ambil dari tulisan orang lain tanpa memberikan pengakuan penulis aslinya.

Apabila saya melakukan tindakan yang bertentangan dengan hal tersebut di atas, baik disengaja maupun tidak, dengan ini saya menyatakan menarik skripsi yang saya ajukan sebagai hasil tulisan saya sendiri ini. Bila kemudian saya terbukti bahwa saya melakukan tindakan menyalin atau meniru tulisan orang lain seolah-olah hasil pemikiran saya sendiri, berarti gelar dan ijasah yang telah diberikan oleh universitas batal saya terima.

Semarang, 23 September 2010

Yang membuat pernyataan,

(Sonya Mahanani)

NIM : C2A006133

ABSTRAKSI

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan. Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi berbagai kualitas, baik jasa maupun produk. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas jasa, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Salah satu organisasi yang bergerak dalam bidang pelayanan kepada publik adalah PT. PLN (Persero) UPJ Semarang Barat. Sedangkan dari sekian banyak jenis pelayanan yang diberikan kepada masyarakat, salah satunya adalah *Payment Point Online Bank (PPOB)*. *Payment Point Online Bank (PPOB)* yaitu suatu loket penerimaan (*payment point*) pembayaran tagihan listrik dari pelanggan PLN yang langsung online dengan bank. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan PLN dengan sistem PPOB.

Populasi dalam penelitian ini adalah populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PLN yang melakukan pembayaran rekening listrik melalui sistem *Payment Point Online Bank (PPOB)* mulai bulan Mei 2009 – Desember 2009 yang berjumlah 10.378 pelanggan. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *accidental Sampling*. Jenis datanya adalah primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda.

Hasil analisis dengan menggunakan SPSS Versi 13 menunjukkan bahwa : (1). Kualitas pelanggan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan. dari hasil koefisien regresi yang didapat menunjukkan, faktor jaminan ($b_4 = 0,285$) menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, kemudian bukti fisik ($b_1 = 0,209$), daya tanggap ($b_3 = 0,202$), keandalan ($b_2 = 0,163$), sementara empati ($b_5 = 0,160$) menjadi faktor terendah yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

Pengujian hipotesis secara parsial dari variabel independen signifikan, karena nilai signifikansi semua $< 0,05$. (2) Pengujian hipotesis secara simultan dari variabel independen signifikan, karena nilai signifikansi $< 0,05$. (3) Koefisien Determinasi menunjukkan bahwa kemampuan variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati dalam menjelaskan Kepuasan Pelanggan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat adalah sebesar 91,6%

Kata Kunci : Bukti Fisik, Keandalan, Daya Tanggap, Jaminan, Empati dan Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

Customer satisfaction is a happy or disappointed feeling of people that appear after comparing the result of product thought with the result hoped. Customer satisfaction is influenced by perception of some quality, either service or product. One of factors that determine customer satisfaction is customer perception about service quality focused at five dimensions of service quality; they are physical evident, reliability, perceptive effort, guarantee, and empathy. One of organizations that work in service to public is PT. PLN (Persero) UPJ Western Semarang. Meanwhile, one of many kinds of service given to public is *Payment Point Online Bank (PPOB)*. *Payment Point Online Bank (PPOB)* is a payment point of electrical claim payment from PLN customer by online with bank. The aim of this research is to analyze physical evident, reliability, perceptive effort, guarantee, and empathy influence to PLN customer satisfaction with PPOB system.

Population in this research is PLN customer that paid an electrical claim by Payment Point Online Bank (PPOB) system in May 2009 – December 2009 amount 10.378 customers. Sample in this research is 100 respondents. Technique of sample taking in this research is done by accidental sampling. Kind of data is primer. The method of data collection uses questionnaire. Analysis technique used is multiple regressions.

The result of analysis by using SPSS Version 13 shows that: (1) Quality of care has positive influence on customer satisfaction, from the result obtained showed regression assurance ($b_4 = 0.285$) became the biggest factor affecting customer satisfaction, then tangibles ($b_1 = 0.209$), responsiveness ($b_3 = 0.202$), reliability ($b_2 = 0.163$), empathy ($b_5 = 0.160$) became the lowest factor affecting customer satisfaction. Testing the hypothesis of partially independent variables significant, because the significant of all values < 0.05 (2) hypothesis test simultaneously of independent variable is significant because significant value is $< 0, 05$. (3) Determination coefficient shows that variable capability of physical evident, reliability, perceptive effort, guarantee, and empathy in explaining customer satisfaction of Electrical Claim Payment Customer Service Unit Western Semarang is amount 91,6%.

Key Words : Tangibles, Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, and Customer satisfaction

KATA PENGANTAR

Puji syukur ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Pembayaran Rekening Listrik (Studi Pada Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat)”.

Banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian skripsi ini baik secara moril maupun spiritual, oleh karena itu penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. H.M. Chabachib, SE, M.Si, Akt, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
2. Bapak Prof. Dr. H. Arifin S, Mcom, (hons), Akt, selaku Pembantu Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang.
3. Bapak Drs. H. Mustafa Kamal, MM selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu dan perhatian serta kesabarannya memberikan bimbingan dan pengarahan selama proses penyusunan skripsi ini.
4. Bapak Drs.Prasetiono ,selaku dosen wali yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan perkuliahan
5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro yang telah mendidik dan membekali ilmu pengetahuan selama masa perkuliahan.
6. Para Staf Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro yang telah membantu selama masa perkuliahan.
7. Allah SWT yang telah memberikan kelancaran kepada penulis dari awal hingga akhir penulisan skripsi ini
8. Papa dan Mama yang telah memberikan dukungannya baik secara moril dan materiil hingga terselesaikannya skripsi ini.

9. Semua teman-teman jurusan Manajemen 2006 yang tidak dapat disebutkan satu per satu.
10. Para responden yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner.
11. Seseorang yang telah memberikan masukan dan dukungan sampai terselesaikannya skripsi ini
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu, yang telah dengan tulus ikhlas memberikan doa dan motivasi sehingga dapat terselesaikannya skripsi ini.

Dalam penulisan skripsi ini masih banyak kekurangan dan kesalahan, karena itu segala kritik dan saran yang membangun akan menyempurnakan penulisan skripsi ini serta bermanfaat bagi penulis dan para pembaca.

Semarang, 23 Agustus 2010
Penulis

(Sonya Mahanani)
NIM : C2A006133

DAFTAR ISI

Halaman

Judul	i
Persetujuan Skripsi.....	ii
Pengesahan Kelulusan Ujian.....	iii
Pernyataan Orisinalitas Skripsi	iv
Abstraksi	v
Abstract	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi.....	ix
Daftar Tabel	x
Daftar Gambar.....	xii
Daftar Lampiran	xiii
Bab I : Pendahuluan	
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian	8
1.4 Sistematika Penulisan	9
Bab II : Tinjauan Pustaka	
2.1 Landasan Teori.....	11
2.2 Penelitian Terdahulu	23
2.3 Kerangka Pemikiran.....	25
2.4 Hipotesis.....	27
2.5 Dimensionalisasi Variabel	28
Bab III : Metode Penelitian	
3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional	31
3.2 Penentuan Sampel	33
3.3 Jenis dan Sumber Data	35
3.4 Metode Pengumpulan Data	35
3.5 Metode Analisis	36
Bab IV : Hasil dan Pembahasan	
4.1 Gambaran Umum Responden	45
4.2 Deskripsi Hasil Tanggapan Responden	48
4.3 Analisis Data	61
4.4 Pembahasan.....	73
Bab V : Penutup	
5.1 Simpulan	76
5.2 Saran.....	77
Daftar Pustaka	79
Lampiran-lampiran.....	81

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 : Pelanggan PLN UPJ Semarang barat dalam melakukan pembayaran rekening listrik Bulan Mei – Desember 2009.....	6
Tabel 4.1 : Jenis Kelamin	45
Tabel 4.2 : Umur Responden.....	46
Tabel 4.3 : Pendidikan Responden	47
Tabel 4.4 : Pekerjaan Responden	48
Tabel 4.5 : Tanggapan Responden tentang Interior dan Eksterior	49
Tabel 4.6 : Tanggapan Responden tentang Ruang Unit Pelayanan Bersih ..	50
Tabel 4.7 : Tanggapan Responden tentang Sistem Sarana Teknologi Canggih	50
Tabel 4.8 : Tanggapan Responden tentang Tepat Bila Berjanji.....	51
Tabel 4.9 : Tanggapan Responden tentang Karyawan Jujur	52
Tabel 4.10 : Tanggapan Responden tentang Karyawan Berusaha Menghindari Kesalahan	52
Tabel 4.11 : Tanggapan Responden tentang Karyawan Siap Membantu Pelangan	53
Tabel 4.12 : Tanggapan Responden tentang Karyawan Cepat Dalam Melayani Kepentingan Pelanggan.....	54
Tabel 4.13 : Tanggapan Responden tentang Karyawan Menjalinkan Komunikasi yang Lancar	54
Tabel 4.14 : Tanggapan Responden tentang Sopan Dalam Melayani Pelanggan	55
Tabel 4.15 : Tanggapan Responden tentang Karyawan Trampil Dalam Melayani Pelanggan	56
Tabel 4.16 : Tanggapan Responden tentang Karyawan Mempunyai Pengetahuan yang Memadai	56
Tabel 4.17 : Tanggapan Responden tentang Karyawan Mau Memberi Perhatian Kepada Pelanggan.....	57
Tabel 4.18 : Tanggapan Responden tentang Karyawan Menjamin Keamanan Dan Kenyamanan Pelanggan	58
Tabel 4.19 : Tanggapan Responden tentang Karyawan Mengutamakan Kepentingan Pelanggan.....	58
Tabel 4.20 : Tanggapan Responden tentang Perusahaan Listrik Negara (PLN) Mau Berdiskusi	59
Tabel 4.21 : Tanggapan Responden tentang Reputasi Perusahaan Listrik Negara (PLN) Sudah Dipercaya.....	60
Tabel 4.22 : Tanggapan Responden tentang Karyawan Mengetahui Dengan Baik Produk yang Ditawarkan	60
Tabel 4.23 : Tanggapan Responden tentang Produk Sistem Pembayaran PPOB Dapat Memenuhi Kebutuhan Pelanggan.....	61
Tabel 4.24 : Hasil Uji Validitas.....	62

Tabel 4.25	:	Hasil Uji Reliabilitas.....	63
Tabel 4.26	:	Hasil Uji Multikolinearitas.....	67
Tabel 4.27	:	Hasil Analisis Regresi.....	68
Tabel 4.28	:	Hasil Uji – t.....	70
Tabel 4.29	:	Hasil Uji – F.....	71
Tabel 4.30	:	Koefisien Determinasi.....	72

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 : Kerangka Pemikiran.....	27
Gambar 4.1 : Hasil Uji Normalitas (Grafik <i>Normal Probabilty Plot</i>)	64
Gambar 4.2 : Hasil Uji Heteroskedastisitas (<i>Grafik Scatter Plot</i>)	66

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	:	Kuesioner	81
Lampiran 2	:	Identitas Responden	88
Lampiran 3	:	Tabulasi Hasil Kuesioner	91
Lampiran 4	:	Frekuensi Tabulasi Hasil Kuesioner	94
Lampiran 5	:	Hasil Validitas	100
Lampiran 6	:	Hasil Reliabilitas	104
Lampiran 7	:	Hasil Uji Asumsi Klasik	111
Lampiran 8	:	Hasil Uji Regresi	114
Lampiran 9	:	t tabel	116
Lampiran 10	:	F tabel.....	119

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Dalam era perdagangan bebas, setiap perusahaan menghadapi persaingan yang ketat. Meningkatnya intensitas persaingan dari pesaing menuntut perusahaan untuk selalu memperhatikan kebutuhan dan keinginan konsumen serta berusaha memenuhi harapan konsumen dengan cara memberikan pelayanan yang lebih memuaskan daripada yang dilakukan oleh pesaing. Dengan demikian, hanya perusahaan yang berkualitas yang dapat bersaing dan menguasai pasar (Atmawati dan Wahyuddin,2007:2).

Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Dalam jangka panjang, ikatan seperti ini memungkinkan perusahaan untuk memahami dengan seksama harapan pelanggan serta kebutuhan mereka. Dengan demikian, perusahaan dapat meningkatkan kepuasan pelanggan di mana perusahaan memaksimalkan pengalaman pelanggan yang menyenangkan dan meminimumkan pengalaman pelanggan yang kurang menyenangkan (Atmawati dan Wahyuddin,2007:2).

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik tidak berdasarkan persepsi penyedia jasa, akan tetapi berdasarkan persepsi pelanggan. Persepsi pelanggan terhadap kualitas pelayanan merupakan penilaian menyeluruh

atas keunggulan suatu pelayanan. Kualitas pelayanan digambarkan sebagai suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara harapan dengan kinerja. Harapan pelanggan dibentuk dan didasarkan oleh beberapa faktor, antara lain pengalaman masa lalu, pendapat teman, informasi dan janji perusahaan (Assefaff,2009:173).

Tujuan bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan agar merasa puas. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan memberikan berbagai manfaat seperti (Atmawati dan Wahyuddin,2007: 2) : hubungan perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan dan laba yang diperoleh dapat meningkat.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler,2005:70). Kepuasan pelanggan dipandang sebagai konsep multi dimensional yang melibatkan biaya, kemudahan sarana, aspek teknis dan interpersonal serta hasil akhir. Kepuasan ini terjadi sebagai hasil berpengaruhnya ketrampilan, pengetahuan, perilaku, sikap dan penyedia sarana. Tingkat kepuasan juga amat subyektif dimana satu konsumen dengan konsumen lain akan berbeda. Hal ini disebabkan oleh beberapa faktor seperti umur, pekerjaan, pendapatan, pendidikan, jenis kelamin, kedudukan sosial, tingkat ekonomi, budaya, sikap mental dan kepribadian (Assefaff,2009:174).

Kepuasan konsumen merupakan penentuan yang signifikan dari pengulangan pembelian, informasi dari mulut ke mulut yang positif dan kesetiaan pelanggan. Kepuasan konsumen akan mempengaruhi intensitas perilaku untuk membeli jasa dari penyedia jasa yang sama (Assefaff,2009:174).

Kepuasan pelanggan dipengaruhi oleh persepsi kualitas jasa, kualitas produk, harga dan faktor-faktor yang bersifat pribadi serta yang bersifat situasi sesaat. Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan mengenai kualitas jasa yang berfokus pada lima dimensi kualitas, jasa, yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati (Atmawati dan Wahyuddin,2007:3).

Bukti fisik merupakan seberapa baik penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik harus dapat diandalkan. Penampilan fisik pelayanan, karyawan, dan komunikasi akan memberikan warna dalam pelayanan pelanggan. Tingkat kelengkapan peralatan atau teknologi yang digunakan akan berpengaruh pada pelayanan pelanggan. Karyawan adalah sosok yang memberikan perhatian terkait dengan sikap, penampilan dan bagaimana mereka menyampaikan kesan pelayanan. Dalam hal ini sejauh mana perusahaan memfasilitasi sarana komunikasi sebagai upaya untuk memberikan kemudahan dalam pelayanan adalah hal yang tidak terpisahkan (Assefaff,2009:173).

Keandalan merupakan suatu kemampuan dalam memenuhi janji (tepat waktu, konsisten, kecepatan dalam pelayanan). Pemenuhan janji dalam pelayanan akan terkait dan mencerminkan kredibilitas perusahaan dalam pelayanan. Tingkat kompetensi perusahaan juga dapat dilihat dari sini, sejauh mana tingkat

kemampuan perusahaan dapat ditunjukkan. Keandalan berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu produk melaksanakan fungsinya secara berhasil dalam periode waktu tertentu dibawah kondisi tertentu dengan demikian keandalan merupakan karakteristik yang merefleksikan kemungkinan atau probabilitas tingkat keberhasilan (Assefaff,2009:172).

Daya tanggap merupakan suatu kebijakan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat kepada pelanggan. Pada pelayanan, kemampuan untuk segera mengatasi kegagalan secara profesional dapat memberikan persepsi yang positif terhadap kualitas pelayanan. Adapun bentuk kepedulian tersebut dapat dilakukan baik melalui pencapaian informasi atau penjelasan-penjelasan ataupun melalui tindakan yang dapat dirasakan manfaatnya oleh pelanggan (Assefaff,2009:172).

Jaminan merupakan pengetahuan dan keramahan karyawan serta kemampuan melaksanakan tugas secara spontan yang dapat menjamin kerja yang baik, sehingga menimbulkan kepercayaan dan keyakinan pelanggan. Tingkat pengetahuan mereka akan menunjukkan tingkat kepercayaan bagi pelanggan, sikap ramah, sopan bersahabat adalah menunjukkan adanya perhatian pada pelanggan (Assefaff,2009:173).

Empati adalah memberikan jaminan yang bersifat individual atau pribadi kepada pelanggan dan berupaya untuk memahami keinginan pelanggan. Tingkat kepedulian dan perhatian perusahaan pada pelanggannya secara individual akan sangat didambakan oleh pelanggan. Persoalan dan masalah dapat muncul dan sejauh mana tingkat kepedulian untuk menyelesaikan masalah, mengerti kemauan

dan kebutuhan pelanggan dapat diaktualisasikan. Kepedulian terhadap masalah yang dihadapi pelanggan, mendengarkan serta berkomunikasi secara individual, kesemuanya itu akan menunjukkan sejauh mana tingkat pelayanan yang diberikan (Assefaff,2009:173).

Salah satu organisasi yang bergerak dalam bidang pelayanan kepada publik adalah Perusahaan Listrik Negara (PLN). PLN (Persero) merupakan badan usaha milik negara (BUMN) yang bergerak dalam bidang kelistrikan di Indonesia. PLN (Persero) mempunyai tugas sebagai pengelola transmisi, operasi sistem dan transaksi tenaga listrik dengan kualitas pelayanan setara kelas dunia, yang mampu memenuhi harapan *stakeholder*, dan memberikan kontribusi dalam peningkatan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu PLN harus mampu memberikan pelayanan yang sebaik-baiknya kepada masyarakat dari pelosok desa hingga ke kota besar (PLN,2010).

Salah satu bentuk pelayanan kepada masyarakat adalah *Payment Point Online Bank* (PPOB). *Payment Point Online Bank* (PPOB) adalah suatu loket penerimaan (*payment point*) pembayaran tagihan listrik dari pelanggan PLN yang langsung online dengan bank. *Payment Point Online Bank* (PPOB) mulai efektif difungsikan untuk melayani pelanggan sejadi bulan Mei 2009 hingga sekarang. Maksud dan tujuan dibuka pelayanan ini adalah perubahan pola proses bisnis PLN agar efisien, tetapi mengedepankan kemudahan bagi pelanggan serta persaingan yang sehat diantara penyedia jasa pembayaran rekening listrik. Diharapkan dengan adanya sistem *Payment Point Online Bank* (PPOB) ini, pelanggan mudah membayar listrik, bisa dimana saja, kapan saja dan cara apa saja. Di samping itu,

bisa memanfaatkan *Payment Point Online Bank* (PPOB) tidak hanya untuk bayar listrik, juga pembayaran lain, seperti cicilan motor, PBB, PDAM, Telkom, cicilan KPR dan lain-lain (PLN,2010).

Obyek penelitian ini adalah PT. PLN (Persero) UPJ Semarang Barat. Alasannya karena jumlah tagihan pelanggan pada sistem ini cenderung menurun. Hal ini karena dengan berbagai kemudahan yang diberikan oleh PLN melalui sistem *Payment Point Online Bank* (PPOB) diharapkan masyarakat dapat menggunakannya semaksimal mungkin. Namun demikian, kurangnya promosi dari pihak PLN terhadap program ini, maka berpengaruh terhadap jumlah tagihan yang setiap bulannya cenderung menurun. Berdasarkan data dari PT. PLN (Persero) UPJ Semarang Barat, maka dapat diketahui rekapitulasi transaksi PPOB pada bulan Mei – Desember 2009 :

Tabel 1.1
Pelanggan PT PLN Persero UPJ Semarang Barat
dalam Melakukan Pembayaran Rekening Listrik dengan sistem PPOB
Bulan Mei – Desember 2009

Bulan	pelanggan
Mei	2127
Juni	1735
Juli	1003
Agustus	955
September	1216
Oktober	1300
November	1263
Desember	778

Sumber : PT. PLN, 2009

Tabel 1.1 menunjukkan bahwa dari bulan Mei hingga Desember 2009 jumlah pelanggan yang melakukan pembayaran rekening listrik dengan sistem

Payment Point Online Bank (PPOB) pada Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat cenderung menurun. Walaupun pada bulan Oktober 2009 mengalami kenaikan, namun rata-rata mengalami penurunan. Adanya penurunan tersebut diduga pelayanannya selama ini belum maksimal. Hal ini disebabkan sistem *Payment Point Online Bank* (PPOB) merupakan *pilot project* (Surat GM No. 537/104/DJTY/2008 tanggal 4 Juli 2008), sehingga pihak perusahaan belum biasa dan masih canggung melayani pelanggan dengan sistem ini serta masyarakat juga belum banyak yang tahu.

Berdasarkan uraian di atas, maka judul yang dipilih adalah “ ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM PEMBAYARAN REKENING LISTRIK (Studi Kasus Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat) “

1.2 Rumusan Masalah

Suatu perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa harus memperhatikan kualitas pelayanannya kepada konsumen. Kualitas pelayanan terbagi menjadi 5 yaitu, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan bukti fisik.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka perumusan dalam penelitian ini adalah :

1. Bagaimana pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan PLN dengan sistem PPOB ?
2. Bagaimana pengaruh keandalan terhadap kepuasan pelanggan PLN dengan sistem PPOB ?

3. Bagaimana pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan PLN dengan sistem PPOB ?
4. Bagaimana pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan PLN dengan sistem PPOB ?
5. Bagaimana pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan PLN dengan sistem PPOB ?
6. Bagaimana pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan PLN dengan sistem PPOB?

1.3 Tujuan dan Kegunaan

1.3.1 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk menganalisis pengaruh bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan PLN dengan sistem PPOB
2. Untuk menganalisis pengaruh keandalan terhadap kepuasan pelanggan PLN dengan sistem PPOB
3. Untuk menganalisis pengaruh daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan PLN dengan sistem PPOB
4. Untuk menganalisis pengaruh jaminan terhadap kepuasan pelanggan PLN dengan sistem PPOB
5. Untuk menganalisis pengaruh empati terhadap kepuasan pelanggan PLN dengan sistem PPOB

6. Untuk menganalisis pengaruh bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan PLN dengan sistem PPOB

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah :

1. Hasil penelitian ini dapat dijadikan sebagai sumber informasi mengenai tingkat kepuasan pelanggan terhadap kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan.
2. Merupakan masukan yang berguna terutama dalam hal pengembangan kualitas pelayanan terhadap pelanggan oleh perusahaan.

1.4 Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan dalam pembacaan, secara umum penelitian ini akan dibuat dalam 5 bab, yang terdiri dari :

BAB I : Pendahuluan

Berisi tentang latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian, serta sistematika penulisan.

BAB II : Tinjauan Pustaka

Berisi tentang teori-teori yang mendukung penelitian, seperti pengertian jasa dan pemasaran jasa, pengertian kualitas, kualitas pelayanan dan elemen kualitas pelayanan (*service quality*), pengertian kepuasan pelanggan, persepsi dan sikap pelanggan dan

model pengukuran kepuasan pelanggan, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis dan dimensionalisasi variabel.

BAB III : Metode Penelitian

Berisi tentang variabel penelitian dan definisi operasional, penentuan sampel, jenis dan sumber data, metode pengumpulan data, dan metode analisis data.

BAB IV : Hasil dan Pembahasan

Berisi deskripsi tentang obyek penelitian, analisis data dan pembahasan

BAB V : Penutup

Berisi tentang simpulan dan saran.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Landasan Teori

2.1.1. Jasa

Jasa merupakan semua aktivitas ekonomi yang hasilnya tidak merupakan produk dalam bentuk fisik atau konstruksi, yang biasanya dikonsumsi pada saat yang sama dengan waktu yang dihasilkan dan memberikan nilai tambah (Lupiyoadi dan Hamdani,2006:5). Menurut Kotler (2005:111), jasa adalah setiap tindakan atau kinerja yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu. Produksinya mungkin saja terkait atau mungkin juga tidak terkait dengan produk fisik. Definisi lain jasa adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh suatu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat tidak berwujud fisik dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu (Tjiptono,2006:6).

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa itu sendiri mempunyai banyak arti, dari mulai pelayanan personal sampai jasa sebagai suatu produk. Sejauh ini sudah banyak pakar pemasaran jasa yang telah berusaha mendefinisikan jasa.

Sementara perusahaan yang memberikan operasi jasa adalah mereka yang memberikan konsumen produk jasa baik yang berwujud atau tidak. Di dalam jasa selalu ada aspek interaksi antara pihak konsumen dan pemberi jasa, meskipun pihak-pihak yang terlibat tidak selalu menyadari. Jasa juga bukan merupakan

barang, jasa adalah suatu proses atau aktivitas, dan aktivitas tersebut tidak berwujud (Lupiyoadi dan Hamdani,2006:6).

Industri jasa bervariasi, yaitu sektor pemerintah, sektor nirlaba swasta, sektor bisnis dan sektor produksi (Kotler,2005:110).

1. Sektor Pemerintah, seperti : pengadilan, pelayanan ketenagakerjaan, rumah sakit, lembaga pemberi pinjaman, pemadam kebakaran, kantor pos dan sekolah.
2. Sektor Nirlaba Swasta, seperti : museum, badan amal, gereja, perguruan tinggi, yayasan dan rumah sakit.
3. Sektor Bisnis, seperti : perusahaan penerbangan, bank, hotel, perusahaan asuransi, firma hukum, perusahaan konsultan manajemen, praktik kedokteran, perusahaan film, perusahaan real estate.
4. Sektor Produksi, seperti : operator komputer, akuntan dan staf hukum.

2.1.2. Pemasaran Jasa

Pemasaran jasa merupakan proses sosial dimana dengan proses itu, individu dan kelompok mendapatkan apa yang mereka butuhkan dan inginkan dengan mempertukarkan jasa yang bernilai dengan pihak lain, yang mana pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan sesuatu (Lupiyoadi,2001:58).

Pemasaran pada produk barang berbeda dengan pemasaran untuk produk jasa (Lupiyoadi,2001:58). Hal ini terkait dengan perbedaan karakteristik jasa dan barang. Pemasaran produk barang mencakup 4P, yaitu : *product, price, promotion*

dan *place*. Sedangkan untuk jasa, keempat unsur tersebut ditambah tiga lagi, yaitu : *people*, *process*, dan *customer service*. Ketiga hal ini terkait dengan sifat jasa di mana produksi / operasi hingga konsumsi merupakan suatu rangkaian yang tidak dapat dipisahkan dalam mengikutsertakan konsumen dan pemberi jasa secara langsung.

Jadi dengan demikian elemen pemasaran jasa terdiri dari 7 hal, yaitu (Lupiyoadi,2001:58):

1. *Product* : jasa seperti apa yang ingin ditawarkan
2. *Price* : bagaimana strategi penentuan harga
3. *Promotion* : bagaimana promosi yang harus dilakukan
4. *Place* : bagaimana sistem penghantaran yang akan diterapkan
5. *People* : bagaimana orang yang akan terlibat dalam pemberian jasa
6. *Process* : bagaimana proses dalam operasi jasa tersebut
7. *Customer Service* : tingkat *service* yang bagaimana yang akan diberikan kepada konsumen

2.1.3. Kualitas Pelayanan Jasa

Kualitas adalah suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan (Tjiptono,2006:51). Definisi lain kualitas adalah derajat yang dicapai oleh karakteristik yang berkaitan dalam memenuhi persyaratan (Lupiyoadi dan Hamdani,2006:175).

Kualitas sering dianggap sebagai ukuran relatif kebaikan suatu produk atau jasa yang terdiri atas kualitas desain dan kualitas kesesuaian. Kualitas desain merupakan fungsi spesifikasi produk, sedangkan kualitas kesesuaian adalah suatu ukuran seberapa jauh suatu produk mampu memenuhi persyaratan atau spesifikasi kualitas yang telah ditetapkan.

Menurut Tjiptono (2006:51), terdapat 5 macam perspektif kualitas, yaitu:

1. *Transcendental approach*

Kualitas dipandang sebagai *innate excellence*, di mana kualitas dapat dirasakan atau diketahui, tetapi sulit didefinisikan dan dioperasionalkan, biasanya diterapkan dalam dunia seni.

2. *Product-based approach*

Kualitas merupakan karakteristik atau atribut yang dapat dikuantitatifkan dan dapat diukur. Perbedaan dalam kualitas mencerminkan perbedaan dalam jumlah beberapa unsur atau atribut yang dimiliki produk.

3. *User-based approach*

Kualitas tergantung pada orang yang memandangnya, sehingga produk yang paling memuaskan preferensi seseorang (misalnya *perceived quality*) merupakan produk yang berkualitas tinggi.

4. *Manufacturing-based approach*

Kualitas sebagai kesesuaian / sama dengan persyaratan. Dalam sektor jasa bahwa kualitas seringkali didorong oleh tujuan peningkatan produktivitas dan penekanan biaya.

5. *Value-based approach*

Kualitas dipandang dari segi nilai dan harga. Kualitas dalam pengertian ini bersifat relatif, sehingga produk yang memiliki kualitas paling tinggi belum tentu produk yang paling bernilai. Akan tetapi yang paling bernilai adalah barang atau jasa yang paling tepat dibeli.

Kualitas pelayanan merupakan suatu pernyataan tentang sikap, hubungan yang dihasilkan dari perbandingan antara ekspektasi (harapan) dengan kinerja (hasil) (Usmara,2003:231). Definisi lain kualitas pelayanan adalah ukuran sejauh mana suatu pelayanan yang diberikan dapat memenuhi harapan pelanggan (Assegaff,2009:173).

Kualitas pelayanan adalah upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan (Tjiptono,2006:59)

Menurut Tjiptono (2006:59), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi keinginan pelanggan. Dengan kata lain ada “dua faktor utama mempengaruhi kualitas jasa, yaitu *expected service* dan *perceived service* atau kualitas jasa yang diharapkan dan kualitas jasa yang diterima atau dirasakan.

Apabila jasa yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa yang diterima atau dirasakan melampaui harapan pelanggan, maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal. Sebaliknya jika jasa yang diterima lebih rendah

daripada yang diharapkan maka kualitas jasa dipersepsikan sebagai kualitas yang buruk.

Kualitas harus dimulai dari kebutuhan pelanggan dan berakhir pada persepsi pelanggan. Hal ini berarti bahwa citra kualitas yang baik bukan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pihak penyedia jasa, melainkan berdasarkan sudut pandang atau persepsi pelanggan. Pelangganlah yang menentukan berkualitas atau tidaknya suatu pelayanan jasa. Dengan demikian baik tidaknya kualitas jasa tergantung pada kemampuan penyedia jasa dalam memenuhi harapan pelanggannya secara konsisten.

2.1.4. Elemen Kualitas Pelayanan

Menurut Tandjung (2004:109-112) elemen kualitas jasa (pelayanan) terdiri dari :

1. Bukti Fisik

Menurut Tjiptono (2006:70), bukti fisik (*tangible*) merupakan meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Hal ini bisa berarti penampilan fasilitas fisik, seperti gedung dan ruangan *front office*, tersedianya tempat parkir, keberhasilan, kerapian dan kenyamanan ruangan, kelengkapan peralatan komunikasi, dan penampilan karyawan.

Prasarana yang berkaitan dengan layanan pelanggan juga harus diperhatikan oleh manajemen perusahaan. Gedung yang megah dengan fasilitas pendingin (AC), alat telekomunikasi yang canggih atau perabot

kantor yang berkualitas, dan lain-lain menjadi pertimbangan pelanggan dalam memilih suatu produk / jasa.

2. Keandalan

Menurut Tjiptono (2006:70), keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama (*right the first time*). Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati.

Dalam unsur ini, pemasar dituntut untuk menyediakan produk / jasa yang handal. Produk / jasa jangan sampai mengalami kerusakan / kegagalan. Dengan kata lain, produk / jasa tersebut harus selalu baik. Para anggota perusahaan juga harus jujur dalam menyelesaikan masalah sehingga pelanggan tidak merasa ditipu. Selain itu, pemasar harus tepat janji bila menjanjikan sesuatu kepada pelanggan. Sekali lagi perlu diperhatikan bahwa janji bukan sekedar janji, namun janji harus ditepati. Oleh karena itu, *time schedule* perlu disusun dengan teliti.

3. Daya Tanggap

Menurut Tjiptono (2006:70), daya tanggap (*responsiveness*) merupakan keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap. Daya tanggap dapat berarti respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan

pelayanan yang cepat dan, yang meliputi kesigapan karyawan dalam melayani pelanggan, kecepatan karyawan dalam menangani transaksi, dan penanganan

Para anggota perusahaan harus memperhatikan janji spesifik kepada pelanggan. Unsur lain yang juga penting dalam elemen cepat tanggap ini adalah anggota perusahaan selalu siap membantu pelanggan. Apa pun posisi seseorang di perusahaan hendaknya selalu memperhatikan pelanggan yang menghubungi perusahaan.

4. Jaminan

Menurut Tjiptono (2006:70), jaminan (*assurance*) merupakan mencakup pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan. Pada saat persaingan sangat kompetitif, anggota perusahaan harus tampil lebih kompeten, artinya memiliki pengetahuan dan keahlian di bidang masing-masing. IBM sangat menekankan faktor-faktor tersebut kepada para teknisi yang menangani pemasangan dan layanan purna jual. Faktor *security*, yaitu memberikan rasa aman dan terjamin kepada pelanggan merupakan hal yang penting pula.

5. Empati

Menurut Tjiptono (2006:70), empati (*empathy*) merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen. Setiap anggota perusahaan hendaknya dapat mengelola waktu agar mudah dihubungi, baik melalui telepon ataupun bertemu langsung. Dering telepon usahakan maksimal tiga kali, lalu segera

dijawab. Ingat, waktu yang dimiliki pelanggan sangat terbatas sehingga tidak mungkin menunggu terlalu lama. Usahakan pula untuk melakukan komunikasi individu agar hubungan dengan pelanggan lebih akrab. Anggota perusahaan juga harus memahami pelanggan, artinya pelanggan terkadang seperti anak kecil yang menginginkan segala sesuatu atau pelanggan terkadang seperti orang tua yang cerewet. Dengan memahami pelanggan, bukan berarti anggota perusahaan merasa “kalah” dan harus “mengiyakan” pendapat pelanggan, tetapi paling tidak mencoba untuk melakukan kompromi bukan melakukan perlawanan.

2.1.5. Kepuasan Pelanggan

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler,2005:70). Sedangkan menurut Sumarwan (2003:322), kepuasan konsumen merupakan dampak dari perbandingan antara harapan nasabah sebelum pembelian dengan yang sesungguhnya diperoleh konsumen dari produk yang dibeli tersebut.

Pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para konsumen yang merasa puas. Terciptanya kepuasan konsumen dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya hubungan antara perusahaan dan konsumen menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang dan terciptanya loyalitas konsumen, dan membentuk suatu rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan.

Konsumen akan memiliki harapan mengenai bagaimana produk tersebut seharusnya berfungsi (*performance expectation*), harapan tersebut adalah standar kualitas yang akan dibandingkan dengan fungsi atau kualitas produk yang sesungguhnya dirasakan konsumen. Fungsi produk yang sesungguhnya dirasakan nasabah sebenarnya adalah persepsi nasabah terhadap kualitas produk tersebut. Di dalam mengevaluasi kualitas suatu produk atau jasa, konsumen akan menilai berbagai atribut (dimensi kualitas pelayanan dan dimensi kualitas produk).

Kaitan antara kepuasan konsumen dan kesetiaan konsumen tidak bersifat proporsional. Andaikan kepuasan konsumen diberi peringkat dengan skala satu sampai lima. Pada level kepuasan konsumen yang sangat rendah (level satu), para konsumen cenderung menjauhi perusahaan dengan menyebarkan cerita jelek tentang perusahaan tersebut. Pada level dua sampai empat, konsumen agak puas tetapi masih merasa mudah untuk beralih ketika tawaran yang lebih baik muncul. Pada level kelima, konsumen sangat cenderung membeli ulang dan bahkan menyampaikan cerita pujian tentang perusahaan. Kepuasan atau rasa senang yang tinggi menciptakan ikatan emosional dengan merek atau perusahaan tersebut, tidak sekedar suka yang berlebihan.

Persepsi konsumen mengenai mutu suatu jasa dan kepuasan menyeluruh, mereka memiliki beberapa indikator / petunjuk yang bisa dilihat (Supranto, 2001:44). Konsumen mungkin tersenyum ketika mereka berbicara mengenai barang atau jasa. Konsumen mungkin mengatakan hal-hal yang bagus tentang barang atau jasa. Senyum suatu bukti bahwa seseorang puas, cemberut sebaliknya mencerminkan kekecewaan.

Dengan demikian dapat ditarik kesimpulan tentang sikap dan persepsi konsumen mengenai barang / jasa dengan meneliti manifestasi yang terkait dengan produk / jasa yang dilihat. Manifestasi yang terlihat adalah jawaban-jawaban yang diberikan para pelanggan melalui pengisian kuesioner kepuasan konsumen. Kalau para konsumen menunjukkan hal-hal yang bagus tentang produk / jasa pada kuesioner kepuasan pelanggan dan mendemonstrasikan indikasi perilaku positif lainnya.

Ketika membentuk suatu kuesioner atau skala yang menilai sikap dan persepsi konsumen dalam upaya membentuk kebutuhan konsumen, perlu mempertimbangkan isu ukuran untuk menjamin bahwa skor yang diperoleh dari instrumen berupa kuesioner mencerminkan informasi yang akurat tentang konstruk yang mendasarinya. Tekanan pada isu pengukuran dalam kepuasan pelanggan sama pentingnya dengan isu pengukuran mengenai instrumen yang dirancang untuk mengukur obyek berupa barang yang bisa diraba (*tangible*).

2.1.6. Model Pengukuran Kepuasan Konsumen

Ada beberapa metode yang dapat dipergunakan untuk mengukur dan memantau kepuasan konsumen. Tjiptono (2006:148) mengemukakan terdapat empat metode untuk mengukur kepuasan konsumen yaitu:

1. Sistem keluhan dan saran

Setiap perusahaan yang berorientasi pada konsumen (*customer-oriented*) perlu memberikan kesempatan seluas-luasnya bagi para konsumennya untuk menyampaikan saran, pendapat, dan keluhan mereka. Media yang bisa

digunakan meliputi kotak saran yang diletakkan ditempat-tempat strategis (yang mudah dijangkau atau sering dilewati konsumen), menyediakan kartu komentar, menyediakan saluran telepon khusus (*customer hot lines*), dan lain-lain.

2. Survei kepuasan konsumen

Melalui survei, perusahaan akan memperoleh tanggapan dan umpan balik secara langsung dari konsumen dan sekaligus juga memberikan tanda (*signal*) positif bahwa perusahaan menaruh perhatian terhadap konsumen. Pengukuran kepuasan dapat dilakukan dengan berbagai cara (Tjiptono,2006:18):

a. *Directly reported satisfaction*

Pengukuran dilakukan secara langsung, melalui pertanyaan dengan skala berikut : sangat tidak puas, tidak puas, netral, puas, sangat puas.

b. *Derived dissatisfaction*

Pertanyaan yang diajukan menyangkut dua hal utama, yakni besarnya harapan pelanggan terhadap atribut tertentu dan besarnya yang mereka rasakan.

c. *Problem analysis*

Pelanggan yang dijadikan responden diminta untuk mengungkapkan dua hal pokok. Pertama, masalah-masalah yang mereka hadapi berkaitan dengan penawaran dari perusahaan. Kedua, saran-saran untuk melakukan perbaikan.

d. *Importance-performance analysis*

Dalam teknik ini, responden diminta untuk merangking berbagai elemen (atribut) dari penawaran berdasarkan derajat pentingnya setiap elemen tersebut. Selain itu responden juga diminta merangking seberapa baik kinerja perusahaan dalam masing-masing elemen/ atribut tersebut.

3. *Ghost shopping*

Metode ini dilaksanakan dengan cara memperkerjakan beberapa orang (*ghost shopper*) untuk berperan atau bersikap sebagai pelanggan /pembeli potensial produk perusahaan dan pesaing. Lalu *ghost shopper* tersebut menyampaikan temuan-temuannya mengenai kekuatan dan kelemahan produk perusahaan dan pesaing berdasarkan pengalaman mereka dalam pembelian produk-produk tersebut.

4. *Lost customer analysis*

Perusahaan berusaha menghubungi pelanggannya yang telah berhenti membeli atau yang telah beralih pemasok. Yang diharapkan adalah akan diperolehnya informasi penyebab terjadinya hal tersebut. Informasi ini sangat bermanfaat bagi perusahaan untuk mengambil kebijakan selanjutnya dalam rangka meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.

2.2. Penelitian Terdahulu

1. Assegaff (2009) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda Di Kota Semarang“. Variabel yang digunakan adalah

bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, dan empati (*independent*) dan kepuasan pelanggan (*dependent*). Sampel yang digunakan adalah orang-orang yang pernah menggunakan jasa transportasi Penerbangan PT. Garuda. Yang berjumlah 150. Teknik analisis data menggunakan analisis *Structural Equation Model* (SEM) dengan program AMOS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1). Keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (sig. 0,027). (2). Ketanggapan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (sig. 0,007). (3). Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (sig. 0,023). (4). Berwujud (bukti fisik) berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (sig. 0,05). Empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan (sig. 0,014).

2. Atmawati dan Wahyuddin (2007) melakukan penelitian dengan judul “Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall”. Variabel yang digunakan adalah bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati (variabel bebas) serta kepuasan pelanggan (variabel tidak bebas). Sampel yang diambil adalah 100 konsumen Matahari Department Store di Solo Grand Mall Surakarta. Sedangkan teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa : (1). Bukti fisik berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ($t = 6,387$ sig. 0,011). (2). Keandalan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ($t = 5,462$ sig. 0,019). (3). Daya tanggap berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ($t = 7,369$ sig. 0,007). (4).

Jaminan berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ($t = 9,107$ sig. 0,003). (5).

Empati berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan ($t = 7,594$ sig. 0,006.).

3. Jonathan (2005) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sektor Publik di Kabupaten dan Kota di Propinsi Kalimantan Timur”. Variabel bebas yang digunakan adalah bukti fisik, keandalan, daya tanggap, empati dan jaminan. Sedangkan variabel tidak bebasnya adalah kepuasan pelanggan. Sampelnya adalah 150 pelanggan dari sektor pelayanan publik di Kabupaten dan Kota di Propinsi Kalimantan Timur. Metode analisis datanya adalah teknik analisis regresi berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa : bukti fisik mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (t hitung = 5,443), keandalan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (t hitung = 4,828), daya tanggap mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (t hitung = 3,175), kepedulian mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (t hitung = 3,002) dan jaminan tidak mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (t hitung = 1,571). Bukti langsung, keandalan, daya tanggap, kepedulian dan jaminan mempunyai pengaruh terhadap kepuasan pelanggan (F hitung = 38,652). Pengaruh tersebut sebesar 65,8%.

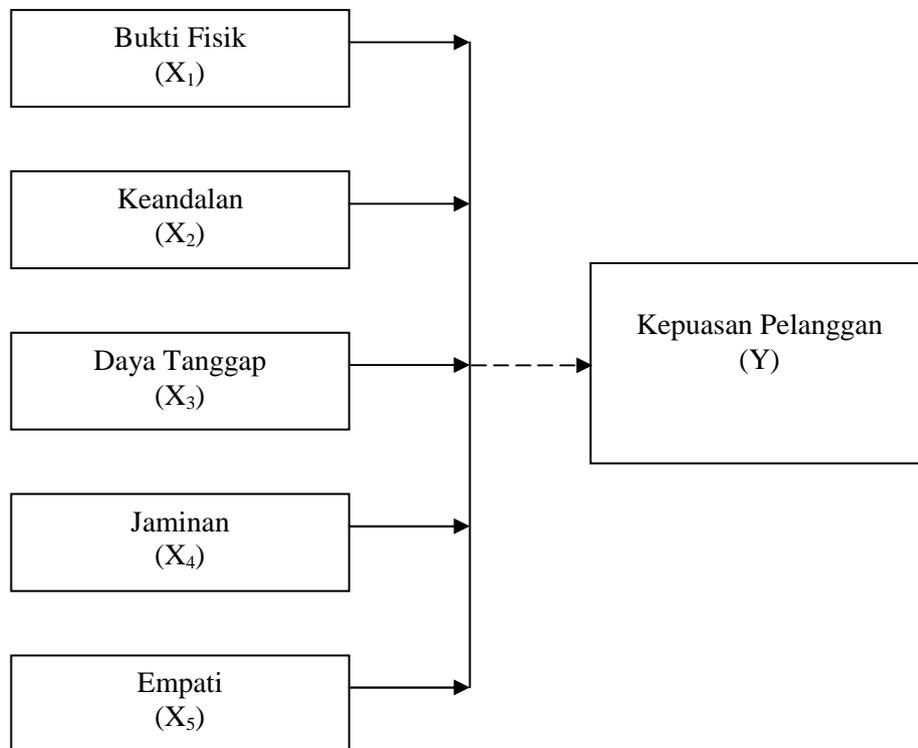
2.3. Kerangka Pemikiran

Suatu perusahaan yang menginginkan agar usahanya dapat beroperasi secara terus menerus harus mampu memberikan kepuasan kepada konsumennya. Kepuasan konsumen merupakan perbandingan antara kenyataan yang dirasakan

konsumen dengan apa yang diharapkan konsumen. Apabila yang dirasakan konsumen melebihi dari apa yang diharapkan, berarti konsumen telah terpenuhi kepuasannya. Bila konsumen telah merasa puas, biasanya akan melakukan pembelian ulang atau merekomendasikan kepada pihak lain terhadap produk atau jasa tersebut bila di kemudian hari muncul kebutuhan yang sama.

Kepuasan konsumen banyak dipengaruhi oleh beberapa faktor, salah satunya adalah kualitas pelayanan. Sedangkan kualitas pelayanan terdiri dari 5 dimensi yaitu bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati. Bukti Fisik merupakan bukti fisik dari jasa, bisa berupa fasilitas fisik, peralatan yang dipergunakan, maupun representasi fisik dari jasa. Keandalan merupakan konsistensi kerja (*performance*) dan kemampuan untuk dipercaya. Daya Tanggap merupakan kemauan atau kesiapan para karyawan untuk memberikan jasa yang dibutuhkan pelanggan. Jaminan merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya, yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, resiko atau keragu-raguan. Empati merupakan meliputi kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan.

Berdasarkan pemikiran di atas, maka dapat digambarkan sebuah kerangka pemikiran seperti pada gambar 2.1 :



Gambar 2.1
Kerangka Pemikiran

2.4. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk pertanyaan (Sugiyono,2005:51).

Hipotesis dalam penelitian ini adalah :

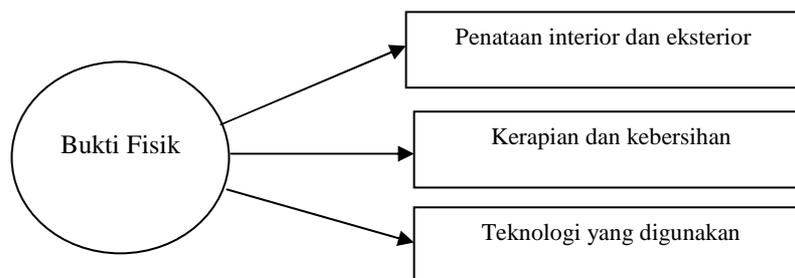
1. H_1 : Bukti fisik berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan
2. H_2 : Keandalan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

3. H₃ : Daya tanggap berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
4. H₄ : Jaminan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
5. H₅ : Empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.
6. H₆ : Bukti Fisik, Keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

2.5. Dimensionalisasi Variabel

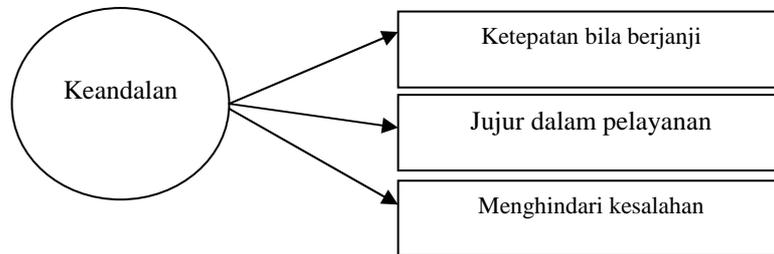
Di bawah ini disajikan indikator dari variabel independen dan dependen, yaitu :

Bukti Fisik



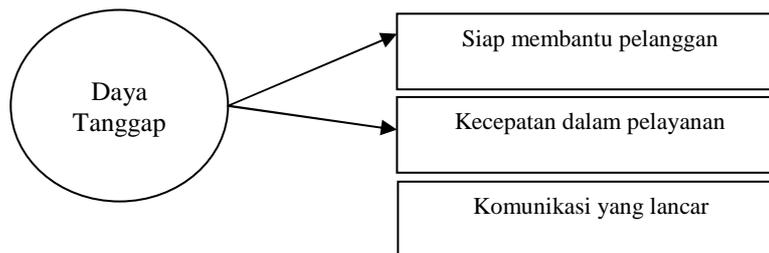
Sumber : (Assegaff,2009:176)

Keandalan



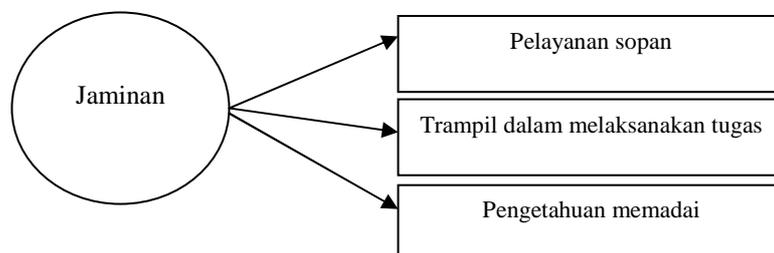
Sumber : (Assegaff,2009:176)

Daya Tanggap



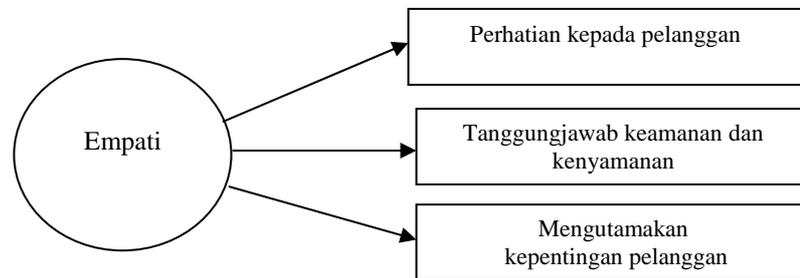
Sumber : (Assegaff,2009:176)

Jaminan



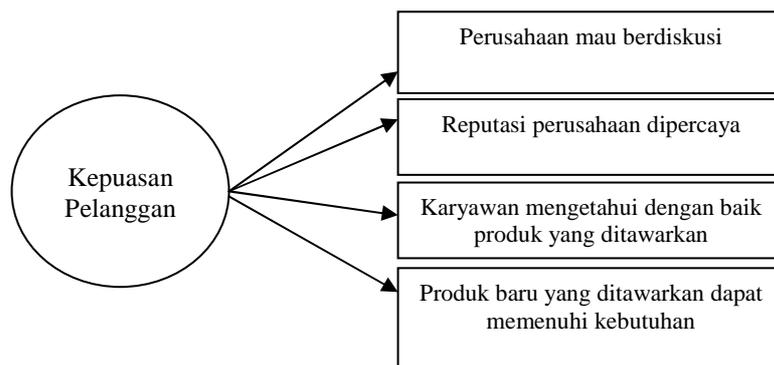
Sumber : (Assegaff,2009: 176)

Empati



Sumber : (Assegaff,2009: 176)

Kepuasan Pelanggan



Sumber : (Mas'ud,2004:447-448)

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel penelitian yang digunakan dan definisi operasional dalam penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas (*independent*), yang terdiri dari :

1. Bukti Fisik (X_1)

Bukti fisik merupakan fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi (Tjiptono,2006:70).

Selanjutnya variabel bukti fisik (*tangible*) diukur dengan indikator sebagai berikut (Assegaff,2009:176):

- a. Penataan interior dan eksterior
- b. Kerapian dan kebersihan ruangan
- c. Teknologi yang digunakan

2. Keandalan (X_2)

Keandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan (Tjiptono,2006:70).

Selanjutnya variabel keandalan (*reliability*) diukur dengan indikator sebagai berikut (Assegaff,2009:176) :

- a. Ketepatan waktu bila berjanji
- b. Jujur dalam pelayanan
- c. Berusaha menghindari kesalahan

3. Daya Tanggap (X_3)

Daya tanggap merupakan keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan pelayanan dengan tanggap (Tjiptono, 2006:70).

Selanjutnya variabel daya tanggap (*responsiveness*) diukur dengan indikator sebagai berikut (Assegaff,2009:176) :

- a. Siap membantu pelanggan
- b. Kecepatan dalam pelayanan
- c. Komunikasi yang lancar

4. Jaminan (X_4)

Jaminan merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf; bebas dari bahaya, risiko atau keraguan (Tjiptono,2006:70).

Variabel jaminan (*assurance*) diukur melalui indikatornya (Assegaff,2009: 176) :

- a. Pelayanan sopan
- b. Trampil dalam melaksanakan tugas
- c. Pengetahuan memadai

5. Empati (X_5)

Empati merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para pelanggan (Tjiptono,2006:70).

Variabel empati (*empathy*) diukur melalui indikatornya (Assegaff,2009: 176) :

- a. Perhatian kepada pelanggan
- b. Tanggungjawab keamanan dan kenyamanan
- c. Mengutamakan kepentingan pelanggan.

2. Variabel terikat (*dependent*), yaitu :

Kepuasan Pelanggan (Y)

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) produk yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler,2005:70).

Variabel kepuasan pelanggan diukur menggunakan indikator sebagai berikut (Mas'ud,2004:447-448) :

- a. Perusahaan mau berdiskusi
- b. Reputasi perusahaan dipercaya
- c. Karyawan mengetahui dengan baik produk yang ditawarkan
- d. Produk baru yang ditawarkan dapat memenuhi kebutuhan

3.2 Penentuan sampel

Populasi merupakan wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/suybyek yang mempunyai karakteristik tertentu dan mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel (Umar, 2005:77). Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan PLN yang melakukan pembayaran rekening listrik melalui

sistem *Payment Point Online Bank* (PPOB) mulai bulan Mei 2009 – Desember 2009 yang berjumlah 10.378 pelanggan.

Sampel merupakan sebagian dari populasi yang mempunyai karakteristik tertentu (Umar,2005:77). Sampel dalam penelitian ini adalah sebagian pelanggan PLN yang melakukan pembayaran rekening listrik melalui sistem *Payment Point Online Bank* (PPOB) mulai bulan Mei 2009 – Desember 2009.

Sedangkan metode pengambilan sampelnya menggunakan metode Slovin (Umar,2005:78) :

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

Dimana :

n = ukuran sampel

N = jumlah populasi = 10.378

e = kesalahan dalam pengambilan sampel, misalnya 10 %, maka:

$$\begin{aligned} n &= \frac{10378}{1 + 10378 (0,1)^2} \\ &= \frac{10378}{1 + 10378 (0,01)} \\ &= \frac{10378}{1 + 103,78} \\ &= \frac{10378}{104,78} \\ &= 99,05 \end{aligned}$$

Berdasarkan perhitungan, maka diperoleh sampel sebanyak 99,05 dan dibulatkan menjadi 100 responden. Jadi sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden (n = 100).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *Accidental Sampling* (sampling kebetulan). Sedangkan *Accidental Sampling* dilakukan apabila pemilihan anggota sampel dilakukan terhadap orang atau benda yang kebetulan ada atau dijumpai (Usman dan Akbar,2006:185). Pelaksanaan *accidental sampling* dalam penelitian ini pelanggan PLN yang melakukan pembayaran rekening listrik melalui sistem *Payment Point Online Bank* (PPOB) atas nama pelanggan sendiri (bukan orang lain) mulai bulan Mei 2009 – hingga sekarang.

3.3 Jenis dan Sumber Data

Jenis data dalam penelitian ini adalah data primer. Data primer adalah data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan, seperti dari wawancara atau pengisian kuesioner yang dilakukan oleh peneliti (Umar,2005:42). Sumber data adalah pelanggan yang dimintai tanggapan melalui kuesioner yang diberikan kepada responden tentang bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan kepuasan pelanggan.

3.4 Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan adalah angket atau kuesioner. Kuesioner adalah sejumlah pertanyaan secara tertulis yang akan dijawab oleh responden penelitian, agar peneliti memperoleh data lapangan / empiris untuk memecahkan masalah penelitian dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Supardi,2005:127). Dalam penelitian ini, kuesioner yang digunakan adalah

kuesioner tertutup yaitu model pertanyaan dimana pertanyaan tersebut telah disediakan jawabannya, sehingga responden hanya memilih dari alternatif jawaban yang sesuai dengan pendapat atau pilihannya (Supardi,2005:133). Cara pengumpulan data tersebut dilakukan dengan prosedur : 1) responden diberi kuesioner, 2) sambil mengisi kuesioner, ditunggu dan diberikan penjelasan jika belum jelas terhadap apa yang dibaca, 3) setelah responden mengisi kemudian jawaban tersebut ditabulasi, diolah, dianalisis dan disimpulkan.

3.5 Metode Analisis

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Regresi berganda. Analisa regresi berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas terhadap variabel tidak bebas (terikat) atas perubahan dari setiap peningkatan atau penurunan variabel bebas yang akan mempengaruhi variabel terikat.

Dari jawaban daftar pertanyaan yang diajukan pada responden diolah dengan skala likert. Skala likert adalah suatu skala yang jawabannya bertingkat yaitu :

- a. Untuk jawaban sangat tidak setuju diberi nilai = 1
- b. Untuk jawaban tidak setuju diberi nilai = 2
- c. Untuk jawaban netral diberi nilai = 3
- d. Untuk jawaban setuju diberi nilai = 4
- e. Untuk jawaban sangat setuju diberi nilai = 5

Tahapan-tahapan yang digunakan dalam menganalisis adalah sebagai berikut :

3.5.1 Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan sesuatu instrumen (Arikunto,2006:168). Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Sebuah instrumen dikatakan valid apabila mampu mengukur apa yang diinginkan. Sebuah instrumen dikatakan valid apabila dapat mengungkap data dari variabel yang diteliti secara tepat. Tinggi rendahnya instrumen menunjukkan sejauh mana data yang terkumpul tidak menyimpang dari gambaran tentang variabel yang dimaksud.

Alat untuk mengukur validitas adalah Korelasi Product Moment dari Pearson (Arikunto,2006:170). Suatu indikator dikatakan valid, apabila $n = 100$ dan $\alpha = 0,05$, maka $r_{\text{tabel}} = 0,195$ dengan ketentuan (Arikunto, 2006:184) :

Hasil $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}} (0,195) = \text{valid}$

Hasil $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}} (0,195) = \text{tidak valid}$

3.5.2 Reliabilitas

Reliabilitas adalah sesuatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data karena instrumen tersebut sudah baik (Arikunto,2006:178). Instrumen yang baik tidak akan bersifat tendensius atau mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu. Instrumen

yang sudah dapat dipercaya, yang reliabel akan menghasilkan data yang dapat dipercaya, apabila datanya benar-benar sesuai dengan kenyataannya, maka berapa kalipun diambil, tetap akan sama. Reliabilitas menunjukkan pada tingkat keandalan (dapat dipercaya).

Di sini yang dapat dipercaya adalah datanya, bukan semata-mata instrumennya (Arikunto,2006:179). Instrumen yang reliabel mengandung arti bahwa instrumen tersebut harus baik sehingga mampu mengungkap data yang bisa dipercaya.

Alat untuk mengukur reliabilitas adalah Alpha Cronbach (Arikunto, 2006:196). Suatu variabel dikatakan reliabel, apabila (Nurgiyantoro, 2004: 352) :

Hasil $\alpha \geq 0,60$ = reliabel

Hasil $\alpha < 0,60$ = tidak reliabel

3.5.3 Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah data yang akan digunakan dalam model regresi berdistribusi normal atau tidak (Ghozali, 2005:110).

Untuk menguji suatu data berdistribusi normal atau tidak, dapat diketahui dengan menggunakan grafik normal plot (Ghozali, 2005:112). Pada grafik normal plot, dengan asumsi :

- a. Apabila data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

- b. Apabila data menyebar jauh dari diagonal dan /atau tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi uji asumsi normalitas.

2) Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut homokedastisitas dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali,2005: 105).

Deteksi ada tidaknya problem heteroskedastisitas adalah dengan media grafik, apabila grafik membentuk pola khusus maka model terdapat heteroskedastisitas (Ghozali, 2005:105).

Dasar pengambilan keputusan :

- a. Jika ada pola tertentu, seperti titik-titik (point-point) yang ada membentuk suatu pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka telah terjadi Heteroskedastisitas.
- b. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas.

3) Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel bebas. Jika variabel bebas saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak ortogonal. Variabel ortogonal adalah variabel bebas yang nilai korelasi antar sesama variabel bebas sama dengan nol (0). Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinearitas di dalam model regresi adalah sebagai berikut (Ghozali, 2005:92) :

- a. Mempunyai angka Tolerance diatas ($>$) 0,1
- b. Mempunyai nilai VIF di di bawah ($<$) 10

3.5.4 Pengujian Hipotesis

Untuk membuktikan hipotesis dalam penelitian ini apakah variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, maka digunakan beberapa pengujian yaitu uji – t dan uji – F.

1. Uji – t

Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara parsial dengan $\alpha = 0,05$ dan juga penerimaan atau penolakan hipotesa, maka cara yang dilakukan adalah :

- a. Merumuskan hipotesis
 - 1) H_{01} : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan secara parsial

Ha₂ : Ada pengaruh yang signifikan antara bukti fisik terhadap kepuasan pelanggan secara parsial

2) Ho₂ : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara keandalan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial

Ha₂ : Ada pengaruh yang signifikan keandalan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial.

3) Ho₃ : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan secara parsial

Ha₃ : Ada pengaruh yang signifikan antara daya tanggap terhadap kepuasan pelanggan secara parsial.

4) Ho₄ : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara jaminan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial

Ha₄ : Ada pengaruh yang signifikan antara jaminan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial.

5) Ho₅ : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara empati terhadap kepuasan pelanggan secara parsial

Ha₅ : Ada pengaruh yang signifikan antara empati terhadap kepuasan pelanggan secara parsial.

b. Mencari t hitung

Rumus :

$$t = \frac{R\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-R^2}}$$

Keterangan :

R : Koefisien Korelasi

R^2 : Koefisien Determinasi

n : Banyaknya sampel

Dengan asumsi (t_{hitung}) :

H_0 : diterima bila $sig. > \alpha = 0,05$

H_0 : ditolak bila $sig. \leq \alpha = 0,05$

2. Uji - F

Untuk menguji apakah masing-masing variabel bebas berpengaruh secara signifikan terhadap variabel terikat secara bersama-sama dengan $\alpha = 0,05$ dan juga penerimaan atau penolakan hipotesa, maka cara yang dilakukan adalah :

a. Merumuskan hipotesis

H_{0_6} : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan secara secara simultan.

H_{a_6} : Ada pengaruh yang positif dan signifikan antara bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan secara secara simultan.

b. Mencari F hitung

Rumus :

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

Keterangan :

R^2 = Koefisien Determinasi

k = Banyaknya variabel bebas

n = Banyaknya sampel

Dengan asumsi (F_{hitung}) :

H_0 : diterima bila sig. > $\alpha = 0,05$

H_0 : ditolak bila sig. $\leq \alpha = 0,05$

3.5.5 Koefisien Determinasi (R_{Square})

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model (bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati) dalam menerangkan variasi variabel dependen/tidak bebas (kepuasan pelanggan). Nilai koefisien determinasi adalah antara nol (0) dan satu (1). Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel-variabel independen (bebas) dalam menjelaskan variasi variabel dependen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi variabel dependen. Secara umum koefisien determinasi untuk data silang (*crosssection*) relatif rendah karena adanya variasi yang besar antara masing-masing pengamatan, sedangkan untuk data runtun

waktu (*time series*) biasanya mempunyai nilai koefisien determinasi yang tinggi (Ghozali,2005:83).

Banyak peneliti menganjurkan untuk menggunakan nilai *Adjusted R²* (*Adjusted R Square*) pada saat mengevaluasi mana model regresi terbaik. Tidak seperti R^2 , nilai *Adjusted R²* dapat naik atau turun apabila satu variabel independen ditambahkan ke dalam model (Ghozali,2005:83).

Dalam kenyataan nilai *Adjusted R²* dapat bernilai negatif, walaupun yang dikehendaki harus bernilai positif. Jika dalam uji empiris didapat nilai *Adjusted R²* negatif, maka nilai *Adjusted* dianggap bernilai 0. Secara matematis jika nilai $R^2 = 1$, maka *Adjusted R²* = $R^2 = 1$. Sedangkan jika nilai $R^2 = 0$, maka *Adjusted R²* = $(1 - k)/(n - k)$. Jika $k > 1$, maka *Adjusted R²* akan bernilai negatif.

Dalam penelitian ini, untuk mengolah data digunakan alat bantu SPSS (*Statistical Package for Social Science*).

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Responden

Penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pelanggan dalam pembayaran rekening listrik, dilakukan di wilayah Semarang Barat, sehingga responden penelitian ini diambil dari para pelanggan PLN di Semarang Barat.

Dalam mendapatkan responden penelitian maka dilakukan penyebaran sebanyak 100 kuesioner kepada para pelanggan PLN di wilayah Semarang Barat, yang ditemui pada saat melakukan pembayaran rekening listrik di unit pelayanan PLN Semarang Barat. Agar bisa mendapatkan gambaran umum responden maka dilakukan analisa deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin, umur, pendidikan terakhir dan pekerjaan.

4.1.1 Deskripsi Responden berdasarkan Jenis Kelamin

Dari hasil penyebaran kuesioner maka didapat jumlah responden pria dan wanita sebagai berikut :

Tabel 4.1
Jenis Kelamin

No	Kategori Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Pria	57	57,0
2	Wanita	43	43,0
Jumlah		100	100

Sumber : Lampiran 2

Jumlah responden pria sebanyak 57,0% dan lebih banyak dibanding responden wanita yang sebanyak 43,0%. Jumlah responden pria yang lebih banyak dibanding responden wanita merupakan faktor kebetulan karena pada saat penyebaran kuesioner, responden yang berpartisipasi lebih banyak konsumen pria, namun demikian perbedaan jenis kelamin bisa menimbulkan pendapat atau sudut pandang yang berbeda dalam menilai kualitas pelayanan yang diberikan unit pelayanan pelanggan PLN Semarang Barat.

4.1.2 Deskripsi Responden berdasarkan Umur

Umur responden penelitian dapat diketahui dari hasil pengelompokan responden berdasarkan umur berikut ini :

Tabel 4.2
Umur Responden

No	Kategori Umur	Jumlah	Persentase
1	≤ 20 tahun	1	1,0
2	21 – 30 tahun	16	16,0
3	31 – 40 tahun	23	23,0
4	41 – 50 tahun	51	51,0
5	> 50 tahun	9	9,0
Jumlah		100	100 %

Sumber : Lampiran 2

Umur responden dapat dikelompokkan seperti pada tabel 4.2 dan dari hasil pengelompokan terlihat kelompok terbesar responden adalah yang berumur 41 sampai 50 tahun (51,0%) sedangkan kelompok terkecil berasal dari umur di bawah sampai 20 tahun (1,0%). Umur bisa menentukan tingkat kedewasaan seseorang sehingga hal ini bisa mempengaruhi dalam perilakunya dan cara pemikirannya.

4.1.3 Deskripsi Responden berdasarkan Pendidikan Terakhir

Pendidikan terakhir yang ditempuh oleh responden dapat dikelompokkan sebagai berikut :

Tabel 4.3
Pendidikan Responden

No	Kategori Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SD	-	
2	SLTP	-	
3	SLTA	23	23,0
4	D3	27	27,0
5	Sarjana	50	50,0
Jumlah		100	100

Sumber : Lampiran 2

Latar belakang pendidikan responden adalah dari SLTA sampai Sarjana, dengan jumlah responden yang berpendidikan sarjana lebih banyak (50,0%), sementara yang berpendidikan SLTA jumlahnya lebih sedikit (23,0%). Tingkat pendidikan yang ditempuh seseorang menunjukkan tingkat pengetahuan dan wawasan yang dimiliki, yang akan berpengaruh pada kemampuan analitis terhadap suatu permasalahan seperti pelayanan yang diberikan oleh unit pelayanan pelanggan PLN Semarang Barat.

4.1.4 Deskripsi Responden berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan atau profesi yang ditempuh oleh responden dapat dilihat pada hasil pengelompokan sebagai berikut :

Tabel 4.4
Pekerjaan Responden

No	Kategori Pekerjaan	Jumlah	Persentase
1	PNS	11	11,0
2	Swasta	45	45,0
3	Wiraswasta	38	38,0
4	Mahasiswa/Mahasiswi	2	2,0
5	Ibu Rumah Tangga	4	4,0
Jumlah		100	100

Sumber : Lampiran 2

Secara keseluruhan para responden memiliki latar belakang pekerjaan yang berbeda-beda, dengan responden yang bekerja sebagai swasta jumlahnya lebih dominan sebanyak 45,0%, sementara responden yang bekerja sebagai mahasiswa/mahasiswi jumlahnya lebih sedikit, yaitu 2,0%. Dari hasil tersebut menunjukkan para pelanggan memang kebanyakan dari mereka yang sudah bekerja karena mempunyai penghasilan dan juga bisa meluangkan waktu mereka untuk melakukan pembayaran tagihan listrik di unit pelayanan pelanggan PLN Semarang Barat.

4.2 Deskripsi Hasil Tanggapan Responden

Agar dapat mengetahui pendapat atau persepsi yang diberikan responden pada masing-masing variabel kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan maka dilakukan analisa deskripsi persentase terhadap hasil tanggapan responden pada masing-masing pertanyaan.

4.2.1 Deskripsi Variabel Bukti Fisik

Dalam mendeskripsikan variabel bukti fisik maka dapat dilihat pada frekuensi hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan atau indikator yang digunakan untuk mengukur bukti fisik (Lampiran 3, frequency tabel Bukti Fisik).

1. Tanggapan responden mengenai interior dan eksterior Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat ditata dengan rapi

Tabel 4.5
Tanggapan Responden tentang Interior Dan Eksterior

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1,0
2	Tidak Setuju	3	3,0
3	Netral	23	23,0
4	Setuju	44	44,0
5	Sangat Setuju	29	29,0
Jumlah		100	100

Sumber : Lampiran 3

Berdasarkan tabel 4.5 menunjukkan bahwa dari tanggapan tentang interior dan eksterior, responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1,0%, tidak setuju 3,0%, netral 23,0%, setuju 44,0% serta sangat setuju 29,0%.

2. Tanggapan responden terhadap ruang Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat nampak bersih

Tabel 4.6
Tanggapan Responden tentang Ruang Unit Pelayanan Bersih

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	4	4,0
2	Tidak Setuju	2	2,0
3	Netral	20	20,0
4	Setuju	46	46,0
5	Sangat Setuju	28	28,0
Jumlah		100	100

Sumber : Lampiran 3

Tabel 4.6 menunjukkan bahwa dari tanggapan responden tentang ruang pelayanan bersih, sebanyak 4,0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 2,0% tidak setuju, 20,0% netral, 46,0% setuju serta 28,0% sangat setuju.

- Tanggapan responden terhadap sistem sarana teknologi yang digunakan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat cangguh

Tabel 4.7
Tanggapan Responden tentang Sistem Sarana Teknologi Canggih

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	7	7,0
3	Netral	27	27,0
4	Setuju	45	45,0
5	Sangat Setuju	21	21,0
Jumlah		100	100

Sumber : Lampiran 3

Sebanyak 7,0% responden menyatakan tidak setuju, 27,0% netral, 45,0% setuju dan 21,0% sangat setuju terhadap pernyataan tentang sistem sarana teknologi canggih.

4.2.2 Deskripsi Variabel Keandalan

Dalam mendiskripsikan variabel keandalan maka dapat dilihat pada frekuensi hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan atau indikator yang digunakan untuk mengukur keandalan (Lampiran 3).

1. Tanggapan responden mengenai karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat selalu tepat bila berjanji kepada pelanggan

Tabel 4.8
Tanggapan Responden tentang Tepat Bila Berjanji

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	2	2,0
3	Netral	30	30,0
4	Setuju	45	45,0
5	Sangat Setuju	23	23,0
Jumlah		100	100

Sumber : Lampiran 3

Dari tabel 4.8 menunjukkan bahwa dari pertanyaan tentang tepat bila berjanji, 2,0% menyatakan tidak setuju, 30,0% netral, 45,0% setuju serta 23,0% sangat setuju.

2. Tanggapan responden terhadap karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan

Tabel 4.9
Tanggapan Responden tentang Karyawan Jujur

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1,0
2	Tidak Setuju	9	9,0
3	Netral	16	16,0
4	Setuju	41	41,0
5	Sangat Setuju	33	33,0
Jumlah		100	100

Sumber : Lampiran 3

Pada tabel 4.9 menunjukkan bahwa dari pertanyaan tentang karyawan jujur, sebanyak 1,0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 9,0% tidak setuju, 16,0% netral, 41,0% setuju serta 33,0% sangat setuju.

3. Tanggapan responden terhadap karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat berusaha menghindari kesalahan pada saat melayani pelanggan

Tabel 4.10
Tanggapan Responden tentang Karyawan Berusaha Menghindari Kesalahan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	4	4,0
3	Netral	28	28,0
4	Setuju	41	41,0
5	Sangat Setuju	27	27,0
Jumlah		100	100

Sumber : Lampiran 3

Sebanyak 4,0% responden menyatakan tidak setuju, 28,0% netral, 41,0% setuju dan 27,0% terhadap pertanyaan tentang karyawan berusaha menghindari kesalahan dalam pelayanannya.

4.2.3 Deskripsi Variabel Daya Tanggap

Dalam mendiskripsikan variabel daya tanggap maka dapat dilihat pada frekuensi hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan atau indikator yang digunakan untuk mengukur daya tanggap (Lampiran 3).

1. Persepsi responden terhadap karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat siap bila membantu pelanggan, bila mengalami kesulitan

Tabel 4.11
Tanggapan Responden tentang Karyawan Siap Membantu Pelanggan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	5	5,0
3	Netral	21	21,0
4	Setuju	42	42,0
5	Sangat Setuju	32	32,0
Jumlah		100	100

Sumber : Lampiran 3

Lima persen (5%) responden menyatakan tidak setuju, 21,0% netral, 42,0% setuju dan 32,0% sangat setuju terhadap pertanyaan tentang karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat siap membantu pelanggan, bila mengalami kesulitan seperti menghitung perincian tagihan yang dibayarkan.

2. Persepsi responden terhadap karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat cepat dalam melayani kepentingan pelanggan

Tabel 4.12
Tanggapan Responden tentang Karyawan Cepat
Dalam Melayani Kepentingan Pelanggan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1,0
2	Tidak Setuju	6	6,0
3	Netral	16	16,0
4	Setuju	51	51,0
5	Sangat Setuju	26	26,0
Jumlah		100	100

Sumber : Lampiran 3

Responden yang menyatakan sangat tidak setuju sebanyak 1,0%, tidak setuju 6,0%, netral 16,0%, setuju 51,0% serta 26,0% responden menyatakan sangat setuju terhadap pertanyaan tentang karyawan cepat dalam melayani pelanggan, sehingga tidak terjadi antrian yang panjang dan lama dalam memberikan pelayanan.

- Persepsi responden terhadap karyawan menjalin komunikasi yang lancar dengan pelanggan

Tabel 4.13
Tanggapan Responden tentang Karyawan Menjalin Komunikasi Yang Lancar

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2,0
2	Tidak Setuju	5	5,0
3	Netral	17	17,0
4	Setuju	49	49,0
5	Sangat Setuju	27	27,0
Jumlah		100	100

Sumber : Lampiran 3

Tabel 4.13 menjelaskan bahwa sebanyak 2,0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 5,0% tidak setuju, 17,0% netral, 49,0% setuju dan 27,0% sangat setuju terhadap pertanyaan tentang karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat menjalin

komunikasi yang lancar dengan pelanggan, yang menunjukkan karyawan mempunyai kemampuan komunikasi yang baik.

4.2.4 Deskripsi Variabel Jaminan

Deskripsi terhadap variabel jaminan dapat dilihat pada frekuensi hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan atau indikator yang digunakan untuk mengukur jaminan (Lampiran 3).

1. Persepsi responden terhadap karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat sopan dalam melayani pelanggan

Tabel 4.14
Tanggapan Responden tentang Sopan Dalam Melayani Pelanggan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	3	3,0
3	Netral	31	31,0
4	Setuju	42	42,0
5	Sangat Setuju	24	24,0
Jumlah		100	100

Sumber : Lampiran 3

Responden yang menyatakan tidak setuju berjumlah 3,0%, netral 31,0%, setuju 42,0% serta sangat setuju 24,0%, terhadap pernyataan tentang karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat sopan dalam melayani pelanggan sehingga membuat pelanggan merasa dihargai dengan baik.

2. Persepsi responden terhadap karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat trampil dalam melayani pelanggan

Tabel 4.15
Tanggapan Responden tentang Karyawan Trampil Dalam Melayani Pelanggan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1,0
2	Tidak Setuju	5	5,0
3	Netral	18	18,0
4	Setuju	44	44,0
5	Sangat Setuju	32	32,0
Jumlah		100	100

Sumber : Lampiran 3

Responden yang menyatakan sangat tidak setuju berjumlah 1,0%, tidak setuju 5,0%, netral 18,0%, setuju 44,0% serta sangat tidak setuju 32,0% terhadap pertanyaan tentang karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat trampil dalam melayani pelanggan karena memiliki pengalaman dan keahlian dalam menjalankan tugasnya.

- Persepsi responden terhadap karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat mempunyai pengetahuan yang memadai seputar PPOB

Tabel 4.16
Tanggapan Responden tentang Karyawan Mempunyai Pengetahuan Yang Memadai

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	6	6,0
3	Netral	18	18,0
4	Setuju	49	49,0
5	Sangat Setuju	27	27,0
Jumlah		100	100

Sumber : Lampiran 3

Responden yang menyatakan tidak setuju terhadap pertanyaan tentang karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat mempunyai pengetahuan memadai seputar PPOB sehingga bisa

memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan sebanyak 6,0%, netral 18,0%, setuju 49,0% serta 27,0%.

4.2.5 Deskripsi Variabel Empati

Deskripsi terhadap variabel empati dapat dilihat pada frekuensi hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan atau indikator yang digunakan untuk mengukur empati (Lampiran 3).

1. Persepsi responden terhadap karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat mau memberi perhatian kepada pelanggan

Tabel 4.17
Tanggapan Responden tentang Karyawan Mau
Memberi Perhatian Kepada Pelanggan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	7	7,0
3	Netral	33	33,0
4	Setuju	36	36,0
5	Sangat Setuju	24	24,0
Jumlah		100	100

Sumber : Lampiran 3

Tabel 4.17 menunjukkan bahwa dari pertanyaan tentang karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat mau memberi perhatian kepada pelanggan, sebanyak 7,0% responden menyatakan tidak setuju, 33,0% netral, 36,0% setuju dan 24,0% menyatakan sangat setuju.

2. Persepsi responden terhadap karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat menjamin keamanan dan kenyamanan pelanggan pada saat melakukan transaksi

Tabel 4.18
Tanggapan Responden tentang Karyawan Menjamin
Keamanan Dan Kenyamanan Pelanggan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2,0
2	Tidak Setuju	8	8,0
3	Netral	12	12,0
4	Setuju	52	52,0
5	Sangat Setuju	26	26,0
Jumlah		100	100

Sumber : Lampiran 3

Pada tabel 4.18 menunjukkan bahwa pada pertanyaan tentang karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat menjamin keamanan dan kenyamanan pelanggan pada saat melakukan transaksi sehingga bisa menghindari hal-hal yang merugikan pelanggan, sebanyak 2,0% menyatakan sangat tidak setuju, 8,0% tidak setuju, 12,0% netral, 52,0% setuju serta 26,0% sangat setuju.

- Persepsi responden terhadap karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat mengutamakan kepentingan pelanggan

Tabel 4.19
Tanggapan Responden tentang Karyawan
Mengutamakan Kepentingan Pelanggan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	2	2,0
2	Tidak Setuju	2	2,0
3	Netral	22	22,0
4	Setuju	41	42,0
5	Sangat Setuju	33	33,0
Jumlah		100	100

Sumber : Lampiran 3

Dari tabel 4.19 menunjukkan bahwa dari pertanyaan tentang karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat

mengutamakan kepentingan pelanggan, yang menunjukkan profesionalisme dalam bekerja, sebanyak 2,0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 2,0% setuju, 22,0% netral, 42,0% setuju dan 33,0% sangat setuju.

4.2.6 Deskripsi Kepuasan Pelanggan

Deskripsi terhadap variabel kepuasan pelanggan dapat dilihat pada frekuensi hasil tanggapan responden terhadap masing-masing pertanyaan atau indikator yang digunakan untuk mengukur kepuasan pelanggan (Lampiran 3)

1. Tanggapan mengenai Perusahaan Listrik Negara (PLN) Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat mau berdiskusi kepada pelanggan bila ada masalah yang belum dapat diselesaikan

Tabel 4.20
Tanggapan Responden tentang Perusahaan Listrik Negara (PLN)
Mau Berdiskusi Kepada Pelanggan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	3	3,0
3	Netral	27	27,0
4	Setuju	44	44,0
5	Sangat Setuju	26	26,0
Jumlah		100	100

Sumber : Lampiran 3

Hasil tanggapan responden tentang Perusahaan Listrik Negara (PLN) Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat mau berdiskusi kepada pelanggan bila ada masalah yang belum dapat diselesaikan memperlihatkan, sebanyak 3,0% menyatakan tidak setuju, 27,0% netral, 44,0% setuju dan 26,0% sangat setuju.

2. Tanggapan responden terhadap reputasi Perusahaan Listrik Negara (PLN) Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat sudah dipercaya

Tabel 4.21
Tanggapan Responden tentang Reputasi Perusahaan Listrik Negara (PLN) Sudah Dipercaya

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	5	5,0
3	Netral	16	16,0
4	Setuju	51	51,0
5	Sangat Setuju	28	28,0
Jumlah		100	100

Sumber : Lampiran 3

Hasil tanggapan responden tentang reputasi Perusahaan Listrik Negara (PLN) Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat yang sudah dipercaya, 5,0% responden menyatakan tidak setuju, 16,0% netral, 51,0% setuju dan 28,0% sangat setuju.

3. Tanggapan responden terhadap karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat mengetahui dengan baik produk yang ditawarkan

Tabel 4.22
Tanggapan Responden tentang Karyawan Mengetahui Dengan Baik Produk Yang Ditawarkan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	1	1,0
2	Tidak Setuju	6	6,0
3	Netral	22	22,0
4	Setuju	44	44,0
5	Sangat Setuju	27	27,0
Jumlah		100	100

Sumber : Lampiran 3

Hasil tanggapan responden tentang karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat mengetahui dengan baik produk yang ditawarkan, sebanyak 1,0% responden menyatakan sangat tidak setuju, 6,0% tidak setuju, 22,0% netral, 44,0% setuju dan 27,0% sangat setuju.

4. Tanggapan responden terhadap produk sistem pembayaran PPOB dapat memenuhi kebutuhan pelanggan

Tabel 4.23
Tanggapan Responden tentang Produk Sistem Pembayaran PPOB Dapat Memenuhi Kebutuhan Pelanggan

No	Keterangan	Jumlah	Persentase
1	Sangat Tidak Setuju	-	-
2	Tidak Setuju	6	6,0
3	Netral	28	28,0
4	Setuju	38	38,0
5	Sangat Setuju	28	28,0
Jumlah		100	100

Sumber : Lampiran 3

Hasil tanggapan responden tentang produk sistem pembayaran PPOB sudah dapat memenuhi kebutuhan pelanggan sehingga pelanggan merasa puas, sebanyak 6,0% menyatakan tidak setuju, 28,0% netral, 38,0% setuju dan 28,0% sangat setuju.

4.3 Analisis Data

4.3.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas digunakan untuk menguji kelayakan instrumen atau indikator sebagai alat ukur variabel.

1. Uji Validitas

Uji validitas dilakukan untuk mengetahui tingkat kevalidan indikator yang digunakan sebagai alat ukur variabel. Pengujian validitas menggunakan korelasi *bivariat* yang dilakukan dengan menghitung korelasi antara skor masing-masing butir pertanyaan dengan total skor variabel, dengan ketentuan $\text{sig.} \leq 0,05$ berarti valid dan $\text{sig.} > 0,05$ berarti tidak valid. Berikut ini hasil uji validitas masing-masing indikator (Lampiran 5) :

Tabel 4.24
Hasil Uji Validitas

Variabel		Nilai Korelasi	Sig.	Keterangan
Bukti Fisik				
X ₁	Indikator X _{1,1}	0,713	0,000	Valid
	Indikator X _{1,2}	0,820	0,000	Valid
	Indikator X _{1,3}	0,818	0,000	Valid
Keandalan				
X ₂	Indikator X _{2,1}	0,748	0,000	Valid
	Indikator X _{2,2}	0,783	0,000	Valid
	Indikator X _{2,3}	0,845	0,000	Valid
Daya Tanggap				
X ₃	Indikator X _{3,1}	0,833	0,000	Valid
	Indikator X _{3,2}	0,803	0,000	Valid
	Indikator X _{3,3}	0,810	0,000	Valid
Jaminan				
X ₄	Indikator X _{4,1}	0,716	0,000	Valid
	Indikator X _{4,2}	0,875	0,000	Valid
	Indikator X _{4,3}	0,802	0,000	Valid
Empati				
X ₅	Indikator X _{5,1}	0,799	0,000	Valid
	Indikator X _{5,2}	0,805	0,000	Valid
	Indikator X _{5,3}	0,819	0,000	Valid
Kepuasan Pelanggan				
Y	Indikator Y ₁	0,790	0,000	Valid
	Indikator Y ₂	0,743	0,000	Valid
	Indikator Y ₃	0,735	0,000	Valid
	Indikator Y ₄	0,839	0,000	Valid

Sumber : Lampiran 4

Berdasarkan tabel hasil uji validitas dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan/indikator variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan kepuasan pelanggan dinyatakan valid karena dari hasil korelasi antara hasil jawaban responden pada tiap item pertanyaan /indikator dengan skor total di dapat hasil yang signifikan, yaitu nilai sig. < 0,05.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui apakah instrumen/indikator yang digunakan dapat dipercaya atau handal sebagai alat ukur variabel, , apabila nilai *cronbach's alpha* (α) suatu variabel $\geq 0,60$ maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut reliabel, sedangkan nilai *cronbach's alpha* (α) suatu variabel $< 0,60$ maka indikator yang digunakan oleh variabel tersebut tidak reliabel. Hasil uji reliabilitas adalah sebagai berikut (Lampiran 6) :

Tabel 4.25
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Bukti Fisik	0,686 > 0,60	Reliabel
Keandalan	0,697 > 0,60	Reliabel
Daya Tanggap	0,747 > 0,60	Reliabel
Jaminan	0,718 > 0,60	Reliabel
Empati	0,733 > 0,60	Reliabel
Kepuasan Pelanggan	0,780 > 0,60	Reliabel

Sumber : Lampiran 5

Hasil uji reliabilitas memperlihatkan nilai *cronbach's alpha* semua variabel di atas 0,60, sehingga dapat disimpulkan indikator yang digunakan oleh variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan, empati dan

kepuasan pelanggan dapat dipercaya atau handal untuk digunakan sebagai alat ukur variabel.

4.3.2 Uji Asumsi Klasik

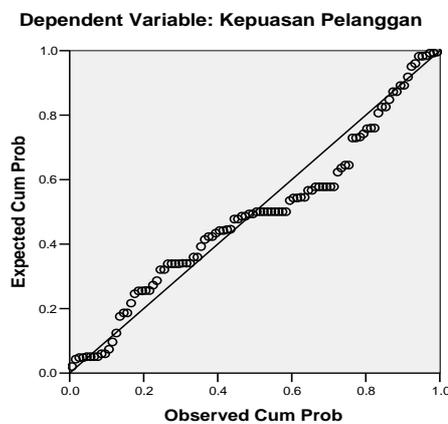
Uji asumsi klasik dilakukan terhadap data yang digunakan untuk analisis regresi berganda. Uji asumsi klasik terdiri dari normalitas, heteroskedastisitas, autokorelasi dan multikolinearitas.

1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Data yang baik adalah memiliki distribusi normal. Pengujian dilakukan dengan menggunakan kurva *normal probability plot*, dengan ketentuan jika titik-titik pada grafik menyebar dan berhimpit mengikuti sekitar garis diagonal maka data yang digunakan berdistribusi secara normal. Berikut hasil uji normalitas yang didapat (Lampiran 7) :

Gambar 4.1
Grafik *Normal Probability Plot*

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



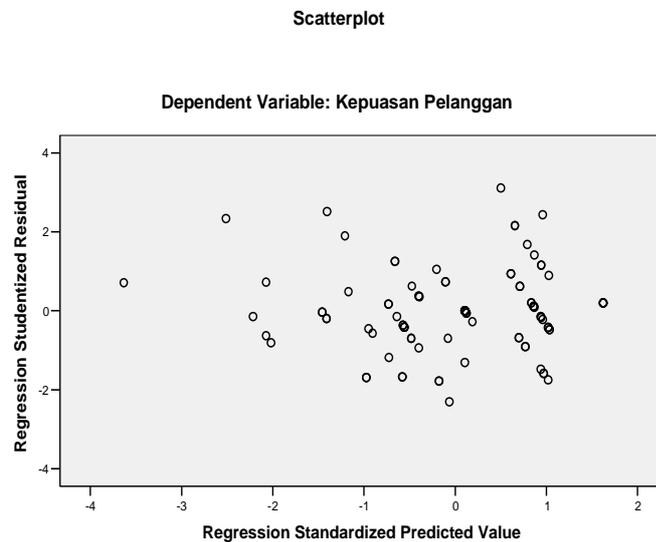
Sumber : Lampiran 7

Hasil kurva *normal probability plot* memperlihatkan bahwa titik – titik pada grafik terlihat menempel dan mengikuti garis diagonalnya, sehingga berdasarkan kurva *normal probability plot*, data yang digunakan berdistribusi normal.

2. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas dimaksudkan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka *homokedastisitas* dan jika berbeda disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Deteksi ada tidaknya problem heteroskedastisitas adalah dengan media grafik *scatteplot*, apabila grafik membentuk pola khusus maka model terdapat heteroskedastisitas. Tetapi, jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi Heteroskedastisitas. Hasil uji heteroskedastisitas adalah sebagai berikut (Lampiran 7) :

Gambar 4.2
 Hasil Uji Heteroskedastisitas
 (Grafik Scatter Plot)



Sumber : Lampiran 7

Grafik *scatter plots* memperlihatkan bahwa titik-titik pada grafik tidak bisa membentuk pola tertentu yang jelas, dimana titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, sehingga grafik tersebut tidak bisa dibaca dengan jelas. Hasil ini memperlihatkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

3. Pengujian Multikolinearitas

Pengujian multikolinearitas digunakan untuk menunjukkan apakah ada korelasi diantara variabel independen. Didalam penelitian yang menggunakan teknik analisa regresi *berganda* antar variabel independen tidak boleh saling berkorelasi atau terjadi multikolinearitas. Deteksi tidak terjadinya

multikolinearitas dapat dilihat pada *collinearity statistics*, dengan ketentuan apabila nilai *tolerance value* masing-masing variabel independen berada di atas 0,1 dan *variance inflation value* atau nilai VIF masing-masing variabel independen berada di bawah 10 maka tidak terjadi multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas dapat dilihat hasilnya sebagai berikut (Lampiran 7) :

Tabel 4.26
Hasil Uji Multikolineritas

Variabel	<i>Collinearity Statistics</i>		Keterangan
	Tolerance	VIF	
Bukti Fisik	0,150	6,687	Bebas multikolinearitas
Keandalan	0,142	7,059	Bebas multikolinearitas
Daya Tanggap	0,189	5,278	Bebas multikolinearitas
Jaminan	0,142	7,047	Bebas multikolinearitas
Empati	0,161	6,200	Bebas multikolinearitas

Sumber : Lampiran 8

Berdasarkan hasil pengujian multikolinearitas menunjukkan bahwa antar variabel independen bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati semuanya tidak terjadi *multikolinearitas*, karena nilai tolerance masing-masing variabel independen berada di atas 0,1 dan nilai VIF masing-masing variabel independen berada di bawah 10.

4.3.3 Analisis Regresi Berganda

Pada penelitian ini teknik analisa data yang digunakan adalah regresi berganda. Teknik analisa ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antara kualitas pelayanan yang dilihat dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan dalam pembayaran rekening

listrik pada unit pelayanan pelanggan Semarang Barat. Dengan pengolahan SPSS versi 13.0 maka didapat hasil regresi sebagai berikut (Lampiran 8) :

Tabel 4.27
Hasil Analisis Regresi

		Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.595	.470		1.267	.208		
	Bukti Fisik	.263	.095	.209	2.770	.007	.150	6.687
	Keandalan	.209	.100	.163	2.100	.038	.142	7.059
	Daya Tanggap	.248	.082	.202	3.014	.003	.189	5.278
	Jaminan	.372	.101	.285	3.689	.000	.142	7.047
	Empati	.191	.087	.160	2.201	.030	.161	6.200

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Lampiran 8

Dalam penelitian ini, hasil regresi menggunakan *standardized coefficients*.

Persamaan linear dari hasil regresi yang didapat adalah sebagai berikut :

$$Y = 0,209 X_1 + 0,163X_2 + 0,202X_3 + 0,285X_4 + 0,160X_5$$

Pada persamaan regresi tersebut, koefisien regresi semua variabel independen berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, artinya apabila variabel independen naik, maka variabel dependen juga meningkat dan jika variabel independen turun, maka variabel dependen juga menurun.

Dari hasil koefisien regresi yang didapat menunjukkan, faktor jaminan ($b_4 = 0,285$) menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, kemudian bukti fisik ($b_1 = 0,209$), daya tanggap ($b_3 = 0,202$), keandalan ($b_2 = 0,163$), sementara empati ($b_5 = 0,160$) menjadi faktor terendah yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.

4.3.4 Pengujian Hipotesis

Untuk pengujian hipotesis, yang kemudian diuji dengan uji – t dan uji – F, hipotesis bisa dikemukakan sebagai berikut :

Ho : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

Ha : Ada pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen.

1. Uji –t

Uji – t ini digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan yang dilihat bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan secara parsial.

Ketentuan t tabel (Nurgiyantoro, dkk, 2004:192) :

$\alpha = 0,05$ (satu sisi) ; $n - 1 = 100 - 1 = 99$, maka t tabel = 1,660 (Lampiran 9).

Ketentuan penerimaan hipotesis yaitu :

Ha ditolak bila $\text{sig.} > 0,05$ atau t hitung $< t$ tabel

Ha diterima bila $\text{sig.} \leq 0,05$ atau t hitung $> t$ tabel

Berdasarkan hasil pengolahan dengan program SPSS maka di dapat hasil uji – t, yang hasilnya dirangkum pada tabel berikut ini (Lampiran 8):

Tabel 4.28
Hasil Uji – t

Variabel	Hasil Uji –t	t tabel	Sig.
Bukti Fisik	2,770	1,660	0,007
Keandalan	2,100	1,660	0,038
Daya Tanggap	3,014	1,660	0,003
Jaminan	3,689	1,660	0,000
Empati	2,201	1,660	0,000

Sumber : Lampiran 8

Hasil uji - t dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati diperoleh nilai sig. lebih kecil (<) dari 0,05 dan t hitung > t tabel, sehingga hipotesis yang menyatakan bahwa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara parsial diterima.

2. Uji –F

Uji – F ini digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan yang dilihat dari bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan secara simultan.

Ketentuan F tabel : (Usman dan Akbar, dkk, 2006:245),

$$df1 = m = 5$$

$$df2 = n - m - 1 = 100 - 5 - 1 = 94$$

Keterangan :

n = sampel

m = variabel bebas

maka F tabel = 2,3113 (Lampiran 10).

Ketentuan penerimaan hipotesis yaitu

Ha ditolak bila sig. > 0,05 atau F hitung < F tabel

Ha diterima bila sig. \leq 0,05 atau F hitung > F tabel

Berdasarkan hasil pengolahan dengan program SPSS maka di dapat hasil uji – F, yang hasilnya dapat dilihat sebagai berikut (Lampiran 8):

Tabel 4.29
Hasil Uji –F

Variabel	Hasil Uji – F	F tabel	Sig.
Bukti Fisik	216,899	2,3113	0,000
Keandalan			
Daya Tanggap			
Jaminan			
Empati			

Sumber : Lampiran 8

Hasil uji - F sebesar 216,899 dengan sig. 0,000. Nilai sig. Diperoleh nilai lebih kecil (<) dari 0,05 dan F hitung > F tabel, sehingga membuktikan hipotesis yang menyatakan bahwa bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara bersama-sama diterima.

4.3.5 Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variabel dependen. Besarnya koefisien determinasi dapat dilihat pada *adjusted r square* dan dinyatakan dalam presentase. Hasil koefisien determinasi antara bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati terhadap kepuasan pelanggan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat dapat dilihat pada tabel berikut ini (Lampiran 8):

Tabel 4.30
Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.959 ^a	.920	.916	.767	2.203

a. Predictors: (Constant), Empati, Jaminan, Daya Tanggap, Bukti Fisik, Keandalan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Sumber : Lampiran 8

Nilai *adjusted r square* sebesar 0,916, yang artinya variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati mampu menjelaskan kepuasan pelanggan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat sebesar 91,6%, sementara sisanya sebesar 8,4% (100%-91,6%) kepuasan pelanggan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat dijelaskan oleh faktor selain kualitas pelayanan.

4.4 Pembahasan

1. Bukti Fisik terhadap Kepuasan Pelanggan

Bukti fisik berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil temuan ini mendukung penelitian Assegaff (2009), Atmawati dan Wahyuddin (2007) serta Jonathan (2005). Bukti fisik merupakan fisik dari Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat, seperti penataan interior dan eksterior yang baik, kerapian dan kebersihan ruangan serta teknologi yang digunakan canggih. Bukti fisik ini bisa mempengaruhi kenyamanan dan kelancaran dalam memberikan pelayanan kepada setiap pelanggan. Hal ini dapat dilihat dari sebagian besar responden yang menyatakan persetujuannya, artinya kondisi fisik pada Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat sudah sesuai dengan keinginan pelanggan. Semakin mendukung kondisi fisik di Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat, maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

2. Keandalan terhadap Kepuasan Pelanggan

Keandalan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil temuan ini sesuai dengan hasil penelitian Assegaff (2009), Atmawati dan Wahyuddin (2007) serta Jonathan (2005). Keandalan merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan oleh Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat, seperti ketepatan waktu bila berjanji, jujur dalam pelayanan dan berusaha menghindari kesalahan. Hal ini berarti perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama. Keandalan disini merupakan sejauh mana para karyawan bisa secara cepat tanggap dalam memahami dan mengatasi permasalahan yang dihadapi oleh

para pelanggan. Semakin andal hasil diperlihatkan oleh para karyawan maka permasalahan yang dihadapi oleh para pelanggan akan cepat terselesaikan. Semakin tinggi tingkat keandalan Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat, maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

3. Daya Tanggap terhadap Kepuasan Pelanggan

Daya tanggap berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil temuan ini sesuai dengan hasil penelitian Assegaff (2009), Atmawati dan Wahyuddin (2007) serta Jonathan (2005). Daya tanggap merupakan keinginan para karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap, seperti siap membantu pelanggan, kecepatan dalam pelayanan dan komunikasi yang lancar. Daya tanggap disini dapat berarti respon atau kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan pelayanan yang cepat. Semakin tinggi daya tanggap yang diperlihatkan oleh para karyawan maka permasalahan yang dihadapi oleh para pelanggan akan cepat terselesaikan. Semakin tinggi tingkat daya tanggap Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat, maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

4. Jaminan terhadap Kepuasan Pelanggan

Jaminan berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Assegaff (2009), Atmawati dan Wahyuddin (2007) serta Jonathan (2005). Jaminan merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat untuk membantu para

pelanggan, seperti pelayanan sopan, trampil dalam melaksanakan tugas dan pengetahuan memadai. Semakin tinggi jaminan yang diperlihatkan oleh para karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat, maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

5. Empati terhadap Kepuasan Pelanggan

Empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil temuan ini sama dengan hasil penelitian Assegaff (2009), Atmawati dan Wahyuddin (2007) serta Jonathan (2005). Empati merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen oleh karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat, seperti perhatian perhatian kepada pelanggan, tanggungjawab keamanan dan kenyamanan serta mengutamakan kepentingan pelanggan. Semakin tinggi empati yang diperlihatkan oleh para karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat, maka akan mempengaruhi kepuasan pelanggan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Hasil penelitian mengenai analisis pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan dalam pembayaran rekening listrik pada unit pelayanan pelanggan Semarang Barat, dapat dibuat beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Persamaan regresi $Y = 0,209 X_1 + 0,163X_2 + 0,202X_3 + 0,285X_4 + 0,160X_5$ artinya semua variabel independen berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan, artinya apabila variabel independen naik, maka variabel dependen juga meningkat, dan jika variabel independen turun, maka variabel dependen juga menurun. Dari hasil koefisien regresi yang didapat menunjukkan, faktor jaminan ($b_4 = 0,285$) menjadi faktor terbesar yang mempengaruhi kepuasan pelanggan, kemudian bukti fisik ($b_1 = 0,209$), daya tanggap ($b_3 = 0,202$), keandalan ($b_2 = 0,163$), sementara empati ($b_5 = 0,160$) menjadi faktor terendah yang mempengaruhi kepuasan pelanggan.
2. Pengujian hipotesis secara parsial dari variabel independen signifikan, karena nilai signifikansi semua $< 0,05$. Bukti fisik berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (uji - t = 2,770 dengan sig. 0,007 $< 0,05$). Keandalan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (uji - t = 2,100 dengan sig. 0,038 $< 0,05$). Daya tanggap berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (uji - t = 3,014 dengan sig. 0,003 $< 0,05$). Jaminan berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (uji - t = 3,689 dengan sig. 0,000 $< 0,05$).

Empati berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan (uji - t = 2,201 dengan sig. 0,030 < 0,05). Pengujian hipotesis secara simultan dari variabel independen signifikan, karena nilai signifikansi < 0,05. Bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan secara bersama-sama (uji - F sebesar 216,899 dengan sig. 0,000 < 0,05).

3. Pengujian koefisien determinasi menunjukkan bahwa kemampuan variabel bukti fisik, keandalan, daya tanggap, jaminan dan empati dalam menjelaskan kepuasan pelanggan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat adalah sebesar 91,6% (*adjusted r square* = 0,916), sementara sisanya sebesar 8,4% (100%-91,6%) kepuasan pelanggan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat dijelaskan oleh faktor selain kualitas pelayanan.

5.2 Saran

Agar Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat bisa lebih meningkatkan kepuasan pelanggan maka perlu melakukan beberapa langkah sebagai berikut :

1. Jaminan mempunyai pengaruh terbesar terhadap kepuasan pelanggan. Indikator jaminan yang dominan adalah karyawan trampil dan mempunyai pengetahuan yang memadai. Untuk itu sebaiknya, karyawan tetap mempertahankan pola kerja selama ini, yaitu trampil dan senantiasa tetap

meningkatkan pengetahuannya yang salah satunya dapat diperoleh melalui berbagai pelatihan yang diadakan oleh perusahaan.

2. Bukti fisik mempunyai pengaruh terbesar kedua terhadap kepuasan pelanggan. Indikator bukti fisik yang dominan adalah ruang interior dan eksterior dan kebersihan ruang pelayanan. Untuk itu sebaiknya dalam melakukan penataan interior dan eksterior tetapi rapi, seperti, kursi untuk tempat duduk pelanggan ditata secara per baris sehingga lebih rapi serta setiap ruangan selalu dibersihkan setiap saat agar terlihat bersih dan menggunakan teknologi yang lebih canggih dalam memberikan pelayanan seperti penggunaan nomor antrian secara elektronik.
3. Daya tanggap mempunyai pengaruh terbesar ketiga terhadap kepuasan pelanggan. Indikator daya tanggap yang dominan adalah kecepatan karyawan dalam melayani kepentingan pelanggan serta kemampuan dan kemauan karyawan menjalin komunikasi. Untuk itu, sebaiknya karyawan lebih cepat dalam melayani pelanggan, seperti perlu ada bagian customer service yang bertugas mengatasi keluhan atau permasalahan yang dihadapi pelanggan serta bertugas memberikan informasi kepada pelanggan yang berkaitan dengan pembayaran tagihan, dan karyawan yang bertugas di bagian customer service harus mempunyai kemampuan komunikasi yang baik sehingga bisa lancar dalam berkomunikasi dengan pelanggan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2004. **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Edisi Revisi. Cetakan Kelima. CV. Alfabeta. Bandung.
- Angipora, Marius. 2002. **Dasar-Dasar Pemasaran**. Edisi Kedua. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. **Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktek**. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Assegaff, Mohammad. 2009. **"Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Perusahaan Penerbangan PT. Garuda Di Kota Semarang)"**. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Vol. 10. No. 2. Juli. Hal. 171 – 186. Unisulla Semarang. Semarang.
- Atmawati, Rustika dan Wahyuddin. 2007. **"Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Matahari Departement Store Di Solo Grand Mall"**. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*. Hal. 1 – 12. Universitas Muhammadiyah Surakarta. Surakarta.
- Boyd, Walker, Larreche. 2000. **Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global**. Jilid I. Edisi Kedua. Erlangga. Jakarta.
- Boyd, Walker, Larreche. 2000. **Manajemen Pemasaran : Suatu Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global**. Jilid II. Edisi Kedua. Erlangga. Jakarta.
- Djarwanto dan Pangestu Subagyo. 2000. **Statistik Induktif**. Edisi Keempat. Cetakan Keempat. BPFE. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2005. **Analisis Multivariate SPSS**. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Guntur, Muhammad dan Bambang Setiaji. 2003. **Analisis Service Quality terhadap Kepuasan Pelanggan pada PDAM Kota Surakarta**. Universitas Muhammadiyah. Surakarta.
- Jonahtan, Robin. 2005. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan pada Sektor Publik di Kabupaten dan Kota di Propinsi Kalimantan Timur. *Jurnal Keuangan dan Perbankan*. Th. IX. No. 2, Mei. Universitas 17 Agustus 1945. Samarinda.
- Kasmir. 2004. **Pemasaran Bank**. Edisi Pertama. Prenada Media. Jakarta.

- Kotler, Philip. Alih Bahasa : Benyamin Molan. 2005. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Kesebelas. Jilid 1. PT. Intan Sejati Klaten. Jakarta.
- Kotler, Philip. Alih Bahasa : Benyamin Molan. 2005. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Kesebelas. Jilid 2. PT. Intan Sejati Klaten. Jakarta.
- Lamb, Hair dan McDaniel. 2001. **Pemasaran**. Buku 1. Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambat dan Hamdani. 2006. **Manajemen Pemasaran Jasa**. Salemba Empat. Jakarta.
- Mas'ud, Fuad. 2004. **Survei Diagnosis Organisasional : Konsep dan Aplikasi**. Badan Penerbit UNDIP. Semarang.
- Nurgiyantoro, Burhan, Gunawan dan Marzuki. 2004. **Statistik Terapan : Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial**. Cetakan Ketiga (Revisi). Gadjah Mada University Press. Yogyakarta.
- Sugiyono. 2005. **Metode Penelitian Bisnis**. Cetakan Kedelapan. CV Alfabeta. Bandung.
- Sumarwan, Ujang. 2003. **Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran**. Cetakan Pertama. Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Supardi. 2005. **Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis**. Cetakan Pertama. UII Press. Yogyakarta.
- Supranto. 2001. **Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan : Untuk Menaikkan Pasar**. Cetakan Kedua. PT. Rineka Cipta. Jakarta.
- Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo. 2007. **Pengantar Bisnis Modern**. Edisi Ketiga. Cetakan Kesebelas. Liberty. Yogyakarta.
- Tandjung, Jenu Widjaja. 2004. **Marketing Management : Pendekatan Pada Nilai-Nilai Pelanggan**. Edisi Kedua. Cetakan Kedua. Bayumedia Publishing. Malang.
- Tjiptono, Fandy. 2006. **Manajemen Jasa**. Edisi Keempat. Andi. Yogyakarta.
- Umar, Husein. 2005. **Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis**. Edisi Baru. PT. RajaGrafindo Persada. Jakarta.
- Usmara. 2003. **Manajemen Pemasaran**. Cetakan Pertama. Amara Books. Yogyakarta.

LAMPIRAN 1

Kuesioner

KUESIONER**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN DALAM
PEMBAYARAN REKENING LISTRIK
(Studi Pada Unit Pelayanan Pelanggan Semarang Barat)**

Saya seorang mahasiswi pada Universitas Diponegoro (UNDIP)
Semarang, dengan identitas sebagai berikut :

Nama : Sonya Mahanani

NIM : C2A006133

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Universitas : Universitas Diponegoro (UNDIP), Semarang

Bermaksud melakukan penelitian mengenai pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan Saudara dalam pembayaran rekening listrik melalui sistem *Payment Point Online Bank* (PPOB), kemudian dari hasil jawaban tersebut akan dianalisis dan disimpulkan.

Saya memohon kepada Saudara untuk bersedia mengisi angket ini sesuai dengan hati nurani Saudara sendiri, demi kelancaran tugas yang diberikan kepada saya.

Demikianlah atas kerja samanya, tak lupa saya ucapkan banyak terima kasih.

Semarang, Mei 2010
Peneliti,

(Sonya Mahanani)

A. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Pria Wanita
3. Umur :(tahun)
4. Pendidikan Terakhir : SD SLTA Sarjana
 SLTP D3
5. Pekerjaan : PNS Wiraswasta
 Swasta (lain-lain)

Apakah Saudara pernah melakukan pembayaran listrik melalui sistem PPOB ?

Ya Tidak

Bila sudah, berapa kali Saudara melakukan pembayaran listrik melalui sistem PPOB ?

1 kali 2 kali > 2 kali

B. PETUNJUK PENGISIAN DAFTAR PERTANYAAN

1. Pilihlah jawaban pertanyaan di bawah ini yang sesuai dengan sikap Saudara dan sesuai dengan kondisi sebenarnya.
2. Saudara dapat memberikan tanda **silang (X)** pada salah satu jawaban **STS, TS, N, S,** dan **SS** pada kolom yang telah disediakan.

Keterangan :

- a. STS = Sangat Tidak Setuju
- b. TS = Tidak Setuju
- c. N = Netral
- d. S = Setuju
- e. SS = Sangat Setuju

No	Variabel	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Bukti Fisik (X₁)						
1	Interior dan eksterior Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat ditata dengan rapi					
2	Ruang Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat nampak bersih					
3	Sistem Sarana teknologi yang digunakan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat canggih					

No	Variabel	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Keandalan (X₂)						
1	Karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat selalu tepat bila berjanji kepada pelanggan					
2	Karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat jujur dalam memberikan keterangan kepada pelanggan					
3	Karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat berusaha menghindari kesalahan pada saat melayani pelanggan					

No	Variabel	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Daya Tanggap (X₃)						
1	Karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat siap membantu pelanggan bila mengalami kesulitan					
2	Karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat cepat dalam melayani kepentingan pelanggan					
3	Karyawan menjalin komunikasi yang lancar dengan pelanggan					

No	Variabel	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Jaminan (X₄)						
1	Karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat sopan dalam melayani pelanggan					
2	Karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat trampil dalam melayani pelanggan					
3	Karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat mempunyai pengetahuan yang memadai seputar PPOB					

No	Variabel	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Empati (X₅)						
1	Karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat mau memberi perhatian kepada pelanggan					
2	Karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat menjamin keamanan dan kenyamanan pelanggan pada saat melakukan transaksi					
3	Karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat mengutamakan kepentingan pelanggan					

No		Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Kepuasan Pelanggan (Y)						
1	Perusahaan Listrik Negara (PLN) Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat mau berdiskusi kepada pelanggan bila ada masalah yang belum dapat diselesaikan					
2	Reputasi Perusahaan Listrik Negara (PLN) Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat sudah dipercaya					
3	Karyawan Unit Pelayanan Pelanggan Pembayaran Rekening Listrik Semarang Barat mengetahui dengan baik produk yang ditawarkan					
4	Produk sistem pembayaran PPOB dapat memenuhi kebutuhan pelanggan					

LAMPIRAN 2

Identitas Responden

IDENTITAS RESPONDEN

No	Nama	Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan	Pekerjaan
1	Dayusman Junus	Pria	44	Sarjana	PNS
2	Halomoan Pulungan	Pria	51	SLTA	Wiraswasta
3	Slamet Luwihano	Pria	40	D3	Swasta
4	Dwi Prasetyo	Pria	43	Sarjana	Wiraswasta
5	Setyo Handono	Pria	42	Sarjana	PNS
6	C Dwi Wryaningsih	Wanita	35	Sarjana	Swasta
7	Ninin Handayani	Wanita	49	SLTA	Ibu Rumah Tangga
8	Cath Mumpuni	Wanita	32	Sarjana	Wiraswasta
9	Hery Wibowo Tri Saksono	Pria	34	Sarjana	Swasta
10	Dewi Retnowati	Wanita	35	D3	Swasta
11	Moch Akbar	Pria	48	Sarjana	Wiraswasta
12	Widya Puji Setyanto	Pria	37	D3	Swasta
13	Nick Wiratmoko	Pria	46	Sarjana	Wiraswasta
14	Bernadeta Renita Dewi	Wanita	35	Sarjana	Wiraswasta
15	Agung Ari Mursito	Pria	36	SLTA	Swasta
16	Ambar Istiyani	Wanita	25	SLTA	Swasta
17	Budi Lazarusli	Pria	51	Sarjana	Wiraswasta
18	Dendi Gunawan	Pria	34	SLTA	Swasta
19	Wagiman	Pria	26	SLTA	Swasta
20	Lucia Wahini	Wanita	52	SLTA	Ibu Rumah Tangga
21	Wachid Nuryadi	Pria	28	Sarjana	Swasta
22	Agus Widodo	Pria	29	Sarjana	Swasta
23	zamzani Rowi	Pria	50	D3	PNS
24	Slamet Riyadi	Pria	29	SLTA	Swasta
25	R Agung Waskito	Pria	31	Sarjana	Swasta
26	Suyatno	Pria	46	Sarjana	Wiraswasta
27	Dr Pradjarto D	Pria	50	Sarjana	Wiraswasta
28	I Made Samiana, SH	Pria	55	D3	Wiraswasta
29	Nicko L Kana	Pria	51	Sarjana	Wiraswasta
30	Sukiman	Pria	52	SLTA	Wiraswasta
31	Yohanes Okta Gumanto	Pria	19	SLTA	Mahasiswa/ Mahasiswi
32	Singgih Nigroho	Pria	31	Sarjana	Swasta
33	Bambang Soekamto, Drs	Pria	52	Sarjana	Wiraswasta
34	Lucia Hendra Dewi	Wanita	25	D3	Swasta
35	Haryani Saptaningtyas	Wanita	27	SLTA	Swasta
36	R Damar Waskitojati	Pria	36	Sarjana	Wiraswasta
37	Yatin	Wanita	50	SLTA	Ibu Rumah Tangga
38	Kusrini	Wanita	51	SLTA	Ibu Rumah Tangga
39	J Prihatiningtyas Dwi W	Wanita	35	SLTA	Wiraswasta
40	Agnestya Widianti	Wanita	25	SLTA	Swasta
41	Kristianto Sinaga	Pria	49	D3	PNS
42	Teguh Widodo	Pria	53	Sarjana	Wiraswasta
43	Haryanto	Pria	44	Sarjana	Wiraswasta
44	Muji Hari Susanto	Pria	42	Sarjana	Swasta
45	Hari Koessarwono	Pria	40	D3	Wiraswasta
46	Suparyo	Pria	41	Sarjana	Wiraswasta
47	Siti Andjani	Wanita	43	SLTA	Wiraswasta
48	Suwanto	Pria	47	D3	Swasta
49	Edy Rinanto	Pria	46	D3	Wiraswasta
50	Suryo Aji Wilarso	Pria	42	Sarjana	Swasta

51	Diah Ratri S	Wanita	44	D3	Swasta
52	Ernawan Sulistyoyo	Wanita	45	Sarjana	Wiraswasta
53	Achmad Dahlan	Pria	40	Sarjana	Swasta
54	Rina Kusumawati	Wanita	41	Sarjana	PNS
55	Sudaryati	Wanita	46	D3	Wiraswasta
56	Hatmaji Kurniawan	Pria	28	Sarjana	Wiraswasta
57	Yuana Tobing	Wanita	25	D3	Swasta
58	Harjanti Sih Rahayu	Wanita	26	D3	Swasta
59	Sri Maryani	Wanita	44	Sarjana	PNS
60	Mardiana	Wanita	40	D3	Wiraswasta
61	Haryuti	Wanita	48	Sarjana	Wiraswasta
62	Marwoto	Pria	46	SLTA	Wiraswasta
63	Sri Darmastuti	Wanita	43	Sarjana	Swasta
64	Ruwignyo	Pria	45	Sarjana	Wiraswasta
65	Marsini Sri Setyani	Wanita	41	D3	Swasta
66	Estining Dewanti	Wanita	42	SLTA	Wiraswasta
67	Retno Andar Wigati	Wanita	40	Sarjana	Swasta
68	Agus Suhartono	Pria	48	D3	PNS
69	Djoko Poernomo	Pria	46	Sarjana	Swasta
70	Sulipah	Wanita	50	D3	Wiraswasta
71	Sugeng Triyanto	Pria	49	Sarjana	Swasta
72	Nanik Sulistyoyo TS	Wanita	46	Sarjana	PNS
73	Nanik Yunanningsih	Wanita	42	SLTA	Wiraswasta
74	Sugiharto	Pria	43	Sarjana	Wiraswasta
75	Istanto Sugiharto	Pria	47	D3	Swasta
76	Diah Supartini	Wanita	41	Sarjana	Wiraswasta
77	Mugiharto	Pria	42	D3	PNS
78	Dwi Sulistyorini	Wanita	40	Sarjana	Swasta
79	Bambang Hapsoro	Pria	46	Sarjana	Wiraswasta
80	Sumargono	Pria	44	Sarjana	Wiraswasta
81	Retno Budi Astuti	Wanita	42	Sarjana	Swasta
82	Warsito Mandono	Pria	47	D3	Swasta
83	Titik E Sulistyowati	Wanita	42	Sarjana	PNS
84	Henny Irianti	Wanita	40	SLTA	Swasta
85	Sigit Untoro	Pria	48	D3	Wiraswasta
86	Suhartono	Pria	46	D3	Swasta
87	Sumarkoco	Pria	47	Sarjana	Swasta
88	Purwo Priyanto	Pria	45	D3	Swasta
89	Tyas Dewi KW	Wanita	40	Sarjana	PNS
90	Lenny Sulistyana	Wanita	40	SLTA	Swasta
91	Indah Wanuningsih	Wanita	42	Sarjana	Wiraswasta
92	Triana Wulandari	Wanita	43	Sarjana	Swasta
93	Retno Hendrati	Wanita	44	SLTA	Swasta
94	Devy Nuriawati	Wanita	28	D3	Wiraswasta
95	Frida Puspita	Wanita	22	SLTA	Mahasiswa/ Mahasiswi
96	Sanang Setiawan	Pria	25	Sarjana	Swasta
97	Rosmartina	Wanita	25	Sarjana	Swasta
98	Cahyono Sigit P	Pria	23	Sarjana	Swasta
99	Aris Pursowo	Pria	39	D3	Swasta
100	Bagyo Suksmono H	Pria	37	D3	Swasta

LAMPIRAN 3

Tabulasi Hasil Kuesioner

HASIL KUESIONER																									
No Resp	Bukti Fisik				Keandalan				Daya Tanggap				Jaminan				Empati				Kepuasan Pelanggan				
	Pernyataan				Pernyataan				Pernyataan				Pernyataan				Pernyataan				Pernyataan				
	1	2	3	Jml	1	2	3	Jml	1	2	3	Jml	1	2	3	Jml	1	2	3	Jml	1	2	3	4	Jml
1	3	3	4	10	4	4	3	11	4	3	4	11	5	5	4	14	3	4	4	11	4	4	2	4	14
2	5	5	5	15	3	3	4	10	5	4	4	13	4	4	4	12	4	5	5	14	4	5	5	5	19
3	5	4	4	13	5	5	4	14	4	5	5	14	5	5	4	14	5	4	4	13	5	4	4	5	18
4	4	3	4	11	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	4	15
5	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
6	3	4	3	10	3	2	3	8	4	4	4	12	3	3	4	10	3	3	3	9	3	4	3	3	13
7	4	3	4	11	4	4	3	11	4	3	4	11	4	4	3	11	4	4	3	11	4	3	4	4	15
8	3	1	3	7	3	2	3	8	2	2	2	6	3	2	3	8	3	2	3	8	3	2	2	3	10
9	4	5	5	14	4	5	5	14	5	4	5	14	5	4	4	13	5	4	5	14	4	4	4	5	17
10	5	3	3	11	5	3	3	11	5	5	3	13	3	5	3	11	3	3	5	11	3	5	5	3	16
11	5	5	4	14	4	5	4	13	5	4	5	14	5	5	4	14	5	4	4	13	5	5	5	5	20
12	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
13	5	4	4	13	5	4	5	14	4	5	4	13	4	4	5	13	4	5	5	14	4	5	4	4	17
14	4	4	3	11	3	5	3	11	5	4	5	14	3	3	4	10	3	4	5	12	3	3	5	3	14
15	2	4	2	8	4	2	4	10	4	4	4	12	4	2	2	8	4	2	4	10	4	4	2	4	14
16	3	3	2	8	2	3	2	7	2	2	1	5	3	2	2	7	2	2	3	7	2	3	3	3	11
17	4	4	3	11	3	4	3	10	3	4	4	11	3	4	4	11	3	4	3	10	3	4	4	3	14
18	5	3	3	11	5	3	5	13	5	5	3	13	5	3	3	11	5	3	5	13	3	5	5	3	16
19	2	3	4	9	3	4	4	11	5	4	4	13	3	4	3	10	3	4	5	12	3	4	4	3	14
20	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	4	15
21	5	4	5	14	5	5	4	14	4	5	4	13	5	5	4	14	5	4	5	14	4	4	5	4	17
22	4	5	4	13	4	4	5	13	5	4	5	14	4	4	5	13	5	5	5	15	5	4	4	5	18
23	3	4	4	11	3	4	3	10	3	3	4	10	3	4	4	11	3	4	4	11	3	4	3	3	13
24	4	1	3	8	4	2	4	10	2	2	4	8	2	4	4	10	2	2	4	8	4	2	4	2	12
25	3	3	2	8	3	2	2	7	3	2	3	8	3	3	2	8	3	2	2	7	3	2	3	2	10
26	5	4	4	13	5	4	5	14	5	5	4	14	4	4	5	13	4	5	5	14	5	5	5	4	19
27	5	5	4	14	4	5	4	13	4	4	5	13	5	5	4	14	5	4	4	13	5	4	4	5	18
28	5	3	3	11	3	5	3	11	3	3	5	11	3	5	5	13	3	5	3	11	3	5	5	3	16
29	4	4	3	11	4	3	3	10	4	3	2	9	4	3	3	10	2	4	3	9	4	3	3	2	12
30	3	4	3	10	3	4	3	10	4	4	3	11	3	4	4	11	3	4	3	10	4	4	3	4	15
31	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
32	4	5	3	12	4	5	4	13	5	4	4	13	4	5	5	14	4	5	4	13	5	5	4	5	19
33	5	4	4	13	3	4	5	12	5	4	5	14	4	5	5	14	3	4	5	12	4	4	5	4	17
34	4	5	5	14	4	5	5	14	4	5	4	13	5	4	5	14	5	5	4	14	4	5	5	4	18
35	5	4	4	13	5	4	4	13	5	4	5	14	4	5	4	13	4	4	5	13	5	4	4	5	18
36	4	3	3	10	3	4	3	10	3	4	4	11	4	3	3	10	4	3	4	11	3	4	4	3	14
37	4	4	3	11	4	3	4	11	4	3	3	10	3	4	4	11	3	4	3	10	4	3	3	4	14
38	4	5	5	14	4	5	5	14	4	5	4	13	5	5	4	14	5	4	4	13	5	4	5	5	19
39	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
40	5	5	4	14	4	5	4	13	5	4	5	14	4	5	5	14	4	5	5	14	5	4	4	5	18
41	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
42	5	4	4	13	5	4	4	13	4	5	4	13	4	5	4	13	5	4	4	13	4	5	5	4	18
43	4	5	3	12	4	5	5	14	4	5	5	14	5	4	5	14	4	5	4	13	5	4	4	5	18
44	3	5	5	13	3	5	5	13	3	5	3	11	3	3	5	11	3	5	5	13	3	5	3	5	16
45	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
46	3	4	4	11	4	3	4	11	3	4	4	11	3	4	4	11	3	4	3	10	4	4	3	4	15
47	4	3	4	11	3	4	4	11	4	3	3	10	4	3	3	10	2	1	1	4	3	3	4	3	13
48	4	4	3	11	4	3	3	10	3	4	4	11	3	4	4	11	3	4	3	10	4	4	3	3	14
49	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
50	5	5	4	14	5	4	5	14	5	4	4	13	4	5	5	14	4	5	4	13	5	5	4	4	18

51	4	5	4	13	5	5	4	14	5	4	5	14	5	5	4	14	4	4	5	13	4	5	4	4	17
52	5	4	5	14	4	4	5	13	5	4	4	13	4	4	5	13	4	5	5	14	5	4	5	5	19
53	5	4	4	13	5	5	4	14	4	5	5	14	5	5	4	14	5	4	4	13	5	4	4	5	18
54	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
55	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
56	3	4	3	10	3	3	4	10	3	4	3	10	3	3	4	10	3	3	4	10	3	4	3	3	13
57	4	3	4	11	4	4	3	11	4	3	4	11	4	4	3	11	4	4	3	11	4	3	4	4	15
58	3	2	2	7	3	2	3	8	3	3	2	8	3	2	3	8	3	2	3	8	3	2	2	3	10
59	5	4	5	14	4	5	5	14	5	4	5	14	5	4	4	13	5	4	5	14	4	4	4	5	17
60	3	3	5	11	5	3	3	11	3	5	3	11	3	5	3	11	3	3	5	11	3	5	3	3	14
61	4	5	5	14	4	5	4	13	5	4	5	14	5	5	4	14	5	4	4	13	5	4	5	4	18
62	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
63	5	4	4	13	5	4	5	14	4	5	4	13	4	4	5	13	4	5	5	14	4	5	4	4	17
64	4	4	3	11	3	5	3	11	5	4	5	14	3	3	4	10	3	4	5	12	3	3	5	3	14
65	4	2	2	8	4	2	4	10	4	4	2	10	4	2	2	8	4	2	4	10	4	4	2	4	14
66	1	1	2	4	2	1	2	5	2	1	1	4	2	1	2	5	2	1	2	5	2	2	1	2	7
67	3	4	4	11	3	4	3	10	3	4	4	11	3	4	4	11	3	4	3	10	3	4	4	3	14
68	3	5	3	11	5	3	5	13	5	5	3	13	5	3	3	11	5	3	5	13	3	5	5	3	16
69	2	3	4	9	3	4	4	11	5	4	4	13	3	4	3	10	3	4	5	12	3	4	4	3	14
70	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
71	5	4	5	14	5	5	4	14	4	5	4	13	5	5	4	14	5	4	5	14	4	5	5	4	18
72	4	5	4	13	4	4	5	13	5	4	5	14	4	4	5	13	5	5	5	15	5	4	4	5	18
73	3	4	4	11	3	4	3	10	3	3	4	10	3	4	4	11	3	4	4	11	3	4	3	3	13
74	4	1	3	8	4	2	4	10	2	2	4	8	2	4	4	10	2	2	4	8	4	4	2	2	12
75	3	3	2	8	3	2	2	7	3	2	3	8	3	3	2	8	3	3	1	7	2	3	3	3	11
76	5	4	4	13	5	4	5	14	5	5	4	14	4	4	5	13	4	5	5	14	4	5	5	4	18
77	4	5	5	14	4	5	4	13	4	4	5	13	5	5	4	14	5	4	4	13	5	4	4	5	18
78	5	3	3	11	3	5	3	11	3	3	5	11	3	5	5	13	3	5	3	11	3	5	5	3	16
79	4	4	3	11	4	3	3	10	4	3	2	9	4	3	3	10	2	4	3	9	4	3	3	2	12
80	3	4	3	10	3	4	3	10	4	4	3	11	3	4	4	11	3	4	3	10	4	4	3	4	15
81	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
82	4	5	3	12	4	5	4	13	5	4	4	13	4	5	5	14	4	5	4	13	5	5	4	5	19
83	5	4	4	13	3	4	5	12	5	4	5	14	4	5	5	14	3	4	5	12	4	4	5	4	17
84	4	5	5	14	4	5	5	14	4	5	4	13	5	4	5	14	5	5	4	14	4	5	5	4	18
85	5	4	4	13	5	4	4	13	5	4	5	14	4	5	4	13	4	4	5	13	5	4	4	5	18
86	4	3	3	10	3	4	3	10	3	4	4	11	4	3	3	10	4	3	4	11	3	4	4	3	14
87	3	4	4	11	4	3	4	11	4	3	3	10	3	4	4	11	3	4	3	10	4	3	3	4	14
88	4	5	5	14	4	5	5	14	4	5	4	13	5	5	4	14	5	4	4	13	5	4	5	5	19
89	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
90	4	5	5	14	4	5	4	13	5	4	5	14	4	5	5	14	4	5	5	14	5	4	4	5	18
91	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
92	5	4	4	13	5	4	4	13	4	5	4	13	4	5	4	13	5	4	4	13	4	5	5	4	18
93	4	5	3	12	4	5	5	14	4	5	5	14	5	4	5	14	4	5	4	13	5	4	4	5	18
94	3	5	5	13	3	5	5	13	3	5	3	11	3	3	5	11	3	5	5	13	3	5	3	5	16
95	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
96	3	4	4	11	4	4	4	12	3	4	4	11	3	4	4	11	3	4	3	10	4	4	3	4	15
97	4	3	4	11	3	4	3	10	4	3	3	10	4	3	3	10	4	3	4	11	3	3	4	3	13
98	3	4	4	11	3	3	3	9	3	4	4	11	3	4	4	11	3	4	3	10	4	4	3	3	14
99	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
100	4	5	5	14	5	5	5	15	5	4	4	13	4	5	5	14	4	5	4	13	5	5	4	5	19

LAMPIRAN 4

Frekuensi Tabulasi
Hasil Kuesioner

Bukti Fisik ($X_{1.1}$ - $X_{1.3}$)**X1.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	3	3.0	3.0	4.0
3	23	23.0	23.0	27.0
4	44	44.0	44.0	71.0
5	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	4.0	4.0	4.0
2	2	2.0	2.0	6.0
3	20	20.0	20.0	26.0
4	46	46.0	46.0	72.0
5	28	28.0	28.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	7	7.0	7.0	7.0
3	27	27.0	27.0	34.0
4	45	45.0	45.0	79.0
5	21	21.0	21.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Keandalan ($X_{2.1}$ - $X_{2.3}$)**X2.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	2.0	2.0	2.0
3	30	30.0	30.0	32.0
4	45	45.0	45.0	77.0
5	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	9	9.0	9.0	10.0
3	16	16.0	16.0	26.0
4	41	41.0	41.0	67.0
5	33	33.0	33.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	4	4.0	4.0	4.0
3	28	28.0	28.0	32.0
4	41	41.0	41.0	73.0
5	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Daya Tanggap ($X_{3.1}$ - $X_{3.3}$)

X3.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	5	5.0	5.0	5.0
3	21	21.0	21.0	26.0
4	42	42.0	42.0	68.0
5	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	6	6.0	6.0	7.0
3	16	16.0	16.0	23.0
4	51	51.0	51.0	74.0
5	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	2.0	2.0	2.0
2	5	5.0	5.0	7.0
3	17	17.0	17.0	24.0
4	49	49.0	49.0	73.0
5	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Jaminan (X_{4.1}-X_{4.3})**X4.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	3	3.0	3.0	3.0
3	31	31.0	31.0	34.0
4	42	42.0	42.0	76.0
5	24	24.0	24.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X4.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	1.0	1.0	1.0
2	5	5.0	5.0	6.0
3	18	18.0	18.0	24.0
4	44	44.0	44.0	68.0
5	32	32.0	32.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X4.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	6	6.0	6.0	6.0
3	18	18.0	18.0	24.0
4	49	49.0	49.0	73.0
5	27	27.0	27.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Empati ($X_{5.1}$ - $X_{5.3}$)**X5.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	7	7.0	7.0	7.0
	3	33	33.0	33.0	40.0
	4	36	36.0	36.0	76.0
	5	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X5.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	8	8.0	8.0	10.0
	3	12	12.0	12.0	22.0
	4	52	52.0	52.0	74.0
	5	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X5.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	2	2.0	2.0	4.0
	3	22	22.0	22.0	26.0
	4	41	41.0	41.0	67.0
	5	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Kepuasan Pelanggan ($Y_{.1}$ - $Y_{.4}$)**Y.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	3.0	3.0	3.0
	3	27	27.0	27.0	30.0
	4	44	44.0	44.0	74.0
	5	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	5.0	5.0	5.0
	3	16	16.0	16.0	21.0
	4	51	51.0	51.0	72.0
	5	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	6	6.0	6.0	7.0
	3	22	22.0	22.0	29.0
	4	44	44.0	44.0	73.0
	5	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	6.0	6.0	6.0
	3	28	28.0	28.0	34.0
	4	38	38.0	38.0	72.0
	5	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

LAMPIRAN 5

Hasil Validitas

Correlations Bukti Fisik

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	Bukti Fisik
X1.1	Pearson Correlation	1	,328**	,378**	,713**
	Sig. (2-tailed)		,001	,000	,000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,328**	1	,560**	,820**
	Sig. (2-tailed)	,001		,000	,000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,378**	,560**	1	,818**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Bukti Fisik	Pearson Correlation	,713**	,820**	,818**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Correlations Keandalan

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Keandalan
X2.1	Pearson Correlation	1	,301**	,556**	,748**
	Sig. (2-tailed)		,002	,000	,000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,301**	1	,476**	,783**
	Sig. (2-tailed)	,002		,000	,000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,556**	,476**	1	,845**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Keandalan	Pearson Correlation	,748**	,783**	,845**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Correlations Daya Tanggap

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Daya Tanggap
X3.1	Pearson Correlation	1	,529**	,519**	,833**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,529**	1	,444**	,803**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,519**	,444**	1	,810**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Daya Tanggap	Pearson Correlation	,833**	,803**	,810**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Correlations Jaminan

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	Jaminan
X4.1	Pearson Correlation	1	,447**	,292**	,716**
	Sig. (2-tailed)		,000	,003	,000
	N	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	,447**	1	,624**	,875**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	,292**	,624**	1	,802**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000		,000
	N	100	100	100	100
Jaminan	Pearson Correlation	,716**	,875**	,802**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Correlations Empati

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	Empati
X5.1	Pearson Correlation	1	,445**	,501**	,799**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X5.2	Pearson Correlation	,445**	1	,488**	,805**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X5.3	Pearson Correlation	,501**	,488**	1	,819**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
Empati	Pearson Correlation	,799**	,805**	,819**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Correlations Kepuasan Pelanggan

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Kepuasan Pelanggan
Y.1	Pearson Correlation	1	,345**	,364**	,761**	,790**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	,345**	1	,517**	,469**	,743**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	,364**	,517**	1	,374**	,735**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	,761**	,469**	,374**	1	,839**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Kepuasan Pelanggan	Pearson Correlation	,790**	,743**	,735**	,839**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

LAMPIRAN 6

Hasil Reliabilitas

Reliability Bukti Fisik

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.686	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	7.72	2.567	.398	.715
X1.2	7.77	2.017	.534	.549
X1.3	7.89	2.200	.581	.491

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.69	4.398	2.097	3

Reliability Keandalan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.697	3

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	7.87	2.437	.488	.641
X2.2	7.80	2.040	.445	.713
X2.3	7.85	2.008	.632	.454

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.76	4.225	2.055	3

Reliability Daya Tanggap

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.747	3

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	7.89	2.281	.616	.615
X3.2	7.95	2.371	.557	.683
X3.3	7.96	2.281	.551	.692

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.90	4.616	2.149	3

Reliability Jaminan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.718	3

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	7.98	2.424	.413	.767
X4.2	7.84	1.752	.668	.452
X4.3	7.88	2.107	.548	.616

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.85	4.129	2.032	3

Reliability Empati

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.733	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X5.1	7.93	2.530	.548	.656
X5.2	7.78	2.436	.539	.667
X5.3	7.69	2.438	.582	.616

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.70	4.899	2.213	3

Reliability Kepuasan Pelanggan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.780	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	11.80	4.283	.620	.709
Y.2	11.71	4.491	.549	.744
Y.3	11.83	4.304	.502	.771
Y.4	11.85	3.846	.678	.675

Scale Statistics

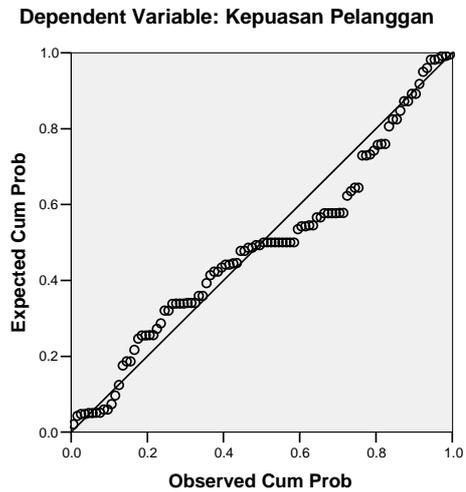
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.73	7.007	2.647	4

LAMPIRAN 7

Hasil Uji Asumsi Klasik

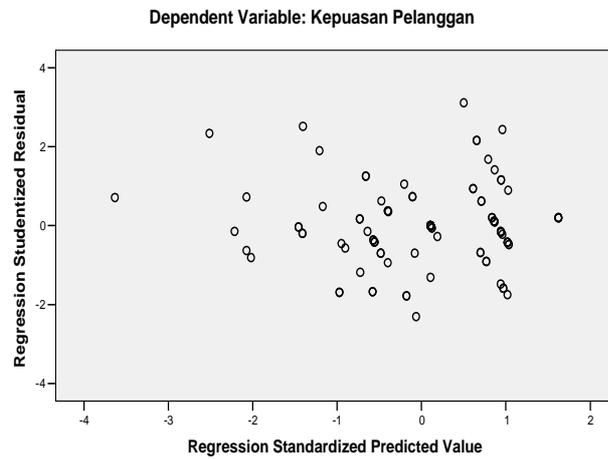
Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Bukti Fisik	.150	6.687
	Keandalan	.142	7.059
	Daya Tanggap	.189	5.278
	Jaminan	.142	7.047
	Empati	.161	6.200

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

LAMPIRAN 8

Hasil Uji Regresi

Variables Entered/Removed^p

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Empati, Jaminan, Daya Tanggap, Bukti Fisik, ^a Keandalan	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.959 ^a	.920	.916	.767	2.203

a. Predictors: (Constant), Empati, Jaminan, Daya Tanggap, Bukti Fisik, Keandalan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	638.378	5	127.676	216.899	.000 ^a
	Residual	55.332	94	.589		
	Total	693.710	99			

a. Predictors: (Constant), Empati, Jaminan, Daya Tanggap, Bukti Fisik, Keandalan

b. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.595	.470		1.267	.208
	Bukti Fisik	.263	.095	.209	2.770	.007
	Keandalan	.209	.100	.163	2.100	.038
	Daya Tanggap	.248	.082	.202	3.014	.003
	Jaminan	.372	.101	.285	3.689	.000
	Empati	.191	.087	.160	2.201	.030

a. Dependent Variable: Kepuasan Pelanggan