

Hubungan Kualitas Pelayanan Dengan Kepuasan Pelanggan

Marnovita¹

*Program Studi Psikologi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Mulawarman Samarinda*

ABSTRACT. *This study aims to determine the relationship of service quality with customer satisfaction PT. PLN (Persero) Samarinda City. This study consists of two variables: the dependent variable, customer satisfaction and the independent variable, namely service quality. The technique of determining the sample using Simple Random Sampling. The sample in this study is the electricity customers of PT. PLN (Persero) Samarinda City as many as 100 people. Data analysis techniques in this study use the product moment correlation analysis analysis method used to find the relationship between one independent variable (X) or more with a dependent variable (Y). The results showed a significant relationship between the relationship of service quality with customer satisfaction at PT. PLN (Persero) Samarinda City with a value of $r = 0.570$ and a value of $P = 0.029$.*

Keywords: *customer satisfaction, service quality.*

ABSTRAK. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Kota Samarinda. Penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel dependen, kepuasan pelanggan dan variabel independen yaitu kualitas layanan. Teknik penentuan sampel menggunakan Simple Random Sampling. Sampel dalam penelitian ini adalah pelanggan listrik PT. PLN (Persero) Kota Samarinda sebanyak 100 orang. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode analisis korelasi product moment yang digunakan untuk mengetahui hubungan antara satu variabel independen (X) atau lebih dengan variabel dependen (Y). Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara hubungan kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Kota Samarinda dengan nilai $r = 0,570$ dan nilai $P = 0,029$.

Kata Kunci: kepuasan pelanggan, kualitas pelayanan

¹ Email: marnovita1703@gmail.com

PENDAHULUAN

PT. PLN (Persero) merupakan salah satu Perusahaan Milik Negara yang memberikan pelayanan kepada calon pelanggan dan masyarakat dalam penyediaan jasa yang berhubungan dengan penjualan tenaga listrik satu-satunya di Indonesia. Peningkatan kebutuhan listrik melonjak dengan tinggi dan cepat, khususnya kebutuhan bagi industri dan diiringi pula dengan standar tingkat kepuasan masyarakat menjadi lebih tinggi lagi sebagai akibat

dari meningkatnya pendapatan masyarakat yang maju dan modern. Dalam melakukan kegiatannya, PT. PLN (Persero) menyediakan bagian pelayanan pelanggan yang tugasnya memberikan pelayanan yang dibutuhkan oleh setiap pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian awal yang dilakukan oleh peneliti di PT. PLN (Persero) Area Kota Samarinda, ternyata masih terdapat masalah tentang kepuasan pelanggan yaitu sebagai berikut :

Tabel 1. Data Keluhan Pelanggan PLN Kota Samarinda

No	Jenis Keluhan	Jumlah			
		November 2018	Desember 2018	Januari 2019	Februari 2019
1	Pasang Baru	21	15	22	25
2	Tambah Daya	49	55	62	66
3.	Masalah meter Prabayar	25	10	15	12
4	Pemadaman Listrik	50	65	60	68

Keluhan yang disampaikan oleh masyarakat tersebut menyebabkan adanya stigma pada masyarakat bahwa pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Area Kota Samarinda tidak sesuai dengan keinginan masyarakat. Artinya pelanggan merasa pelayanan yang diberikan tidak baik. Hal ini berarah dengan penanganan keluhan pelanggan yang kurang cepat ditangani oleh pihak PLN sehingga masyarakat terkadang harus menunggu secara bergilir berdasarkan waktu penyampaian keluhan yang pada akhirnya berdampak pada kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Kota Samarinda.

Kotler (2013) mengungkapkan bahwa kualitas pelayanan adalah suatu cara kerja perusahaan yang berusaha mengadakan perbaikan mutu secara terus-menerus terhadap proses, produk dan service yang dihasilkan perusahaan. Sedangkan menurut Tjiptono (2012), kualitas pelayanan merupakan upaya pemenuhan kebutuhan dan keinginan konsumen serta ketepatan penyampaiannya dalam mengimbangi harapan konsumen.

Kualitas pelayanan menurut Tjiptono (2012) dapat diukur dengan lima dimensi sesuai dengan urutan derajat kepentingan relatifnya, yaitu keandalan, jaminan, bukti fisik, empati dan daya tanggap. Pelayanan yang berkualitas berperan penting dalam membentuk kepuasan konsumen, selain itu juga erat kaitannya dalam menciptakan keuntungan bagi perusahaan. Semakin berkualitas pelayanan yang diberikan oleh perusahaan maka

kepuasan yang dirasakan oleh pelanggan akan semakin tinggi. PT. PLN sebagai perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa dituntut untuk memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggannya. Keputusan pelanggan untuk menggunakan jasa terjadi apabila kualitas pelayanan pada perusahaan tersebut sesuai dengan apa yang diharapkan pelanggan.

Penelitian Ardyansah (2004), pada industri dan jasa menyebutkan bahwa ketidakpuasan merupakan salah satu penyebab beralihnya konsumen. Penelitian lain yang diteliti oleh Chowdhury (2014), juga menyebutkan bahwa konsumen yang puas cenderung menjadi pelanggan yang loyal. Sehingga apabila tingkat kepuasan konsumen meningkat akan diikuti tingkat loyalitas konsumen.

Buruknya kualitas jasa yang diberikan penyedia jasa kepada pelanggan telah disadari mengakibatkan banyaknya kerugian yang dialami oleh perusahaan. Adhikarini (2009) menyatakan bahwa kualitas pelayanan harus sesuai dengan harapan yang diinginkan oleh setiap konsumen. Pada tingkat kesesuaian yang semakin tinggi antara harapan dengan kualitas pelayanan yang diberikan perusahaan, di situlah tercipta nilai kepuasan yang maksimal.

TINJAUAN PUSTAKA

Kepuasan Pelanggan

Menurut Rangkuti (2006) Kepuasan pelanggan didefinisikan sebagai respon pelanggan terhadap

ketidaksesuaian antara tingkat kepentingan sebelumnya dan kinerja aktual yang dirasakan setelah pemakaian.

Aspek-aspek Kepuasan Pelanggan Rangkuti (2006) mengemukakan bahwa terdapat tiga aspek dalam kepuasan pelanggan yaitu:

- a. Atribut yang terkait dengan produk, yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari produk tersebut. seperti, penempatan nilai yang didapat dengan harga, kemampuan produk menentukan kepuasan, benefit dari produk tersebut.
- b. Atribut yang terkait dengan pelayanan, yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari pelayanan misalnya dengan garansi yang dijanjikan, proses pemenuhan pelayanan atau pengiriman, proses penyelesaian masalah yang diberikan.
- c. Atribut yang terkait dengan keputusan, yaitu dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari keputusan untuk membeli atau tidaknya dari produsen seperti kemudahan mendapatkan informasi, kesopanan karyawan dan juga pengaruh reputasi perusahaan.

Menurut Rangkuti (2006) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi kepuasan pelanggan antara lain:

- a. Produk atau jasa inti, ini adalah hal yang paling mendasar yang ditawarkan kepada pelanggan sekaligus hal yang tersulit bagi perusahaan untuk membuatnya lain dari pada yang lain.
- b. Sistem dan layanan pendukung, ini meliputi layanan-layanan pendukung yang bisa meningkatkan kelengkapan dari layanan atau produk inti.
- c. Performa teknis, berkaitan dengan apakah perusahaan menetapkan inti dan layanan pendukungnya dengan benar (mengikuti standar yang ada, penghantaran tepat waktu, menepati janji, sedikit kesalahan pada produk dan jasa).
- d. Elemen-elemen interaksi dengan pelanggan, mengacu pada interaksi penyedia jasa dengan pelanggan melalui tatap muka langsung atau melalui kontak berbasis teknologi.
- e. Elemen emosional dimensi afektif pelayanan, yaitu menumbuhkan perasaan positif dalam diri pelanggan.

Kualitas Pelayanan

Menurut Tjiptono (2012) kualitas pelayanan merupakan tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk

memenuhi keinginan konsumen. Apabila jasa atau pelayanan yang diterima atau dirasakan sesuai dengan yang diharapkan, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan baik dan memuaskan. Jika jasa atau pelayanan yang diterima melampaui harapan konsumen, maka kualitas jasa atau pelayanan dipersepsikan sebagai kualitas yang ideal.

Terdapat lima aspek dalam kualitas pelayanan (Parasuraman, 2001), yaitu:

- a. **Bukti Fisik**
Bukti fisik yaitu kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan eksistensinya kepada pihak eksternal. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik perusahaan dan keadaan lingkungan sekitarnya adalah bukti nyata dari pelayanan yang diberikan oleh pemberi jasa.
 - b. **Keandalan**
Keandalan yaitu kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya. Kinerja harus sesuai dengan harapan pelanggan yang berarti ketepatan waktu, pelayanan yang sama untuk semua pelanggan tanpa kesalahan, sikap yang simpatik, dan dengan akurasi yang tinggi.
 - c. **Daya Tanggap**
Ketanggapan yaitu suatu kemauan untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat (responsif) dan tepat kepada pelanggan, dengan penyampaian informasi yang jelas.
 - d. **Jaminan**
Jaminan dan kepastian yaitu pengetahuan, kesopansantunan, dan kemampuan para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya para pelanggan kepada perusahaan. Terdiri dari beberapa komponen antara lain komunikasi, kredibilitas, keamanan, kompetensi, dan sopan santun.
 - e. **Empati**
Empati yaitu memberikan perhatian yang tulus dan bersifat individual atau pribadi yang diberikan kepada para pelanggan dengan berupaya memahami keinginan konsumen.
- Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi kualitas pelayanan adalah sebagai berikut (Lupiyoadi, 2001):
- a. **Kepemimpinan**
Karyawan membangun kepemimpinan pada dirinya agar memiliki motivasi kerja yang tinggi sehingga dapat memberikan pelayanan yang maksimal.

b. Semangat kerja tim

Semangat kerja tim dapat melibatkan partisipasi karyawan melalui pembagian informasi dan pengambilan keputusan sehingga dapat memperkuat komitmen untuk menampilkan yang terbaik.

c. Teknologi

Pemanfaatan teknologi dilakukan dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Teknologi lunak seperti sistem dan metode kerja yang inovatif sebagai efisiensi arus kerja untuk menunjang keberhasilan pelayanan kepada pelanggan.

d. Kepuasan kerja karyawan

Saat karyawan merasakan kepuasan kerja, aktualisasi potensi kerja karyawan dapat terwujud, salah satunya yaitu dalam memberikan pelayanan yang berkualitas kepada pelanggan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen PT. PLN (Persero) Area Kota Samarinda yang berjumlah 46.000 pelanggan (Sumber: PT. PLN (Persero) Area Kota Samarinda, 2018). Metode pengambilan sampel yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode secara *purposive sampling* yaitu teknik penentuan sampel berdasarkan dengan pertimbangan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2015). Adapun pertimbangan yang digunakan dalam penarikan sampel pada penelitian ini adalah:

1. Pelanggan Rumahan yang menggunakan jasa listrik PT. PLN (Persero) Area Kota Samarinda.
2. Pelanggan yang pernah memberikan keluhan terkait pemakaian listrik PT. PLN (Persero) Area Kota Samarinda.
3. Pelanggan yang keluhannya ditanggapi atau direspon oleh PT. PLN (Persero) Area Kota Samarinda.

Sampel yang diambil adalah 100 orang pelanggan. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala psikologi. Selain sebagai alat ukur, skala psikologi memiliki karakteristik khusus yang membedakannya dari berbagai bentuk instrument pengumpulan data yang lain seperti angket, daftar isian, inventori, dan lain-lainnya (Azwar, 2016). Analisis data yang dilakukan untuk pengolahan data penelitian adalah dengan menggunakan korelasi *product moment*. Keseluruhan teknik analisis data menggunakan SPSS versi 20 *for windows*.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan kualitas pelayanan yang positif dan signifikan dengan kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Area Kota Samarinda. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Bowen dan Chen (2001) yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Hasil penelitian ini juga sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Suwarni dan Mayasari (2011) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas pelayanan Mark Coffe terhadap kepuasan pelanggan.

Adanya hubungan kualitas pelayanan yang positif dan signifikan dengan kepuasan pelanggan pada PT. PLN (Persero) Area Kota Samarinda. Hasil ini menunjukkan bahwa penilaian yang baik mengenai pelayanan yang diberikan PLN (Persero) Area Kota Samarinda sesuai dengan tingkat harapan yang diinginkan pelanggan mendorong pelanggan puas terhadap pelayanan yang diberikan. Begitupula sebaliknya pelayanan yang diberikan PLN (Persero) Area Kota Samarinda tidak sesuai dengan tingkat harapan yang diinginkan pelanggan mendorong pelanggan tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan.

Pelayanan yang diberikan oleh pihak PLN kepada setiap pelanggan sudah cukup baik, seperti sikap ramah, murah senyum dan tutur kata sopan. Namun seringkali terjadi keterlambatan pelayanan sehingga pelanggan harus menunggu lama untuk dilayani. Selain itu terdapat juga permasalahan menyangkut pemadaman listrik PT. PLN (Persero) Area Kota Samarinda. Pemadaman menimbulkan banyak kerugian yang dialami masyarakat dengan pemadaman listrik secara sepihak oleh pihak PT. PLN (Persero). Masyarakat yang mengandalkan pekerjaannya dengan listrikpun tidak dapat bekerja. Kemudian daya tanggap dari pihak PLN pun kurang cepat, bahkan dibeberapa tempat pemadaman dapat berlangsung berhari-hari. Selain kurangnya daya tanggap dari pihak PLN namun fasilitas yang diberikan oleh pihak PLN juga tidak sesuai dengan kebutuhan pelanggan sehingga menimbulkan komplain dari pelanggan. Terkadang keluhan dari pelanggan tidak begitu diperhatikan oleh pihak PLN.

Menurut Tjiptono (2012) kualitas pelayanan adalah penilaian konsumen tentang kehandalan dan superioritas pelayanan secara keseluruhan. Konsumen akan membuat perbandingan antara yang mereka berikan dengan apa yang didapat, kualitas

pelayanan dibangun atas adanya perbandingan antara persepsi pelanggan atas layanan yang nyata mereka terima dengan layanan yang sesungguhnya diharapkan.

Berdasarkan teori tersebut menjelaskan bahwa hasil pengalaman pelanggan dalam memakai jasa akan menghasilkan penilaian pelanggan terhadap jasa tersebut. Apabila jasa tersebut dapat memuaskan keinginan pelanggan, maka pelanggan akan memberikan penilaian positif terhadap jasa tersebut. Dengan penilaian tersebut maka pelanggan akan tetap berkeinginan untuk menggunakan jasa tersebut. Hasil ini menjelaskan bahwa pada umumnya pelanggan PT. PLN (Persero) Area Kota Samarinda akan memperhitungkan kualitas pelayanan yang dapat diperoleh dari uang yang akan mereka keluarkan, yang dapat berdampak pada kepuasan pelanggan. Menurut Lovelock dan Wirtz (2011) kepuasan diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan. Kepuasan merupakan penilaian mengenai ciri atau keistimewaan jasa itu sendiri, yang menyediakan tingkat kesenangan pelanggan berkaitan dengan pemenuhan kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan hasil penelitian secara parsial diperoleh bahwa aspek bukti fisik memiliki hubungan positif dan signifikan dengan aspek atribut produk. Hal ini dikarenakan kurangnya kepuasan terhadap atribut produk dilihat dari bukti fisik meliputi PT. PLN Area Kota Samarinda tidak memberikan nilai yang sebanding dengan harga (pajak) yang diberikan pelanggan, harga jasa layanan listrik yang diberikan sesuai dengan kualitas yang dirasakan, perhitungan pajak listrik yang kadang dihitung tidak sesuai dengan beban pemakaian yang digunakan, perhitungan pajak listrik setiap bulan dilakukan dengan tidak baik oleh PT. PLN Kota Samarinda, PT. PLN Kota Samarinda memberikan jenis jasa listrik sesuai dengan ekonomi rumah tangga, jasa pemasangan listrik yang ditetapkan oleh PT. PLN Kota Samarinda sangat tidak bersahabat dengan ekonomi masyarakat Kota Samarinda.

Aspek keandalan memiliki hubungan positif dan signifikan dengan aspek atribut produk. Hal ini dikarenakan kurangnya kepuasan terhadap atribut produk dilihat dari keandalan meliputi karyawan PT. PLN Kota Samarinda tidak tanggap dalam memberikan pelayanan terhadap keluhan pelanggan, PT. PLN Kota Samarinda memberikan tindakan yang cepat setiap ada keluhan dari pelanggan, tindakan yang diberikan dalam mengatasi keluhan pelanggan sangat tidak profesional, keluhan

ataupun *complain* tidak diberikan solusi yang baik dan memuaskan. Aspek daya tanggap memiliki hubungan positif dan signifikan dengan aspek atribut produk. Hal ini dikarenakan kurangnya kepuasan terhadap atribut produk dilihat dari daya tanggap meliputi solusi yang diberikan setiap gangguan listrik tidak dilakukan dengan baik karena terkesan seadanya dan pelayanan PT. PLN Area Kota Samarinda sangat lama karena terkesan menunda pekerjaan.

Berdasarkan kondisi dilapangan responden merasa kurang puas terhadap harga pembayaran PLN dan kemampuan produk dari PT. PLN (Persero) Area Kota Samarinda, dikarenakan sering terjadinya pemadaman listrik. Menurut Rangkuti (2006) atribut produk merupakan dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari produk tersebut, seperti penempatan nilai yang didapat dengan harga, kemampuan produk menentukan kepuasan, benefit dari produk tersebut. Pendapat tersebut juga didukung penelitian Suwarni dan Mayasari (2011) yang menyatakan bahwa merasa puas terhadap pelayanan jika atribut dari produk tersebut, seperti penempatan nilai yang didapat dengan harga, kemampuan produk sudah sesuai harapan.

Aspek bukti fisik memiliki hubungan positif dan signifikan dengan aspek atribut pelayanan. Hal ini dikarenakan kepuasan terhadap atribut pelayanan dilihat dari bukti fisik meliputi petugas pengontrol meteran selalu mengenakan tanda pengenal yang jelas mengenai nama, jabatan, kewenangan dan tanggung jawab serta petugas PT. PLN Kota Samarinda berpenampilan kurang rapi. Aspek daya tanggap memiliki hubungan positif dan signifikan dengan aspek atribut pelayanan. Hal ini dikarenakan kurangnya kepuasan terhadap atribut pelayanan dilihat dari daya tanggap meliputi pengaduan direspon dalam waktu yang sangat lama oleh PT. PLN Kota Samarinda.

Berdasarkan kondisi dilapangan responden kurang merasa puas dengan garansi yang dijanjikan, proses pemenuhan pelayanan atau pengiriman, proses penyelesaian masalah yang diberikan pada PT. PLN (Persero) Area Kota Samarinda. Dimana responden merasa pelayanan yang diterima terkadang sangat tidak sesuai dengan permasalahan yang ada dan sulit dalam menyampaikan keluhan karena kurang direspon oleh pihak PT. PLN (Persero) Area Kota Samarinda. Menurut Rangkuti (2006) atribut pelayanan merupakan dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari pelayanan misalnya dengan garansi yang dijanjikan,

proses pemenuhan pelayanan atau pengiriman, proses penyelesaian masalah yang diberikan. Pendapat tersebut juga didukung penelitian Nuraeni (2016) yang menunjukkan bahwa untuk menunjang kepuasan pelanggan, maka salah satu upaya yang dilakukan oleh setiap perusahaan khususnya perusahaan yang bergerak dibidang jasa sangat perlu memberikan penerapan kualitas pelayanan, sebab dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan, maka dapat meningkatkan kepuasan pelanggan.

Aspek bukti fisik memiliki hubungan positif dan signifikan dengan aspek atribut keputusan. Hal ini dikarenakan kepuasan terhadap atribut keputusan dilihat dari bukti fisik meliputi kondisi gedung PT. PLN Kota Samarinda sangat bersih, kualitas meter listrik yang dipasang merupakan kualitas yang baik.

Berdasarkan kondisi dilapangan walaupun responden merasa kurang puas terhadap pelayanan namun responden tetap memutuskan menggunakan jasa PT. PLN (Persero) Area Kota Samarinda, dikarenakan listrik merupakan kebutuhan utama yang wajib dipenuhi sehingga responden menerima pelayanan yang diperoleh. Menurut Rangkuti (2006) dimensi kepuasan yang berkaitan dengan atribut dari keputusan untuk membeli atau tidaknya dari produsen seperti kemudahan mendapatkan informasi, kesopanan karyawan dan juga pengaruh reputasi perusahaan. Pendapat tersebut juga didukung penelitian Nuraeni (2016) yang menunjukkan bahwa konsumen menilai kinerja pelayanan yang diterima dan yang dirasakan langsung terhadap produk suatu layanan. Kualitas pelayanan ditentukan oleh bagaimana tingkat kesesuaian antara layanan yang diberikan dengan yang diharapkan oleh konsumen. Semakin tinggi kualitas layanan yang dirasakan akan semakin tinggi tingkat kepuasan pengguna/pelanggan, selanjutnya semakin berdampak positif perilaku niat seseorang dalam menyikapi layanan tersebut dan semakin rendah kualitas layanan yang dirasakan akan semakin rendah tingkat kepuasan pelanggan.

Berdasarkan pembahasan di atas terdapat keterbatasan dalam penelitian ini yaitu adanya aitem pernyataan yang gugur, dikarenakan subjek kurang paham tentang isi pernyataan-pernyataan yang ada didalam skala, dan juga banyaknya data dengan nilai yang sama, sementara data dengan nilai lain tidak mengikuti, sehingga penelitian ini tidak sepenuhnya sempurna.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan PT. PLN (Persero) Area Kota Samarinda. Artinya, semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Area Kota Samarinda, maka akan semakin tinggi kepuasan pelanggan terhadap jasa yang diberikan oleh PT. PLN (Persero) Area Kota Samarinda.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut:

1. Seluruh petugas PT. PLN (Persero) Area Kota Samarinda perlu membentuk komitmen bersama dalam hal memberikan pelayanan untuk meningkatkan sikap tanggap, peduli, ramah dan berkomunikasi yang baik kepada pelanggan dengan cara dilakukan supervisi atau sistem penilaian langsung oleh pelanggan.
2. PT. PLN (Persero) Area Kota Samarinda, keberadaan petugas dalam memberikan pelayanan yang cepat dapat ditingkatkan dengan penambahan tenaga atau mengatur jadwal kerja sehingga cukup tersedia tenaga pada waktu sibuk.
3. Saran untuk penelitian selanjutnya, agar dapat mengungkap variabel-variabel lain selain kualitas pelayanan dengan kepuasan pelanggan untuk memperkaya cakupan variabel khususnya dibidang psikologi industri dan organisasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Adhikarini. (2009). Analisa pengaruh dimensi kualitas jasa pelayanan terhadap kepuasan pelanggan di koperasi serba usaha makmur lestari surakarta. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 18(3), 171-192.
- Ardyansah. (2004). Analisis hubungan kualitas pelayanan terhadap kepuasan nasabah. *Skripsi*. Jakarta Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Arikunto, S. (2012). *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2016). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bowen, J. T., & Chen, S. L. (2001). The relationship between customer loyalty and customer

- satisfaction. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 13(5), 213-7.
- Chowdhury, T. (2014). Customer satisfaction on service quality in private commercial banking sector in bangladesh. *British Journal of Marketing Studies*, 2(2), 1-11.
- Husein, U. (2013). *Metode penelitian untuk skripsi dan tesis bisnis*. (Edisi Kedua). Jakarta: Rajawali.
- Kotler. (2013). *Manajemen pemasaran*. Alih Bahasa: Juhardi. (Edisi kesebelas). Jilid 1. Jakarta: PT. Prehalindo.
- Lovelock, C., & Wirtz, J. (2011). *Pemasaran jasa perspektif*. (Edisi ketujuh). Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, R. (2010). *Manajemen pemasaran jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Nuraeni. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT. PLN persero (studi kasus pelanggan rumah tangga kabupaten sinjai). *Skripsi*. Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar.
- Parasuraman, A. V. (2001). *Delivering quality service*. (Penerjemah: Sutanto). New York: The Free Press.
- Rangkuti, F. (2006). *Teknik mengukur dan strategi meningkatkan kepuasan pelanggan*. Jakarta: Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. (2015). *Metode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suwarni., & Mayasari. (2011). Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap loyalitas melalui kepuasan konsumen. *Jurnal Ilmu Administrasi dan Organisasi*, 29(1), 114–128.
- Tjiptono, F. (2012). *Service management: mewujudkan layanan prima*. Yogyakarta: Andi Offset.