

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PT PLN (PERSERO) ULP KERSIK TUO**



Tesis Oleh:

MAESA AYU INANDA

01012682226032

MANAJEMEN PEMASARAN

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar

Magister Manajemen

KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN, RISET DAN TEKNOLOGI

UNIVERSITAS SRIWIJAYA

FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

2024

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF

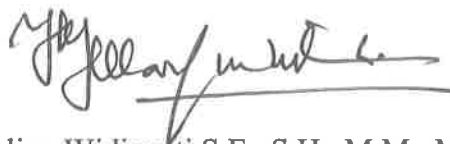
PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT PLN (PERSERO) ULP KERSIK TUO

Disusun oleh:

Nama : Maesa Ayu Inanda
NIM : 01012682226032
Program Studi : Magister Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Disetujui untuk digunakan sebagai syarat pengajuan SK Penguji Komprehensif

Tanggal Persetujuan Dosen Pembimbing
Pembimbing I



Tanggal : 06 Juni 2024 _____
Hj. Marlina Widiyanti S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D
NIP: 196703141993032001

Pembimbing II



Tanggal : 21 Juni 2024 _____
Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si
NIP : 197205292006042001

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

**PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN PADA PT PLN (PERSERO) ULP KERSIK TUO**

Disusun oleh:

Nama : Maesa Ayu Inanda

NIM : 01012682226032

Fakultas : Ekonomi

Program Studi : Magister Manajemen

Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 13 Juli 2024 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif
Palembang, 13 Juli 2024

Ketua



Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D
NIP 196703141993032001

Anggota

Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si
NIP : 197205292006042001

Anggota

H. Muchsin Saggaff Shihab, MBA, Ph.D
NIDN. 0417086002

Mengetahui,

Koordinator Program Studi Magister Manajemen

Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D
NIP 196703141993032001

SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Maesa Ayu Inanda
NIM : 01012682226032
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Magister Manajemen
Bidang Kajian/ Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa tesis yang berjudul:

Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo

Pembimbing

Ketua : Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D
Anggota : Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si
Tanggal Ujian : Sabtu, 13 Juli 2024

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam tesis ini tidak ada hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.

Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar di kemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya.

Palembang, 13 Juli 2024

Pembuat Pernyataan



Maesa Ayu Inanda
NIM.01012682226032

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO :

“Dan Allah mengeluarkan kamu dari perut ibumu dalam keadaan tidak mengetahui sesuatu apa pun, dan Dia memberimu pendengaran, penglihatan, dan hati agar kamu bersyukur.”

(Q.S An-Nahl: 78)

Tesis Ini Dipersembahkan untuk:

- **Orang Tua dan Mertua Tercinta**
- **Suami dan Anak Tercinta**
- **Saudara-saudaraku**
- **Keluarga Besarku**
- **Rekan-rekan PT Allianz**
- **Rekan-rekan MM Angkatan 53**
- **Universitas Sriwijaya**

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Puji Syukur ke hadapan Tuhan Yang Maha Esa, penulis memanjatkan Puji Syukur atas rahmat dan karunia-Nya telah merahmati Kesehatan dan Keberkahan sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis yang berjudul **Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT.PLN (Persero) ULP Kersik Tuo**. Tesis ini disusun sebagai salah satu syarat untuk meraih gelar Magister Manajemen pada program studi Magister Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Sriwijaya.

Penelitian Ini dilakukan bertujuan agar dapat mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan (*Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness, dan Assurance*) terhadap kepuasan pelanggan pada PT.PLN (Persero) ULP Kersik Tuo. Populasi dan sampel dalam penelitian ini adalah Pelanggan *pascabayar* PT.PLN (Persero) ULP Kersik Tuo sampai dengan tahun 2023 yang berjumlah 7,754 pelanggan. Berdasarkan perhitungan dengan memakai rumus Slovin, sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini menjadi sebanyak 153 orang pelanggan pada PT.PLN (Persero) ULP Kersik Tuo.

Hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan (*Tangible, Emphaty, Reliability, Responsiveness, dan Assurance*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan pada PT.PLN (Persero) ULP Kersik Tuo. Hasil positif dan signifikan dalam dimensi *tangible, empathy, reliability, responsiveness, dan assurance* menunjukkan bahwa PT PLN Persero ULP Kersik Tuo dapat meningkatkan kualitas layanan dengan fokus pada

peningkatan infrastruktur fisik, meningkatkan respons terhadap kebutuhan pelanggan, memastikan keandalan melalui layanan keluhan pelanggan, dan memberikan jaminan atas kualitas layanan yang konsisten.

Penulis sangat menyadari bahwa tesis ini masih belum sempurna, sehingga penulis mengharapkan masukan, saran dan kritik yang membangun sebagai bahan perbaikan di masa yang akan datang. Akhir kata penulis mengucapkan semoga tesis ini bermanfaat bagi pembaca, khususnya bagi peneliti yang akan mengadakan penelitian pada bidang yang sama.

Palembang, 13 Juli 2024



Maesa Ayu Inanda

NIM. 01012682226032

UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan tesis sebagai salah satu syarat dalam meraih gelar Magister Manajemen pada Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. Penyusunan tesis ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Untuk itu penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Hj. Marlina Widiyanti, S.E., S.H., M.M., M.H., Ph.D selaku Dosen Pembimbing I dan Koordinator Program Studi Magister Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya. Terima kasih atas segala bantuan Ibu yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan arahan dan juga juga selalu memotivasi penulis dalam menyelesaikan tesis ini dengan baik dan tepat waktu.
2. Ibu Dr. Aslamia Rosa, S.E., M.Si selaku Dosen Pembimbing II, terima kasih atas segala bantuan Ibu yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk membimbing serta memberikan arahan dan juga juga selalu memotivasi penulis dalam menyelesaikan tesis ini dengan baik.
3. Bapak H. Muchsin Saggaff Shihab, MBA, Ph.D selaku Dosen Penguji, terima kasih banyak atas bantuan bapak dalam proses ujian yang dilaksanakan dan telah memberikan arahan, kritik, serta saran yang membangun dalam penyelesaian tesis ini.

4. Seluruh dosen program studi Magister Manajemen Universitas Sriwijaya atas ilmu dan wawasan yang telah diberikan.
5. Bapak Dr. Muhammad Ichsan Hadjri, S.T., M.M. selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Sriwijaya.
6. Bapak Prof. Dr. Mohamad Adam, S.E., M.E selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.
7. Bapak Prof. Dr. Taufiq Marwa, S.E., M.Si. selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
8. Sembah sujud teruntuk Orangtua tercinta, H. Kesumayadi dan Hj. Sopiah, mertua tercinta, Bapak Romsani dan Ibu Marlina, dan seluruh keluarga yang tiada henti mendoakan serta selalu mendukung dan menjunjung tinggi pendidikan bagi anak-anaknya.
9. Suami dan Anak tercinta, Desta Marsani, S.T dan Keysheva Shahia Athaleta yang setia membantu dan medoakan penulis selalu.
10. Staff / karyawan Program Studi Magister Manajemen Universitas Sriwijaya.
11. Teman seperjuangan Magister Manajemen Angkatan 53 yang tidak bisa disebutkan satu-persatu.

Semoga Allah SWT, memberikan balasan atas segala kebaikan yang telah diberikan oleh banyak pihak sehingga tesis ini dapat diselesaikan.

Palembang, 13 Juli 2024



Maesa Ayu Inanda
NIM. 01012682226032

ABSTRAK

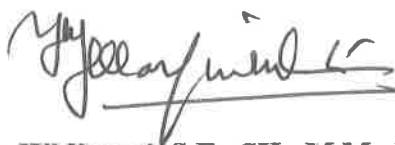
PENGARUH DIMENSI KUALITAS LAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA PT PLN (PERSERO) ULP KERSIK TUO

Oleh:
Maesa Ayu Inanda

Penelitian ini dilakukan bertujuan untuk mengetahui pengaruh dimensi kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan pascabayar pada PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo sampai dengan tahun 2023 sebanyak 7.754 pelanggan. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin, sampel yang menjadi responden dalam penelitian ini menjadi sebanyak 153 pelanggan pascabayar pada PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo pada tahun 2023. Hasil dari analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa dimensi kualitas layanan (*tangible, emphaty, reliability, responsiveness, assurance*) berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan. Dimensi *tangible*, untuk dapat memberikan fasilitas penunjang yang lebih baik seperti komputer dan printer pada unit pelayanan pelanggan. Dimensi *emphaty*, petugas pelayanan dapat memberikan pelayanan yang baik dalam menangani keluhan dan masalah yang dihadapi pelanggan. Dimensi *reliability*, dapat memberikan informasi yang jelas kepada petugas pemasangan agar jadwal yang diberikan ke pelanggan sudah sesuai dengan yang telah dijanjikan. Dimensi *responsiveness*, dapat memperbaiki sistem pelayanan yang disediakan. Dimensi *assurance*, dapat memberikan pelatihan kepada petugas pelayanan dalam memberikan pelayanan yang terbaik kepada pelanggan.

Kata Kunci: Kualitas Layanan, Kepuasan Pelanggan

Ketua



Hj. Marlina Widiyanti, S.E., SH., M.M., M.H., Ph.D
NIP.196703141993032001

Anggota



Dr. Aslamia Rosa S.E., M.Si
NIP. 197205292006042001

Mengetahui,
Koordinator Program Studi Magister Manajemen



Hj. Marlina Widiyanti, S.E., SH., M.M., M.H., Ph.D
NIP.19670314199303200

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF SERVICE QUALITY DIMENSIONS ON CUSTOMER SATISFACTION AT PT PLN (PERSERO) ULP KERSIK TUO

By:
Maesa Ayu Inanda

This research was conducted to find out the influence of service quality dimensions on customer satisfaction at PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo. The population in this research is postpaid customers at PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo until 2023 as many as 7,754 customers. Based on calculations using the Slovin formula, the sample of respondents in this research is 153 postpaid customers at PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo in 2023. The results of the multiple linear regression analysis show that the dimensions of service quality (tangible, empathy, reliability, responsiveness, assurance) have a positive and significant effect on customer satisfaction. Tangible dimension, to be able to provide better supporting facilities such as computers and printers in customer service units. Empathy dimension, service officers can provide good service in handling complaints and problems faced by customers. The reliability dimension can provide clear information to installation officers so that the schedule given to customers is in accordance with the arrival schedule for installation. The responsiveness dimension can improve the service system provided. The assurance dimension can provide training to service officers in providing the best service to customers.

Keywords: *Service Quality and Customer Satisfaction*

Chairman



Hj. Marlina Widiyanti, S.E., SH., M.M., M.H., Ph.D
NIP.196703141993032001

Member



Dr. Aslamia Rosa S.E., M.Si
NIP. 197205292006042001

Known by,
Coordinator of the Mater of Management Study Program



Hj. Marlina Widiyanti, S.E., SH., M.M., M.H., Ph.D
NIP.196703141993032001

SURAT PERNYATAAN ABSTRAK

Kami dosen pembimbing Tesis menyatakan bahwa Abstrak Tesis dalam Bahasa Inggris dari mahasiswa:

Nama : Maesa Ayu Inanda
NIM : 01012682226032
Fakultas : Ekonomi
Jurusan : Magister Manajemen
Bidang Kajian/ Konsentrasi : Manajemen Pemasaran
Judul Tesis : Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo

Telah kami periksa penulisan, *grammar*, maupun susunan *tenses*-nya dan kami setuju untuk ditempatkan pada lembar abstrak.

Ketua



Hj. Marlina Widiyanti, S.E., SH., M.M., M.H., Ph.D
NIP.196703141993032001

Anggota



Dr. Aslamia Rosa S.E., M.Si
NIP. 197205292006042001

RIWAYAT HIDUP SINGKAT

- Nama lengkap : Maesa Ayu Inanda, S.A.B
(dengan gelar S1)
- Tempat/tanggal Lahir : Lahat/ 27 Agustus 1996
- Agama : Islam
- Warga Negara : Indonesia
- Alamat : Perumahan Telaga Inayah No C3. Jl Irigasi.
Kelurahan Siring Agung, Kecamatan Ilir Barat 1.
Palembang
- No. Hp. / wa : 081274939496
- Nama istri/suami*) : Desta Marsani, S.T
- Nama anak : 1. Keysheva Shahia Athaleta
- Nama orang tua
1. Ayah : Kesumayadi
2. Ibu : Sopiah
- Riwayat pendidikan
1. SD : SD Santo Yosef Lahat
2. SMP : SMP Santo Yosef Lahat
3. SMA : SMAN 4 Lahat
4. Universitas/S1 : Universitas Padjadjaran
- Riwayat pekerjaan : 1. PT.Asuransi Allianz Utama Indonesia

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN KOMPREHENSIF	ii
LEMBAR PERSETUJUAN TESIS	iii
SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH.....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vi
UCAPAN TERIMA KASIH	viii
ABSTRAK	x
<i>ABSTRACT</i>	xi
SURAT PERNYATAAN ABSTRAK.....	xii
RIWAYAT HIDUP	xiii
DAFTAR ISI.....	xiv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi

BAB I PENDAHULUAN 1

1.1. Latar Belakang	1
1.2. Perumusan Masalah	13
1.3. Tujuan Penelitian	13
1.4. Manfaat Penelitian	14
1.4.1. Manfaat Teoritis	14
1.4.2. Manfaat Praktis.....	14

BAB II STUDI KEPUSTAKAAN 15 |

2.1. Landasan Teori.....	15
2.1.1. Kepuasan Pelanggan.....	15
2.1.1.1 Pengertian Kepuasan Pelanggan	15
2.1.1.2. Dimensi Kepuasan Pelanggan.....	16

2.1.2. Kualitas Layanan	16
2.1.2.1. Pengertian Kualitas Layanan.....	16
2.1.2.2. Dimensi Kualitas Layanan	17
2.2. Hubungan Antara Variabel dan Pengembangan Hipotesis	19
2.2.1. Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan.....	19
2.3. Penelitian Terdahulu	20
2.4. Kerangka Konseptual Penelitian	34
2.5. Hipotesis Penelitian.....	34
BAB III METODE PENELITIAN	35
3.1. Rancangan Penelitian	35
3.2. Definisi Operasional Variabel.....	35
3.3. Jenis Dan Sumber Data	36
3.3.1. Jenis Data	36
3.3.2. Sumber Data.....	37
3.4. Populasi dan Sampel Penelitian	37
3.4.1. Populasi Penelitian	37
3.4.2. Sampel Penelitian	37
3.5. Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.6. Uji Instrumen Penelitian	40
3.6.1. Uji Validitas	41
3.6.2. Uji Reliabilitas.....	41
3.7. Analisis Data Penelitian	42
3.7.1 Metode Transformasi Data	42
3.7.2. Uji Asumsi Klasik	43
3.7.2.1. Uji Normalitas	43
3.7.2.2. Uji Multikolinieritas	44
3.7.2.3. Uji Heterokedastisitas	44
3.8. Analisis Regresi Linier Berganda	45
3.9. Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R ²).....	46
3.10. Uji Hipotesis.....	47

3.10.1. Uji Kesesuaian Model (Uji F)	47
3.10.2. Uji Signifikan Parameter Individual (Uji T)	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian	49
4.2. Hasil Uji Instrumen Penelitian	51
4.2.1. Hasil Uji Validitas	51
4.2.2. Hasil Uji Reliabilitas	52
4.3. Gambaran Profil Responden Penelitian	53
4.4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian	55
4.4.1. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Tangible</i> (X1)	55
4.4.2. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Emphaty</i> (X2)	57
4.4.3. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Reliability</i> (X3)	58
4.4.4. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Responsiveness</i> (X4).	60
4.4.5. Tanggapan Responden Terhadap Variabel <i>Assurance</i> (X5)	62
4.4.6. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	63
4.5. Hasil Uji Asumsi Klasik	66
4.5.1. Hasil Uji Normalitas.....	66
4.5.2. Hasil Uji Multikolinieritas.....	68
4.5.3. Hasil Uji Heterokedastisitas	69
4.6. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	69
4.7. Hasil Uji Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R ²)	72
4.8. Uji Hipotesis	73
4.8.1. Hasil Uji Kesesuaian Model (Uji F).....	73
4.8.2. Hasil Signifikan Parameter Individual (Uji t)	73
4.9. Pembahasan Hasil Penelitian	75
4.9.1. Pengaruh Variabel <i>Tangible</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo	75
4.9.2. Pengaruh Variabel <i>Emphaty</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo	76

4.9.3. Pengaruh Variabel <i>Reliability</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo	78
4.9.4. Pengaruh Variabel <i>Responsiveness</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo	80
4.9.5. Pengaruh Variabel <i>Assurance</i> Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo	81
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	84
5.1. Kesimpulan	84
5.2. Saran.....	84
5.3. Keterbatasan.....	89
5.4. Implikasi.....	89
5.4.1. Implikasi Teoritis	89
5.4.2 Implikasi Praktis.....	90
DAFTAR PUSTAKA.....	92
LAMPIRAN.....	97

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Keluhan Pelanggan Tahun 2022-2023 di Aplikasi PLN APKT EIS	9
Tabel 2.1. Ringkasan Penelitian Terdahulu	21
Tabel 3.1. Definisi Operasional Variabel.....	36
Tabel 3.2. Pemberian Skor Untuk Jawaban Kuesioner.....	37
Tabel 3.3. Interpretasi Koefisien Korelasi (r)	46
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas.....	51
Tabel 4.2. Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 4.3. Profil Responden Penelitian.....	53
Tabel 4.4. Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Tangible</i> (X1).....	56
Tabel 4.5. Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Emphaty</i> (X2).....	57
Tabel 4.6. Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Reliability</i> (X3)	59
Tabel 4.7. Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Responsiveness</i> (X4)	60
Tabel 4.8. Tanggapan Responden Pada Variabel <i>Asurance</i> (X5).....	62
Tabel 4.9. Tanggapan Responden Pada Variabel Kepuasan Pelanggan (Y).....	64
Tabel 4.10. Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.8. Hasil Uji Multikolinieritas	68
Tabel 4.9. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	70
Tabel 4.10. Hasil Uji Koefisien Korelasi (r) dan Koefisien Determinasi (R ²).....	72
Tabel 4.11. Hasil Uji Kesesuaian Model (Uji F)	73
Tabel 4.12. Hasil Uji Signifikasi Parameter Individual (Uji t)	74

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Grafik Kebutuhan Listrik tahun 2013-2050	3
Gambar 1.2. Nihil Tunggakan PT PLN ULP Kersik Tuo.....	6
Gambar 1.3. Layanan Pengaduan Pelanggan PT PLN (Persero).....	8
Gambar 2.1. Kerangka Konseptual Penelitian	34
Gambar 4.1. Grafik Histogram.....	66
Gambar 4.2. Normal Probability Plot	67
Gambar 4.3. Hasil Uji Heterokedastisitas	69

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	97
Lampiran 2. Profil Responden Penelitian	100
Lampiran 3. Hasil Tanggapan Responden Penelitian	101
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas	107
Lampiran 6. Hasil Analisis Penelitian.....	111

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

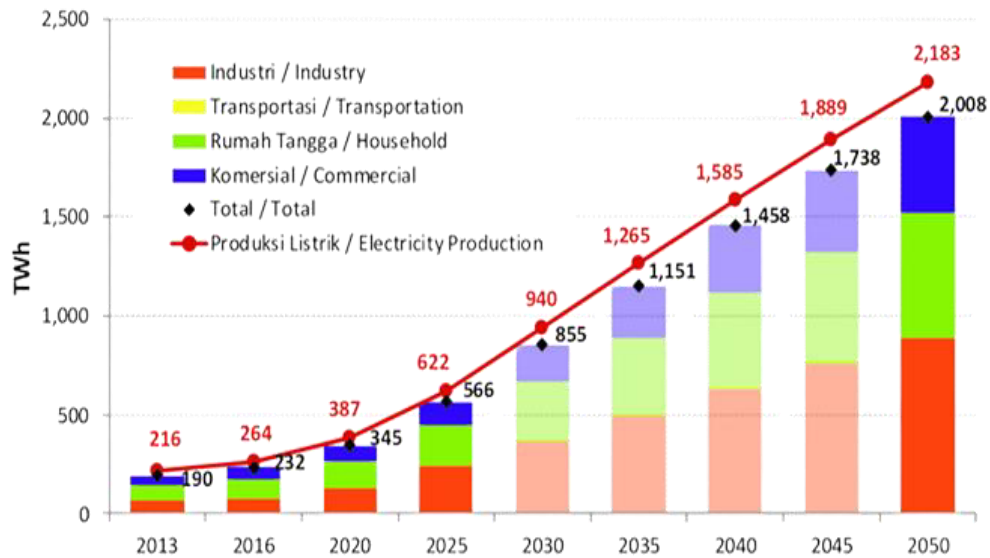
Setiap perusahaan mempunyai tujuan untuk dapat memberikan kepuasan kepada konsumennya, antara lain dengan cara mengetahui kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsep ini sering disebut konsep pemasaran yang menitikberatkan pada kebutuhan konsumen dengan sebaik-baiknya sehingga barang atau jasa yang dihasilkan sesuai dengan yang diinginkan oleh konsumen. Syarat yang harus dipenuhi oleh suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha untuk menciptakan dan mempertahankan konsumen. Agar tujuan tersebut dapat tercapai, maka setiap perusahaan harus berupaya menghasilkan barang atau jasa yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan konsumen (Karim, 2020).

Perusahaan yang mampu mengembangkan dan mempertahankan kepuasan pelanggan akan memperoleh kesuksesan jangka panjang. Kepuasan pelanggan merupakan manifestasi dan kelanjutan dari kepuasan konsumen dalam menggunakan fasilitas maupun jasa pelayanan yang diberikan oleh perusahaan, serta untuk tetap menjadi konsumen dari perusahaan tersebut (Sener & Demirel, 2022). Kepuasan pelanggan dapat diraih dengan pelayanan yang memuaskan sesuai dengan harapan pelanggan atau bahkan melebihi dari harapan pelanggan. Kepuasan konsumen adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya (Kotler & Keller, 2018).

Kepuasan pelanggan dapat dicapai melalui hasil kinerja terbaik dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Pemberian pelayanan terbaik terjadi bila perusahaan mampu menjaga maupun meningkatkan kualitas jasa atau pelayanan yang diberikan kepada pelanggan. Oleh karena itu perusahaan harus dapat terus membaca apa yang menjadi kebutuhan pelanggan guna mencapai tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi (Keloay et al., 2019). Pentingnya kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat, diantaranya adalah hubungan antara perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik untuk pembelian kembali, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, dan timbulnya kesediaan pelanggan untuk membayar dengan harga yang wajar atas jasa yang diterimanya (Putra et al., 2017).

PT Perusahaan Listrik Negara (Persero) atau biasa disingkat menjadi PT PLN (Persero) adalah sebuah badan usaha milik negara Indonesia yang bergerak di bidang ketenagalistrikan dan memberikan pelayanan kepada calon pelanggan dan masyarakat dalam penyediaan jasa yang berhubungan dengan penjualan tenaga listrik satu-satunya di Indonesia. Oleh sebab itu PT PLN (Persero) mempunyai hak monopoli terhadap penjualan listrik di Indonesia yang mengacu berdasarkan Undang-undang 30 Tahun 2009 Tentang ketenagalistrikan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2009 Nomor 133) yang selanjutnya disebut dengan Undang-undang ketenagalistrikan. Dengan adanya hak monopoli tersebut, maka PT. PLN (Persero) memiliki jumlah pelanggan yang sangat banyak yang terdiri atas sektor rumah tangga, transportasi, komersial, perkantoran, serta industri-industri dimana setiap tahunnya pada sektor-sektor

tersebut kebutuhan akan listrik di Indonesia terus meningkat secara signifikan (Irsyad dan Hosra, 2023). Dibawah ini merupakan grafik kebutuhan Listrik Masyarakat Indonesia dari tahun 2013-2050:



Sumber: www.industri.kontan.co.id, 2023

Gambar 1.1.
Grafik Kebutuhan Listrik tahun 2013-2050

Berdasarkan gambar 1.1 menunjukkan bahwa kebutuhan akan listrik dari sektor industri, transportasi, rumah tangga, dan komersial selalu meningkat signifikan dari tahun 2013 dengan total keseluruhan sektor yaitu 190 dengan 216 produksi Listrik dan di proyeksikan akan terus meningkat sampai dengan tahun 2050 dengan total keseluruhan sektor yaitu 2.008 dengan 2.183 produksi listrik. Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang diberi mandat di bidang kelistrikan yaitu PT PLN (Persero) sangat menyadari listrik telah menjadi kebutuhan primer bagi masyarakat Indonesia. Untuk itu PT PLN (Persero) terus melebarkan sayap mengalirkan listrik andal dan menghadirkan keadilan energi kepada seluruh

masyarakat Indonesia (www.web.pln.co.id).

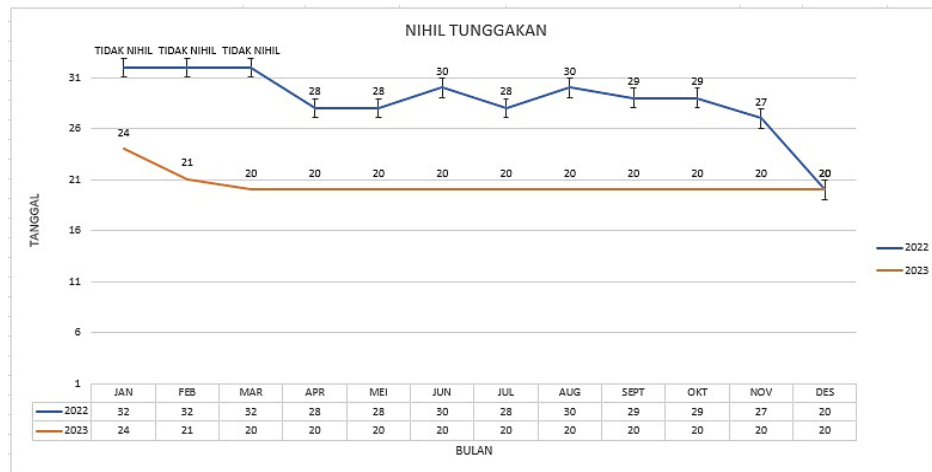
Untuk mendukung kegiatan bisnisnya, hingga akhir tahun 2023, PT PLN (Persero) mengelola sejumlah pembangkit listrik dengan total kapasitas terpasang mencapai 69.040 MW, 68.206 KMS/KMC jaringan transmisi, 155.968 MVA kapasitas gardu induk, 1.033.662 KMS/KMC jaringan distribusi, 13,14% Bauran Energi EBT, 273,76 TWH penjualan listrik, serta 85,6 juta pelanggan. PT PLN (Persero) adalah BUMN kelistrikan yang terus berkomitmen dan berinovasi menjalankan misi besar menerangi dan menggerakkan negeri. Memiliki visi menjadi perusahaan listrik terkemuka se-Asia Tenggara, PLN bergerak menjadi pilihan nomor 1 pelanggan untuk solusi energi. PLN mengusung agenda transformasi dengan aspirasi *Green, Lean, Innovative, dan Customer Focused* demi menghadirkan listrik untuk kehidupan yang lebih baik (web.pln.co.id, 2023).

Dalam pelayanan pendistribusian kelistrikan PT PLN (Persero) membagi-bagi fungsi unit induknya ke dalam beberapa unit induk berdasarkan pada sistem tenaga listrik yaitu pembangkitan, transmisi, dan distribusi. Karena luasnya cakupan wilayah kerja PLN, maka PLN memiliki unit-unit di seluruh wilayah Indonesia yang mempunyai fungsi masing-masing sesuai dengan unit induknya. Unit Induk Distribusi (UID) memiliki fungsi dan peranan sebagai sarana untuk mengatur dan mengendalikan sistem distribusi tenaga listrik agar proses penyaluran tenaga listrik dari sumber tenaga sampai ke pelanggan dapat berjalan lancar, aman, dan handal dengan mutu tegangan yang baik dan dalam batas frekuensi yang dijanjikan. Unit Induk Distribusi membawahi unit pelaksana pelayanan dan unit layanan sebagai pembagian wilayah pelayanan PLN ke dalam

ruang lingkup yang lebih kecil agar pelayanan PLN bisa lebih terfokus dan langsung menyentuh pada masyarakat, contohnya adalah Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan (UP3) yaitu unit pelaksana di bawah UID dan unit layanan pelanggan (ULP) adalah unit layanan di bawah UP3 (www.wikipedia.co.id, 2023).

PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo merupakan salah satu Unit Layanan Pelanggan yang berada dibawah otoritas Unit Pelaksana Pelayanan Pelanggan UP3 Muara Bungo, Unit Induk Distribusi Sumatera Selatan Jambi dan Bengkulu (UIDS2JB). Ruang lingkup PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo berada di kabupaten Kerinci Provinsi Jambi, wilayah kerja ULP kersik Tuo meliputi 4 kecamatan yaitu, Gunung Kerinci, Kayu Aro, Gunung Tujuh dan Kayu Aro Barat dengan total jumlah pelanggan yang dilayani oleh PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo sampai dengan tahun 2023 sebanyak 21.704 pelanggan yang terdiri dari 13.950 pelanggan prabayar dan 7.754 pelanggan pascabayar. Beberapa layanan yang ditawarkan oleh PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo diantaranya Pasang Baru, Tambah Daya, Penerangan Sementara, dan Migrasi Kwh meter.

PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo merupakan ULP yang berhasil melakukan percepatan *cash in* di tanggal 20 setiap bulannya dan merupakan satu-satunya ULP dengan nihil tunggakan pada tanggal 20 dan tidak ada lagi piutang di bulan berjalan se-Indonesia. Pada Gambar 1.1 memperlihatkan grafik tunggakan PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo dari Januari 2022 sampai dengan Desember 2023.



Sumber: APKT EIS PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo, 2023

Gambar 1.2.
Nihil Tunggakan PT PLN ULP Kersik Tuo

Melalui percepatan *cash in* maka PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo mendapatkan pengembalian piutang lebih cepat dibandingkan dengan ULP lainnya dan satu-satunya ULP yang memberikan pendapatan tercepat kepada perusahaan. Pada gambar 1.1 menunjukkan adanya perbaikan serta konsistensi dimulai dari bulan Maret 2023 sampai dengan bulan desember 2023 sehingga PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo meraih penghargaan dan mendapatkan penghargaan unit ULP terbaik se-Indonesia percepatan *Cash is King* di tanggal 20 setiap bulannya.

Customer satisfaction (kepuasan konsumen) adalah hasil yang dirasakan oleh pembeli yang mengalami kinerja sebuah perusahaan yang sesuai dengan harapannya (Kotler & Keller, 2016). Perasaan tersebut timbul karena pelanggan membandingkan harapan mengenai produk atau jasa yang akan diperoleh dengan kenyataan. Kepuasan pelanggan akan memberikan dampak yang besar bagi perusahaan baik secara langsung maupun tidak langsung. Kepuasan pelanggan

adalah tujuan setiap perusahaan untuk kelangsungan hidup perusahaan tersebut.

Kepuasan pelanggan menjadi perhatian khusus PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo, dimana kepuasan pelanggan menjadi salah satu misi PT PLN (Persero), yaitu “Menjalankan bisnis kelistrikan dan bidang lain yang terkait, yang berorientasi pada kepuasan pelanggan, anggota perusahaan dan pemegang saham” dan termasuk kedalam agenda transformasi untuk mewujudkan visi dengan aspirasi *Green, Lean, Innovative, dan Customer Focused* memuaskan pelanggan melalui kualitas layanan kelas dunia demi menghadirkan listrik untuk kehidupan yang lebih baik. Oleh karena itu, dalam mencapai kepuasan pelanggan, kualitas layanan merupakan kunci dari ukuran kepuasan pelanggan. Jika kinerja gagal memenuhi ekspektasi, pelanggan akan tidak puas. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas dan senang (Kotler & Keller, 2012: 151).

Pada pelaksanaan kegiatan penyediaan dan pelayanan jasa pada PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo telah berusaha melakukan yang terbaik demi kepuasan pelanggan akan tetapi dalam kegiatan operasional tidak dapat dihindarkan dari masalah-masalah tertentu yang tidak sesuai, seperti layanan yang tidak maksimal maupun gangguan pada ketenagalistrikan sehingga pelanggan tidak puas dan mengajukan keluhan. Peneliti melakukan observasi awal dengan mengajukan pertanyaan kepada salah satu pelanggan PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo Bapak Hendriono, mengenai pandangan pelanggan tersebut terhadap kualitas layanan PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo selaku penyedia tunggal tenaga kelistrikan di Kersik Tuo. Beliau berpandangan PT PLN (Persero) ULP Kersik

Tu dapat meningkatkan kualitas layanan kepada masyarakat salah satunya melalui percepatan pelayanan pelanggan yang datang ke kantor PT PLN (Persero) ULP Kersik Tu seperti proses pemasangan maupun perbaikan sehingga proses layanan bisa menjadi lebih cepat sesuai yang telah dijanjikan.

Persepsi terhadap kualitas mencerminkan perasaan pelanggan secara menyeluruh. Pelanggan yang puas atas pelayanan yang diterima akan memberikan kepercayaan dan pemikiran yang baik terhadap PT. PLN (Persero) ULP Kersik Tu. Pada Gambar 1.2 dibawah ini merupakan layanan pengaduan pelanggan yang disediakan oleh PT PLN (Persero) untuk keseluruhan area unit kerja termasuk PT PLN (Persero) ULP Kersik Tu diantaranya melalui *contact center* PLN 123, email pln123@pln.co.id, saluran media sosial Facebook, Instagram dan Twitter serta melalui aplikasi PLN Mobile yang nantinya akan masuk kedalam monitoring Aplikasi APKT *Executive Information System* (EIS) PT PLN (Persero) setiap unit-unitnya:



Sumber: www.pln.co.id, 2023

Gambar 1.3.
Layanan Pengaduan Pelanggan PT PLN (Persero)

Pada monitoring Aplikasi PLN APKT *Executive Information System (EIS)* PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo terdapat keluhan-keluhan yang dilaporkan pelanggan yang dimonitor langsung oleh PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo yang mencerminkan ketidakpuasan pelanggan terhadap kualitas layanan PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo. Keluhan-keluhan pada tahun 2022-2023 tersebut antara lain terdapat pada tabel 1.1 di bawah ini:

Tabel 1.1. Perbandingan Keluhan Pelanggan Tahun 2022 dan 2023 di Aplikasi PLN APKT *Executive Information System (EIS)*

No	Jenis Keluhan Pelanggan	Tahun Keluhan		Termasuk dalam Dimensi
		2022	2023	
1	Pembacaan meteran kurang akurat	11	27	<i>Reliability</i>
2	APP (Alat pengukur KWH dan Pembatas MCB) tidak berfungsi	21	34	<i>Reliability</i>
3	Kondisi Jaringan Listrik	17	12	<i>Reliability</i>
4	Proses Pasang Baru/Perubahan Daya belum ada realisasinya	11	19	<i>Reliability, Assurance & Responsiveness</i>
5	Proses Pasang Baru/Pesta, belum ada realisasinya	7	13	<i>Reliability, Assurance & Responsiveness</i>
6	Lambatnya pemasangan kembali KWH yang di bongkar	15	26	<i>Reliability, Assurance & Responsiveness</i>
TOTAL		82	131	

Sumber: EIS PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo, diolah 2023

Pada tabel 1.1 menunjukkan bahwa adanya peningkatan jumlah keluhan pada tahun 2023 dibandingkan dengan tahun 2022, pada tahun 2022 jumlah keluhan yang dilaporkan sebanyak 82 keluhan sedangkan pada tahun 2023 meningkat menjadi 131 keluhan dengan keluhan APP (Alat pengukur KWH dan

pembatas MCB) tidak berfungsi, pembacaan meteran kurang akurat dan lambatnya pemasangan kembali KWH yang di bongkar menjadi keluhan yang paling banyak dilaporkan di tahun 2023. Data tersebut dapat berarti bahwa terjadinya penurunan kualitas layanan yang menyebabkan ketidakpuasan pelanggan. Keluhan pelanggan terhadap layanan PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo tersebut merupakan keluhan internal di area kerja unit Kersik Tuo, sehingga keluhan-keluhan tersebut relevan dengan topik penelitian ini yang berfokus pada pelanggan PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo.

Adanya keluhan yang diajukan pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo, dikarenakan keinginan dan harapan pelanggan belum terpenuhi atau tidak sesuai dengan apa yang diharapkan. Kepuasan pelanggan merupakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibanding harapannya (Kotler, 2000). Hal ini berhubungan erat dengan kualitas layanan di PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo yang menjadikan salah satu transformasi visi PT PLN (Persero) yaitu *customer focused* dan misi PT PLN (Persero) yaitu berorientasi pada kepuasan pelanggan dapat terhambat.

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 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 (Nasirudin et al., 2018).

Salah satu faktor yang harus diperhatikan dalam menjaga kualitas layanan adalah dengan memberikan layanan yang memuaskan, sesuai dengan atau melebihi harapan pelanggan. Kualitas layanan (*service quality*) merupakan penilaian pelanggan atas keunggulan atau keistimewaan suatu produk atau layanan secara menyeluruh (Parasuraman et al., 1988). Kualitas layanan memberikan kesempurnaan pelayanan yang dilakukan oleh penyedia layanan dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan pelanggan serta ketepatan penyampaiannya untuk mengimbangi harapan pelanggan. Kualitas layanan menjadi hal penting yang harus diperhatikan serta dimaksimalkan agar mampu bertahan dan tetap dijadikan pilihan oleh pelanggan.

Kepuasan pelanggan sangat penting bagi PT. PLN (Persero) ULP Kersik Tuo, karena terciptanya kepuasan pelanggan memberikan manfaat dalam pengembangan bisnis PT. PLN (Persero) ULP Kersik Tuo berikutnya. Menurut Kotler (2009) banyak perusahaan secara sistematis mengukur seberapa baik mereka memperlakukan pelanggan mereka, mengenali faktor-faktor yang membentuk kepuasan. Perusahaan akan bertindak bijaksana dalam mengukur kepuasan pelanggan secara teratur. Salah satu usaha yang dapat dilakukan untuk menciptakan dan mempertahankan kepuasan pelanggan adalah dengan memberikan pelayanan yang baik kepada pelanggan.

Pada penelitian yang dilakukan oleh Kant, Rishi & Deepak (2017) menunjukkan adanya perbedaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu pada variabel independen dimensi kualitas layanan dengan dimensi *Tangibel, Reliability, Assurance, Responsiveness, Emphaty*, dan *Image* sedangkan pada

penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel independen kualitas layanan dengan dimensi *Tangibel, Reliability, Assurance, Responsiveness*, dan *Emphaty*. Pada penelitian ini menggunakan metode analisis menggunakan analisis *Structural Equition Modelling* (SEM) sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan analisis regresi linier berganda. Pada penelitian ini menggunakan variabel dependen yang sama yaitu *customer satisfaction* dan menggunakan metode pengumpulan data yang sama yaitu dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada sampel penelitian dengan menggunakan skala *likert* dengan teknik *Purposive Sampling*. Maka berdasarkan penelitian terdahulu yang telah dilakukan tersebut, penulis akan melakukan penelitian yang menggunakan variabel independen yang berbeda dan variabel dependen yang sama.

Penelitian ini tidak terlepas dari hasil penelitian-penelitian terdahulu. Terdapat beberapa hasil penelitian yang menyebutkan bahwa kualitas layanan berpengaruh terhadap *customer satisfaction*. Namun ditemukan juga beberapa hasil penelitian yang berseberangan dari hasil tersebut, sehingga menimbulkan *research gap*.

Penelitian terdahulu yang meneliti tentang pengaruh kualitas layanan terhadap kepuasan pelanggan. Penelitian dari Ajaleen (2023); Chuenyindee (2022); Uzir & Halbusi (2021); Aditya F., Zakaria, W., Marlina., W. (2020); Tran & Le (2020) menunjukkan hasil bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil penelitian yang berbeda ditunjukkan pada penelitian yang dilakukan oleh Maimunah (2019) yang menunjukkan kualitas layanan berpengaruh negatif dan signifikan terhadap kepuasan konsumen. Hasil

penelitian dari Alvino (2020) dan Kalam & Roostika (2019) menunjukkan hasil bahwa kualitas layanan berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap kepuasan konsumen.

Berdasarkan latar belakang di atas, mendorong peneliti untuk melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Dimensi Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo”**.

1.2. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas, makamasalah yang dapat dirumuskan sebagai berikut: Bagaimana pengaruh dimensi kualitas layanan (*tangibel, emphaty, reliability, responsiveness, assurance*) terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo?

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah yang telah ditetapkan dalam penelitian, maka tujuan penelitian ini adalah untuk mencari bukti empiris dengan cara menganalisis:

- 1) Pengaruh kualitas layanan dimensi *tangibel* terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo.
- 2) Pengaruh kualitas layanan dimensi *emphaty* terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo.
- 3) Pengaruh kualitas layanan dimensi *reliability* terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo.
- 4) Pengaruh kualitas layanan dimensi *responsiveness* terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo.

5) Pengaruh kualitas layanan dimensi *assurance* terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo.

1.4. Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang marketing mengenai pentingnya pengelolaan atas variabel-variabel yang dapat mempengaruhi kepuasan pelanggan PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo melalui dimensi Kualitas layanan dan dapat dijadikan sebagai bahan tambahan referensi atau pembanding bagi penelitian selanjutnya.

1.4.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini memberikan kontribusi dan informasi kepada para pengambil keputusan di PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo serta menjadi referensi bagi para pengambil keputusan dalam menentukan strategi pemasaran selanjutnya terkait dengan dimensi kualitas layanan (*tangibel, emphaty, reliability, responsiveness, assurance*) yang memiliki pengaruh terhadap kepuasan pelanggan pada PT PLN (Persero) ULP Kersik Tuo.

DAFTAR PUSTAKA

- Abd-El-Salam, E. M., & Shawky, A. Y. (2023). The Impact of Corporate Image, Reputation and Service Quality on Customer Satisfaction and Customer Loyalty: Testing The Mediating Role. Case Analysis in An International Service Company. *The Business & Management Review*, Vol. 3 (2).
- Aditya, R. F., Zakaria, W., & Marlina, W. (2020). Effect of Service Quality, Tariff Perception and Brand Image Toward Costumer Satisfaction. *International Journal of Social Sciences*, Vol. 3 (1). <https://doi.org/https://doi.org/10.31295/ijss.v3n1.168>
- Ajaleen, Y. S. Al. (2023). The Effect of Service Quality on Customer Satisfactions in Jordanian Telecommunications Companies. *Social Science Journal*.
- Ali, B. J., & Gardi, B. (2021). Hotel Service Quality: The Impact of Service Quality on Customer Satisfaction in Hospitality. *International Journal of Engineering, Business and Management (IJEEM)*, Vol. 5 (3)(ISSN: 2456-8678).
- Alvino, G. (2020). Pengaruh Kualitas Produk, Fasilitas, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen (Studi pada Karoeseri Kandang Elf). *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Alzoubia, H., Alshuridehb, M., & Kurdic, B. Al. (2020). Do Perceived Service Value, Service Quality, Price Fairness and Service Recovery Shape Customer Satisfaction and Delight? A Practical Study in The Service Telecommunication Context. *Uncertain Supply Chain Management*, Vol. 8, 579–588.
- Andryusalfikri, Zakaria, W., & Marlina, W. (2019). Effect of Trust, Quality of Product and Quality Services on Purchase Decisions on E-Commerce Shopee in Palembang City. *International Journal of Management and Humanities (IJMH)*, Vol. 3(ISSN: 2394-0913).
- Apriansah, F., & Hasanah, U. (2022). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Penggunaan Jasa Pelanggan Pada PT. Pos Indonesia (Studi Kasus PT. Pos Indonesia KCP Bagansiapiapi). *Jurnal AKMAMI (Akutansi, Manajemen, Ekonomi)*, Vol. 13, 411–426.
- Arikunto, S. (2019). *Prosedur Penelitian*. Rineka Cipta.
- Aslamia Rosa, Dessy Yunita, Analisis Kepuasan Penumpang Terhadap Kualitas Pelayanan Taksi Blue Bird Palembang, *Jurnal Manajemen & Bisnis Sriwijaya*, Vol.12, No.3 September 2014.
- Cameran, M. (2020). Customer Satisfaction, Corporate Image and Service Quality in Professional Services. *The Service Industries Journal*, Vol. 30.
- Chien, L., & Chi, S. (2023). Corporate Image and Service Quality on Customer Satisfaction: Difference Across Categorized Exhibitors. *Heliyon Journal*, Vol. 5 (3).

- Chuenyindee, T. (2022). Public Utility Vehicle Service Quality and Customer Satisfaction in The Philippines During The COVID-19 Pandemic. *Journal Utilities Policy*, Vol. 75.
- Dam, S. M., & Cuong, T. (2021). Relationships Between Service Quality, Brand Image, Price, Customer Satisfaction, and Customer Loyalty. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol. 8 (3), 0585–0593.
- Esmailpour, M., & Barjoei, S. (2021). The Effect of Corporate Image on Customer Satisfaction Through Brand Equity. *Advances in Management & Applied Economics*, Vol. 6 (4)(ISSN: 1792-7544), 95–105.
- Fida, B. A., & Ahmed, U. (2020). Impact of Service Quality on Customer Loyalty and Customer Satisfaction in Islamic Banks in the Sultanate of Oman. *Sage Journal International*, 1–10.
- Fornell, C. (1992). A National Customer Satisfaction Barometer: The Swedish Experience. *Journal Of Marketing*, Vol. 56(1), 6–21.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Haron, R., Subar, N. A., & Ibrahim, K. (2020). Service Quality of Islamic Banks: Satisfaction, Loyalty and The Mediating Role of Trust. *Islamic Economic Studies*, ISSN: 1319-1616.
- Herdiansyah, H. (2019). *Wawancara, Observasi, dan Focus Group*. Rajawali Persada.
- Ifeoma, J., Catherine, C., & Etim, B. (2023). Service Quality and Customer Satisfaction of Online Retail Stores in Enugu, Nigeria. *International Journal of Business Systems and Economics*, Vol. 14(ISSN: 2360-9923), 24–34.
- Kalam, R., & Roostika, R. R. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Pada “Warunk Upnormal” di Gejayan Yogyakarta. *Jurnal Universitas Islam Indonesia*.
- Kant, Rishi., & Deepak, J. (2017). The impact of perceived service quality dimensions on customer satisfaction: an empirical study on public sector banks in India. *International Journal of Bank Marketing*, Vol. 35 Issue: 3, pp. -, doi: 10.1108/IJBM-04-2016-0051
- Karim, R. Al. (2020). The Relationships of Corporate Image on Customer Satisfaction. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*.
- Keloay, G., Rumawas, W., & Asaloei, S. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Rumah Makan Dabu-Dabu Iris Fresh Wenang Manado. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 8 (2)(ISSN: 2338-9605).
- Kitapci, Olgun., Ceylan, A., & Ibrahim, D. (2014). The Impact of Service Quality Dimensions on Patient Satisfaction, Repurchase Intentions and Word-of-Mouth Communication in the Public Healthcare Industry. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 148 (2014) 161 – 169. doi: 10.1016/j.sbspro.2014.07.030

- Kotler, P., & Keller, K. L. (2018). *Manajemen Pemasaran* (12th ed.). PT Indeks.
- Liat, C. B. (2022). Hotel Service Influences of Corporate Image, Service Quality and Generational Differences in The Relationship Between Customer Satisfaction and Customer Loyalty. *Journal of Global Marketing, Vol. 30*.
- Lutfiyani, V., & Soliha, E. (2019). Pengaruh Citra Perusahaan, Kepercayaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan (Studi pada KSPPS Bondho Ben Tumoto Semarang). *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis*.
- Maimunah, S. (2019). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Cita Rasa Terhadap Kepuasan Konsumen dan Loyalitas Konsumen. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis, Vol. 1 (2)*(ISSN: 2622-6367).
- Meida, F., Astuti, M., & Nastiti, H. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kepercayaan Terhadap Kepuasan Pelanggan E-Commerce Sociolla Di Era Pandemic Covid-19. *Jurnal Ikraith- Ekonomika, Vol. 5 (2)*.
- Minkiewicz, J., & Evans, J. (2021). Corporate Image on Customer Satisfaction in The Leisure Services Sector. *Journal of Services Marketing, Vol. 25*, 190–201.
- Monim, C. J., Massie, J. D. D., & Poluan, J. G. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Citra Perusahaan dan Fasilitas Terhadap Kepuasan Pasien Pada RSUP Prof Dr. R. D. Kandou Manado. *Jurnal EMBA, Vol. 10*(ISSN 2303-1174), 1156–1168.
- Nasirudin, M., Yulisetiari, D., & Suroso, I. (2018). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Kepuasan Konsumen dan Word of Mouth Perusahaan Conato di Jember. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*.
- Owino, E. (2023). The Influence Of Service Quality and Corporate Image On Customer Satisfaction Among University Students In Kenya. *Journal of Philosophy in Business Administration*.
- Pakurar, Miklos. (2019). The Service Quality Dimensions that Affect Customer Satisfaction in the Jordanian Banking Sector. *Sustainability 2019, 11, 1113*; doi:10.3390/su11041113.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing, Vol 64 Number 1, pp 12-37*.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. 1996. The Behavioral Consequences of Service Quality. *Journal of Marketing, Vol 60*
- Purwanti, N. D. (2020). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Citra Perusahaan Terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi Kasus: PT. PLN (Persero) Rayon Malang Kota). *Jurnal Rekayasa Dan Manajemen Sistem Industri*.
- Puspasari, A. (2020). The Effect of Service Quality and Company Image on Customer Satisfaction and Their Impact on Customer Loyalty Indihome. *International Journal of Social and Management Studies, Vol. 3 (2)*, 220–233.
- Putra, G. P., Arifin, Z., & Sunarti. (2017). Pengaruh Kualitas Produk Terhadap

- Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Kepuasan Konsumen (Survei pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Administrasi angkatan 2013 dan 2014 Universitas Brawijaya yang Melakukan Pembelian Paket Data Kampus). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 48 No.
- Rajasulochana, & Khizerulla, M. (2022). Service Quality In SBI: An Assessment of Customer Satisfaction on E-Banking Services. *Journal of Positive School Psychology*, Vol. 6 (6), 4585–4590.
- Resika, Y., Wahab, Z., & Shihab, M. S. (2019). Customer Perceived Value dan Customer Trust: Identifikasi Kepuasan dan Loyalitas Konsumen Go-car. *Journal of Management and Bussiness Review*, Vol. 16, 1–22.
- Risdah. (2019). Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada PT PLN (Persero) Unit Layanan Pelanggan Karebosi di Kota Makassar Utara. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*.
- Sallam, M. A. (2021). An Investigation of Corporate Image Effect on Customer Satisfaction and Trust. *International Journal of Business Administration*, Vol. 7 (3).
- Sedarmayanti. (2017). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Refika Aditama.
- Sener, E., & Demirel, Ö. (2022). The Effect of The Emotional Intelligence on Job Satisfaction. *Journal of Studies in Health Technology and Informatics*, Vol. 146.
- Sholichah, M. (2022). The Importance of Product Quality, Price Perception and Service Quality in Achieving Customer Satisfaction. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal (BIRCI-Journal)*, Vol. 5 (1)(e-ISSN: 2615-3076), 5457–5471.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy dan Chandra, Gregorius. 2011. *Service, Quality & Satisfaction*. Yogyakarta: Andi.
- Tran, V. D., & Le, N. M. T. (2020). Impact of Service Quality and Perceived Price on Customer Satisfaction and Behavioral Intentions: Evidence from Convenience Stores in Vietnam. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, Vol. 7 (9), 517–526.
- Uzir, M. U. H., & Halbusi, H. Al. (2021). The Effects of Service Quality, Perceived Value and Trust in Home Delivery Service Personnel on Customer Satisfaction: Evidence From a Developing Country. *Journal of Retailing and Consumer Services*, Vol. 63.
- Wang, C.-C. (2020). Corporate Image on Customer Satisfaction. *Total Quality Management & Business Excellence*, Vol. 31.
- Weiwei, T. (2022). Impact of Corporate Image and Corporate Reputation on Customer Satisfaction: A Review. *Management Science and Engineering*, Vol. 1 (2), 57–62.
- Wijanarko, A. (2020). Pengaruh Citra Perusahaan dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Kospin Jasa. *Jurnal Ekonomi Dan Industri*, Vol.

21(ISSN: 2656-3169).

- Yazid, A. S., & Mkheimer, I. (2020). The Effect of Corporate Image on Customer Satisfaction: The Mediating Effect of Customer Loyalty. *The Journal of Research on the Lepidoptera*, Vol. 51, 124–138.
- Zameer, H., & Tara, A. (2020). Impact of Service Quality, Corporate Image and Customer Satisfaction Towards Customers Perceived Value in The Banking Sector in Pakistan. *International Journal of Bank Marketing*, ISSN: 0265-2323.